

## Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Secara Online (*E-Commerce*)

<sup>1</sup>Kharisma Hidayah dan <sup>2</sup>Aryani Witasari

<sup>1</sup> Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Islam Sultan Agung

<sup>2</sup> Dosen Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung

\*Coressponding author:

[kharismahidayah0@gmail.com](mailto:kharismahidayah0@gmail.com)

### Abstrak

*Pemanfaatan e-commerce dalam dunia perdagangan sangat membawa dampak pada masyarakat Indonesia hal ini terkait masalah hukum yang sangat penting. Pentingnya permasalahan hukum di bidang E-commerce adalah terutama dalam memberikan perlindungan hukum terhadap pihak konsumen yang melakukan transaksi jual beli melalui Internet. Perkembangan ini muncul karena adanya penawaran dan penerimaan dari masyarakat, Dibuktikan dengan munculnya berbagai macam toko daring seperti Kaskus, Tokopedia, Bukalapak, Shopee hingga Lazada. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli secara online (e-commerce) serta Untuk mengetahui dan menganalisis upaya hukum yang dapat ditempuh oleh konsumen jika terjadi wanprestasi dalam transaksi jual beli secara online (e-commerce). Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan yuridis normatif. Spesifikasi penelitian ini adalah deskriptif analisis. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder, yang terdiri dari hukum primer, sekunder dan tersier. Alat pengumpulan data yaitu penelitian kepustakaan. Teknik analisa data yang digunakan adalah analisis kualitatif. Hasil penelitian dan pembahasan ini adalah perlindungan hukum terhadap pengguna e-commerce dengan menegakkan hak-hak konsumen sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pasal 19, 20, 21, 24, dan 26 dan regulasi terkait dengan penyelenggaraan jual beli online (e-commerce) serta pelaksanaan perlindungan konsumen juga didukung dengan melibatkan beberapa pihak seperti pemerintah, badan perlindungan konsumen nasional dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat. Upaya hukum yang dapat ditempuh dalam penyelesaian sengketa wanprestasi dalam Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen yaitu litigasi dan non litigasi.*

**Kata Kunci :** *Perlindungan Hukum, Konsumen, E-Commerce*

***Abstract***

*The use of e-commerce in the world of commerce has an impact on Indonesian society, this is related to very important legal issues. The importance of legal issues in the field of E-commerce is especially in providing legal protection for consumers who make buying and selling transactions via the Internet. This development arose due to offers and acceptance from the public, as evidenced by the emergence of various kinds of online stores such as Kaskus, Tokopedia, Bukalapak, Shopee to Lazada. This study aims to determine and analyze legal protection for consumers in online buying and selling transactions (e-commerce) and to find out and analyze legal remedies that can be taken by consumers in the event of default in online buying and selling transactions (e-commerce). The approach method used in this research is a normative juridical approach. The specification of this research is descriptive analysis. The data sources used are secondary, primary and tertiary data. The data collection tool is library research. The data analysis technique used is qualitative analysis. The results of this study are legal protection for e-commerce users by enforcing consumer rights in accordance with Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection articles 19, 20, 21, 24, and 26 and regulations related to the implementation of online buying and selling (e-commerce) and the implementation of consumer protection is also supported by involving several parties such as the government, national consumer protection agencies and Non-Governmental Organization for Consumer Protection. Legal measures that can be taken in settling default disputes in Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection are litigation and non-litigas.*

***Keywords :***Legal Protection, Consumers, E-commerce

## 1. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dalam hal komunikasi saat ini menghadirkan kecanggihan yang mana manusia dapat melakukan segala hal melalui satu perangkat. Selain itu perkembangan teknologi ini lambat laun secara tidak langsung turut mengubah perilaku manusia secara keseluruhan dalam kehidupan sehari-hari. Bukti lain dari perkembangan teknologi saat ini yang paling nyata hingga saat ini adalah internet, yang mana dalam sejarahnya menciptakan dunia baru atau *cyberspace*. *Cyberspace* adalah sebuah dunia komunikasi yang berbasis computer (*computer mediated communication*) yang berupa realita dalam bentuk realitas virtual (*virtual reality*) (Wiwik Meilarati, 2017).

Internet sebagai suatu media informasi dan komunikasi elektronik telah banyak dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan, antara lain untuk menjelajah (browsing, surfing) mencari data dan berita, saling mengirim pesan melalui email, dan perdagangan (Ahmad M.Ramli, 2004). *Online* adalah keadaan computer yang terkoneksi atau terhubung ke jaringan internet. Sesungguhnya *online* tidak hanya dapat terhubung melalui perangkat computer saja tapi saat ini juga dapat diakses melalui HP (handphone) yang membuat semakin mudahnya terhubung antar wilayah tanpa perlu banyak waktu.

Sebagaimana dengan pasar lokal yang mempertemukan antara penjual dan pembeli, dalam pasar yang secara *online* juga terdapat toko-toko yang sifatnya *online* atau dikenal dengan *online shop*. *Online shop* merupakan proses pembelian barang/jasa oleh konsumen ke penjual realtime, tanpa pelayan, dan melalui internet. Toko virtual ini mengubah paradigma proses membeli barang/jasa dibatasi oleh tembok, pengecer, atau mall. Perkembangan belanja melalui sistem daring di Indonesia berkembang dengan pesat. Indonesia menjadi salah satu negara yang tren dengan kehadiran toko daring. Hal ini dibuktikan dengan munculnya berbagai macam toko daring seperti Kaskus, Tokopedia, Bukalapak, Shopee hingga Lazada. Perusahaan-perusahaan tersebut menjadi wadah atau tempat para *online shop* untuk memasarkan produknya tanpa harus menjual secara langsung dan para konsumen tidak harus membeli produknya secara langsung.

Kebijakan yang ditetapkan oleh para *online shop* kepada para konsumennya terkadang dianggap merugikan pihak konsumen. Karena dalam pelaksanaannya terkadang tidak sebagaimana mestinya jual beli yang terjadi di pasar lokal. Jual-beli didasarkan atas adanya perjanjian yang mana perjanjian jual-beli dapat dikatakan ada atau sudah lahir bila tercapai kata “sepakat” mengenai harga dan barang. Serta juga para pihak sudah setuju tentang barang dan harga yang melahirkan perjanjian jual beli yang sah (Subekti, 2014). Suatu perjanjian dapat dikatakan “sah” sebagaimana yang telah diatur pada Pasal 1320 KUHPerdara harus memenuhi syarat sahnya suatu perjanjian yaitu (Sri Hastirin dan Aryani Witasari, 2012):

1. Adanya kesepakatan kehendak ( Consensus, Agreement ),
2. Adanya kecakapan bertindak pada masing – masing pihak menurut hukum,

3. Sesuatu hal tertentu ( ada objek tertentu ) yang diperjanjikan,
4. Adanya suatu sebab diperbolehkan / halal / legal

Jual beli pada dasarnya adalah Transaksi antara satu orang dengan orang lain yang berupa tukar – menukar suatu barang dengan barang yang lain berdasarkan tata cara atau akad tertentu dengan penukaran antara barang dan uang. Dalam perjanjian dan jual beli telah diatur di dalam Kitab Undang – undang Hukum Perdata (KUHPerdata / BW(Burgelijk Wetboek)) dalam buku III. Kegiatan jual beli di dalam Internet biasa disebut juga dengan Perdagangan Elektronik atau *electronic commerce* atau disingkat dengan *E – commerce*. *Electronic Commerce* adalah merupakan suatu proses penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti, handphone dan komputer,yaitu jaringan internet. *E – commerce* dapat melibatkan transferdana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen investoir otomatis, dan sistem pengumpula data otomatis.

Kemajuan di dalam dunia *E – commerce* dalam jual beli banyak memberikan tawaran yang dibutuhkan masyarakat dengan adanya hak dan kewajiban untuk melaksanakan isi perjanjian diantara kedua belah pihak dalam perjanjian dengan tata cara pelaksanaan di dalam transaksi jual beli online (*E – commerce* ). Perjanjian jual beli merupakan jenis perjanjian timbal balik yang melibatkan dua belah pihak yakni antara penjual (pelaku usaha) dan pembeli (pemesan). Tetapi dalam melakukan jual beli khususnya secara *online*, yang menggunakan sosial media kepastian hukumnya belum dapat ditindak tegas karna pihak yang melakukan kebanyakan antara pihak dengan individu dalam situsnya karna tidak memiliki jaminan kepada hukum adanya rasa kepercayaan antara pihak, sedangkan melakukan transaksi jual beli didalam aplikasi ada kepastian hukumnya karna pelaku usahanya (penjual )yang menjadi perusahaan baik asing atau dalam negeri yang telah mendaftarkan akun situsnya kepada pihak yang berwajib dan dapat dipertanggungjawabkan atas apa yang diterima oleh pembeli (pemesan).

Pelaksanaan bertransaksi jual beli melalui Internet ini menimbulkan berbagai kondisi yang memiliki akibat hukum dengan segala konsekuensinya. Misalnya, antara lain apabila muncul suatu perbuatan wansprestasi dari salah satu pihak dalam sebuah transaksi jual beli secara elektronik, akan memunculkan kesulitan bagi para pihak yang dirugikan untuk menuntut segala kerugian (bertujuan untuk mendapat ganti rugi) yang telah timbul dan disebabkan oleh perbuatan melawan hukun dalam hal ini disebabkan dalam bertransaksi jual beli tidak dilakukan secara langsung bertatapan muka antara penjual dan pembeli. Oleh karena itu perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli secara *online* melalu *e-commerce* merupakan suatu hal yang penting untuk dikaji terkait dengan ketentuan aturan hukumnya.

Sehingga, berdasarkan latar belakang penulis mengangkat hal-hal terkait diatas dalam bentuk tugas akhir atau skripsi yang kemudian mengangkat judul **“Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual-Beli Secara Online (E-Commerce)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis dapat merumuskan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli secara online (*e-commerce*)?
2. Bagaimanakah upaya hukum yang dapat ditempuh oleh konsumen jika terjadi wanprestasi dalam transaksi jual beli secara online (*e-commerce*)?

## **2. METODE**

### **A. Metode Pendekatan**

Metode pendekatan yang digunakan dalam penulisan skripsi ini yaitu metode pendekatan *yuridis normatif*. Metode *yuridis* digunakan untuk menganalisa ketentuan perundang-undangan mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen dalam suatu perjanjian jual beli khususnya jual beli yang dilakukan secara online. Sedangkan *normatif* merupakan penelitian hukum yang dilakukan dengan cara menganalisa bahan pustaka atau bahan sekunder.

### **B. Spesifikasi Penelitian**

Penulisan skripsi ini dilakukan dengan menggunakan spesifikasi penelitian yang bersifat deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada baik fenomena alamiah maupun buatan manusia. spesifikasi penelitian bersifat deskriptif ini memiliki tujuan yaitu mendeskripsikan, menjelaskan, serta memaparkan hasil daripada permasalahan yang diangkat penulis.

### **C. Sumber Data**

Penulisan skripsi ini dilakukan dengan menggunakan jenis data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh berdasarkan sumber yang telah ada dan terdiri dari tiga bahan hukum yaitu bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier.

### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dilakukan melalui penelitian kepustakaan (*library research*) dan studi dokumen dengan mengkaji bahan hukum sekunder yang telah dikumpulkan kemudian diolah secara sistematis.

### **E. Metode Analisis Data**

Metode analisis data yang dipakai dalam penulisan skripsi ini adalah kualitatif. Metode kualitatif merupakan suatu tata cara penelitian yang bersifat deskriptif serta menggunakan analisis. Dalam metode ini data-data yang telah dikumpulkan kemudian di analisa untuk menemukan suatu kesimpulan dari permasalahan yang diangkat.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online (*E-commerce*)**

Secara garis besar terdapat beberapa permasalahan yang dialami konsumen dalam transaksi jual beli yang dilakukan secara online (*e-commerce*), antara lain (Abdul Hakim Barkatullah, 2010):

1. Konsumen tidak dapat langsung mengidentifikasi, melihat, atau menyentuh barang yang akan dipesan
2. Ketidakjelasan informasi tentang produk yang ditawarkan dan/atau ketidakpastian apakah konsumen telah memperoleh berbagai informasi yang layak diketahui, atau yang sepatutnya dibutuhkan untuk mengambil suatu keputusan dalam melakukan transaksi
3. Status subjek hukum yang tidak jelas dari pelaku usaha
4. Tidak ada jaminan keamanan bertransaksi, privasi serta penjelasan terhadap risiko-risiko yang berkaitan dengan sistem yang digunakan, khususnya dalam hal pembayaran secara elektronik
5. Pembebanan risiko yang tidak berimbang, karena pada umumnya terhadap jual beli secara online, pembayaran telah lunas dilakukan di muka oleh konsumen, sedangkan barang belum tentu diterima atau akan menyusul kemudian, karena jaminan yang ada adalah jaminan pengiriman barang bukan penerimaan barang
6. Transaksi yang bersifat lintas batas negara *borderless*, menimbulkan pertanyaan mengenai yurisdiksi hukum negara mana yang sepatutnya diberlakukan

Perlindungan konsumen sejatinya memiliki cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang dimulai dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sampai akibat-akibat yang timbul dari pemakaian barang dan/atau jasa tersebut. Terdapat dua aspek terkait cakupan perlindungan konsumen, antara lain (Zulham, 2013):

1. Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati
2. Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

Selain daripada itu, perlindungan hukum terhadap konsumen dalam suatu transaksi jual beli secara online maupun konvensional juga dapat diwujudkan dengan bentuk sebagai berikut (Nadya Ghina, 2016):

1. Perlindungan hukum berdasarkan peraturan perundang-undangan  
Perlindungan hukum yang bersumber daripada peraturan perundang-undangan memiliki sifat secara umum bagi setiap orang yang melakukan suatu transaksi.
2. Perlindungan hukum berdasarkan perjanjian yang dibuat antar pihak  
Definisi perjanjian dijelaskan berdasarkan pada Pasal 1313 KUHPerdara yaitu suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan nama satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih. Perjanjian dianggap sah apabila memenuhi syarat sahnya perjanjian yang diatur dalam KUHPerdara antara lain:

- a. Kesepakatan para pihak (Pasal 1321 KUHPerdara)
- b. Kecakapan para pihak (Pasal 1329 KUHPerdara)
- c. Mengenai suatu hal tertentu (Pasal 1333 KUHPerdara)
- d. Sebab yang halal (Pasal 1337 KUHPerdara)

Dalam Undang-Undang ITE pengertian dari perjanjian tidak dijelaskan secara spesifik. Pada Pasal 1 angka 17 Undang-Undang ITE Perjanjian atau kontrak elektronik didefinisikan sebagai perjanjian para pihak yang dibuat melalui Sistem Elektronik. Berhubungan dengan keabsahan perjanjian atau kontrak elektronik tersebut, pada Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang ITE merumuskan bahwa Transaksi Elektronik yang dituangkan ke dalam Kontrak Elektronik mengikat para pihak.

Pada transaksi yang dilakukan melalui *e-commerce* dan transaksi secara konvensional tetapi melalui media elektronik pada dasarnya merupakan suatu hal yang berbeda. Bilamana pada transaksi konvensional itu dilaksanakan sama halnya dengan perjanjian secara konvensional, hanya terdapat sedikit perbedaan akibat dari media yang digunakan serta percakapan ataupun negosiasi yang dilakukan antara konsumen dengan pelaku usaha dilakukan melalui media elektronik. Sedangkan, terkait dengan transaksi *e-commerce* itu merupakan suatu sistem yang sengaja dibuat untuk melakukan transaksi jual beli. Setelah melakukan pembayaran, maka pelaku usaha akan memenuhi tanggung jawabnya untuk mengirimkan barang dan/jasa tersebut kepada konsumen. Segala hal yang berkaitan dengan transaksi *e-commerce* dilakukan dengan menggunakan media elektronik baik dalam hal melakukan perjanjian, pembayaran hingga pengiriman.

Pelaksanaan perlindungan konsumen juga didukung dengan melibatkan beberapa pihak yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Pemerintah

Dalam pelaksanaan perlindungan konsumen, pemerintah memiliki peran yang penting serta bertanggung jawab dalam hal pembinaan serta pengawasan terhadap diselenggarakannya Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Tanggung jawab pembinaan oleh pemerintah berdasarkan ketentuan pada Pasal 29 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menjelaskan bahwa,

“Pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha.”

Selain daripada itu, tanggung jawab pemerintah dalam pembinaan atas perlindungan konsumen dituangkan pada Pasal 30 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bahwa,

“Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangannya diselenggarakan oleh pemerintah, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.”

## 2. Badan Perlindungan Konsumen Nasional

Badan Perlindungan Konsumen Nasional dibentuk guna mendukung upaya perlindungan hukum terhadap konsumen. Dalam hal ini Badan Perlindungan Konsumen Nasional memiliki fungsi yaitu memberikan saran serta pertimbangan terhadap pemerintah mengenai upaya pengembangan perlindungan konsumen di Indonesia. Untuk menjalankan fungsi tersebut Badan Perlindungan Konsumen Nasional memiliki tugas berdasarkan pada Pasal 34 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

## 3. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat

Lembaga Swadaya Masyarakat juga diberikan kesempatan dalam rangka mewujudkan perlindungan hukum terhadap konsumen dan dapat diakui oleh pemerintah jika Lembaga Swadaya Masyarakat tersebut memenuhi syarat. Oleh karena itu Lembaga Swadaya Masyarakat ini memiliki tugas yang dirumuskan pada Pasal 44 ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Dalam penerapan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online (*e-commerce*) terdapat beberapa pedoman yang perlu diperhatikan, yang dijelaskan sebagai berikut:

### 1. Dilihat dari sisi pelaku usaha

Perlindungan terhadap konsumen dapat diberikan dalam bentuk:

- a. Pemberitahuan identitas produsen/pelaku usaha secara jelas yang meliputi alamat tempat berusaha (termasuk e-mail), telepon serta jenis usaha yang dikelola
- b. Apabila pelaku usaha merupakan kantor atau perusahaan cabang harus diberitahukan alamat kantor/perusahaan induknya
- c. Memiliki izin yang dikeluarkan oleh pejabat yang berwenang untuk menyelenggarakan usahanya

### 2. Dilihat dari sisi konsumen

Konsumen sebagai pihak yang membutuhkan produk seringkali sebelum dimulainya transaksi diharuskan untuk memberikan informasi yang lengkap mengenai identitas diri atau perusahaan (apabila konsumen merupakan perusahaan). Namun, berkaitan dengan hal tersebut tidak ada jaminan keamanan mengenai identitas konsumen untuk tidak disalahgunakan. Guna melindungi konsumen dari penyalahgunaan informasi maka dibutuhkan adanya jaminan dari pelaku usaha bahwa data atau identitas yang berkaitan dengan konsumen tidak akan dipergunakan secara menyimpang diluar peruntukannya tanpa adanya izin dari konsumen.

### 3. Dilihat dari sisi produk (baik barang maupun jasa)

Informasi mengenai produk sangat penting diketahui oleh konsumen. Hal ini disebabkan melalui informasi tersebut konsumen dapat mengambil keputusan untuk melakukan transaksi atau tidak. Seringkali terjadi kesalahan pada pemberian informasi terhadap produk yang ditawarkan



dalam transaksi jual beli yang dilakukan secara online (*e-commerce*) seperti contohnya gambar produk tidak sesuai dengan kenyataannya. Untuk itu dibutuhkan pengaturan perlindungan konsumen karena hal tersebut dapat merugikan konsumen.

4. Dilihat dari segi transaksi

Dalam melakukan transaksi jual beli secara online, konsumen perlu untuk memerhatikan syarat-syarat sebagai berikut:

- a. Kesempatan konsumen dalam mengkaji ulang transaksi yang akan dilakukan sebelum mengambil keputusan, hal ini dimaksudkan untuk menghindari adanya kesalahan yang dibuat oleh konsumen
- b. Harga dari produk yang ditawarkan, apakah sudah termasuk pajak atau belum, termasuk ongkos kirim atau belum
- c. Mata uang apa yang dipakai
- d. Bagaimana mekanisme pengiriman barangnya, terkait dengan mekanisme pengiriman barang ini terdapat sebuah alternatif berupa perlindungan barang yang berupa asuransi. Asuransi ini dapat dibenbankan terhadap konsumen bila ingin menggunakan asuransi tersebut. Jika konsumen telah memilih untuk menggunakan asuransi terhadap pengiriman barangnya dan barang tersebut pada proses pengiriman terjadi kecacatan atau kerusakan maka tanggung jawabnya berpindah kepada pihak pengirim barang.
- e. Pelaku usaha perlu untuk menyediakan suatu rekaman transaksi yang setiap saat bisa diakses oleh konsumen dan didalamnya memuat segala sesuatu yang berkaitan dengan transaksi yang sedang atau telah dilakukan. Hal ini penting untuk kepentingan pembuktian apabila dikemudian hari timbul wanprestasi
- f. Informasi mengenai dapat atau tidaknya konsumen melakukan pengembalian terhadap barang yang sudah dibeli, jika diperkenankan sudah jelas bagaimana mekanismenya
- g. Apakah terdapat jaminan penggantian barang atau penggantian uang, jika produk yang diterima tidak sesuai atau rusak
- h. Mekanisme penyelesaian sengketa
- i. Jangka waktu pengajuan klaim yang wajar.

Pada dasarnya, transaksi jual beli yang dilakukan secara online (*e-commerce*) tidak jauh berbeda dengan transaksi jual beli yang dilakukan secara langsung atau konvensional. Hal ini disebabkan dalam proses jual beli secara online juga menimbulkan perikatan antara kedua pihak yaitu konsumen dengan pelaku usaha untuk memenuhi prestasi. Berkaitan dengan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli secara online memang belum terdapat pengaturan hukum yang mengatur secara khusus mengenai hal tersebut. Oleh karena itu, dalam perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli secara online juga tunduk dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

**B. Upaya Hukum Yang Dapat Ditempuh Oleh Konsumen Jika Terjadi Wanprestasi Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online (*E-Commerce*)**

Kasus wanprestasi hingga saat ini sangat kerap menimpa pihak pembeli atau dalam hal ini merupakan konsumen, yang mana dapat dikatakan sebagai suatu bentuk pelanggaran terhadap hak-hak konsumen dan dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen. Sebagai contoh kasus yang nyata yang pertama yaitu, terjadinya wanprestasi yang dilakukan platform belanja online yaitu shopee, dimana dalam kasus ini seorang konsumen membeli sebuah handphone pada bulan Agustus 2020 melalui platform tersebut. Namun, handphone tersebut tidak kunjung datang hingga bulan September 2020 dan konsumen telah berusaha untuk menanyakan status pesannya ke pihak ekspedisi pengiriman barang dan hasilnya ternyata tidak ada pengiriman terhadap barang yang ia pesan. Lalu ekspedisi pengiriman tersebut melakukan klaim kantor pusat ekspedisi yang kemudian meminta konsumen mengajukan pengembalian dana ke pihak shopee tetapi pihak shopee cenderung bertele-tele dan tidak segera memproses dan mencairkan pengembalian dana konsumen, karena hal ini konsumen mengalami kerugian sebesar Rp. 16.000.000,00. Kedua, kasus wanprestasi yang dilakukan oleh platform belanja *online* Tokopedia. Dimana pada tanggal 25 Mei 2021 seorang konsumen melakukan pembelian baterai handphone di Tokopedia, namun pada malam harinya penjual memberitahukan bahwa barang kosong dan lalu konsumen meminta bantuan kepada tokopedia untuk membatalkan pesannya. Tetapi pihak Tokopedia menolak dan tetap mengirimkan paket tersebut, lalu saat paket datang ternyata isinya kosong dan konsumen telah mengirimkan bukti video pembukaan paket dan melakukan terhadap pihak tokopedia. Namun, pihak Tokopedia sampai saat ini tidak merespon dan memberikan solusi atas permasalahan tersebut.

Berdasarkan kedua contoh kasus tersebut, pada umumnya konsumen menggunakan upaya non litigasi untuk menyelesaikan permasalahannya. Bilamana didasarkan pada Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, diatur khususny dalam BAB VI mulai dari Pasal 19 sampai dengan Pasal 28, memperhatikan substansi Pasal 19 ayat (1) Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Hal-hal tersebut sesungguhnya merupakan hal yang masih menjadi tanggungjawab pelaku usaha. Dimana tanggungjawab pelaku usaha meliputi:

- a. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan
- b. Tanggung jawab ganti kerugian atas pencemaran
- c. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen

Adanya tanggungjawab pelaku usaha tersebut dapat menjadi dasar konsumen untuk mempertahankan hak-hak konsumen yang dilanggar ataupun terjadi wanprestasi dalam suatu perjanjian jual beli biasa maupun secara online. Sehingga konsumen dapat melakukan upaya hukum, untuk mencegah sengketa tersebut terjadi dan untuk memberikan efek jera kepada penjual yang tidak beritikad baik. Tetapi, pada kedua contoh kasus tersebut pihak konsumen tidak melakukan upaya litigasi untuk memperoleh kembali kerugian yang dideritanya.

Permasalahan terkait dengan wanprestasi ini memang bukanlah suatu masalah yang dapat kita hindari oleh sebab itu apabila terjadi wanprestasi sangat perlu untuk dilakukan upaya hukum. Dikarenakan apabila melakukan transaksi melalui media elektronik karena banyak keterbatasan informasi yang didapatkan

baik dari konsumen maupun penjual. Sebelum adanya upaya hukum yang ditempuh dalam transaksi jual beli *online*. Maka tentunya terlebih dahulu ada akibat hukum yang timbul bila terjadi wanprestasi dalam transaksi jual beli secara *online (e-commerce)*.

Pada transaksi jual beli *online*, prinsip tanggung jawab mutlak adalah prinsip yang berlaku dalam hal terjadinya wanprestasi (Ainul Yaqin, t.t). Kedudukan pembeli yang lemah pada transaksi *e-commerce* menjadikan tanggung jawab sepenuhnya berada ditangan penjual atau pelaku usaha. Pelaku usaha akan bertanggung jawab penuh atas kegiatan usaha yang dilakukannya dalam transaksi *e-commerce*. Kembali pada akibat hukum, bilamana mendasarkan pada KUHPerdara, akibat hukum atas tidak dipenuhinya prestasi yaitu (Ainul Yaqin, t.t):

1. Diharuskan membayar ganti rugi yang diderita oleh kreditur atau pihak yang mempunyai hak menerima prestasi (Pasal 1243 KUHPerdara)
2. Diharuskan menerima pemutusan perjanjian disertai dengan pembayaran ganti kerugian (Pasal 1267 KUH Perdata)
3. Diharuskan menerima peralihan risiko sejak saat terjadinya wanprestasi (Pasal 1237 ayat (2) KUH Perdata)
4. Dia harus membayar biaya perkara jika diperkarakan di pengadilan (Pasal 181 ayat (1) HIR)

Tetapi kembali pada permasalahan yang dibahas disini yaitu upaya hukum yang dapat ditempuh apabila wanprestasi terjadi dalam transaksi jual beli secara *online (e-commerce)*. Terkait hal ini sesungguhnya dapat ditinjau dengan menggunakan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan UU No. 11 Tahun 2008 *juncto* UU No. 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Pertama, upaya hukum yang dapat dilakukan terlebih dahulu bila terjadi wanprestasi jika didasarkan pada UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, karena pada hakikatnya pembeli itu merupakan konsumen yang diberikan perlindungan hukum. Secara garis besar upaya hukum yang dapat ditempuh dalam penyelesaian sengketa (contohnya : wanprestasi) menurut UU PK, yaitu :

#### 1. Litigasi

Pada Pasal 45 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur mengenai penyelesaian sengketa konsumen melalui peradilan. Pasal 45 berbunyi :

- a. “Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.”
- b. “Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.”

Kasus wanprestasi yang diselesaikan melalui jalur litigasi atau melalui pengadilan kebanyakan merupakan kasus jual-beli yang dilakukan secara

langsung atau dengan kata lain mempertemukan penjual dan pembeli, contoh nyatanya yaitu sengketa wanprestasi atas jual beli tanah. Dimana dalam sengketa wanprestasi jual beli tanah ini dikatakan terjadi wanprestasi sebagai contoh bentuk perbuatannya yaitu adanya proses jual beli hak atas tanah telah bersifat terang karena dilakukan dihadapan PPAT namun telah menjadi cacat hukum dikarenakan tidak hadir dan tidak ikutnya salah satu pihak untuk menandatangani akta-akta tersebut. Perbuatan itu adalah perbuatan wanprestasi.

## 2. Non Litigasi

Untuk penyelesaian melalui jalur non litigasi yang didasarkan pada UU Perlindungan Konsumen. Dilakukan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Dimana melalui badan tersebut para pihak diberi kebebasan untuk menyelesaikan sengketa melalui cara apa saja (contohnya : konsiliasi, mediasi, dan arbitrase). Kasus penyelesaian yang diselesaikan melalui non litigasi atau yang dalam hal ini melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sebagai contohnya yaitu kebanyakan transaksi-transaksi jual beli *e-commerce*. Hal ini dikarenakan BPSK merupakan alternatif bagi konsumen yang kerugian atas transaksi jual beli yang transaksi yang nilainya kecil.

Sebagai konsumen salah satu hak konsumen yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan secara patut. Upaya penyelesaian sengketa (contohnya : wanprestasi) didasarkan pada UU Perlindungan Konsumen dapat dilakukan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). BPSK adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara Pelaku Usaha dan Konsumen. Sedangkan bilamana didasarkan menurut Istilah BPSK merupakan suatu lembaga khusus yang dibentuk diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang tugas utamanya adalah menyelesaikan sengketa atau perselisihan antara konsumen dan pelaku usaha (Celina Tri Siwi Kristianti, 2011).

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen merupakan lembaga atau institusi non-struktural yang memiliki fungsi sebagai lembaga/institusi yang menyelesaikan permasalahan konsumen di luar pengadilan. Hal tersebut juga sebagaimana Undang-Undang nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tepatnya pada Pasal 45 ayat (1) jo, Pasal 23 yang mana memungkinkan penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan. Hal tersebut sebagaimana Pasal 45 ayat (1) jo, Pasal 23 Undang-Undang nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan ketentuan pasal 45 ayat (2) UUPK ini, dihubungkan dengan penjelasannya, maka penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan melalui cara-cara sebagai berikut (Yusuf Shofie, 2000):

1. Penyelesaian damai oleh para pihak yang bersengketa tanpa melibatkan pengadilan atau pihak ketiga yang netral.
2. Penyelesaian melalui pengadilan.

### 3. Penyelesaian di luar pengadilan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

Sehubungan dengan Tata cara penyelesaian sengketa BPSK diatur dalam UUPK jo Kepmenperindag No.350/MPP/12/2001 tentang pelaksanaan Tugas dan Wewenang. Proses penyelesaiannya pun diatur sangat sederhana dan sejauh mungkin dihindari suasana formal. Proses penyelesaian sengketa melalui BPSK yang mana melalui jalur non litigasi, didasarkan atas Kepmenperindag No.350/MPP/12/2001 memberikan kebebasan pada pelaku usaha ataupun konsumen untuk memilih cara penyelesaian sengketa yang bisa dipilih adalah konsiliasi, mediasi dan arbitrase.

Tetapi jika yang dipilih para pihak adalah konsiliasi atau mediasi, maka ketua BPSK segera menunjuk majelis sesuai ketentuan untuk ditetapkan sebagai konsiliator atau mediator. Jika yang dipilih adalah arbitrase, maka prosedurnya adalah para pihak memilih arbiter ketiga dari anggota BPSK yang berasal dari unsur pemerintah sebagai ketua majelis (Yusuf Shofie. 2013).

Selain konsiliasi yang kedua yaitu melalui mediasi. Mediasi yakni proses negosiasi penyelesaian sengketa atau pemecahan masalah dimana pihak-pihak ketiga yang tidak memihak bekerjasama dengan para pihak yang bersengketa membantu memperoleh kesepakatan perjanjian yang memuaskan, pihak ini disebut mediator (Yusuf Shofie. 2013). Mediator tidak mempunyai wewenang untuk memutuskan sengketa, melainkan hanya membantu para pihak untuk menyelesaikan persoalan-persoalan yang diserahkan kepadanya. Jika para pihak yang bersengketa berhasil mencapai saling pengertian dan bersama-sama merumuskan penyelesaian sengketa dengan arahan konkret dari mediator. Maka kesepakatan antara konsumen dengan pelaku usaha. Selanjutnya dibuat dalam bentuk perjanjian, ditandatangani oleh para pihak dan diserahkan kepada majelis BPSK untuk dikukuhkan dalam keputusan majelis BPSK untuk menguatkan perjanjian tersebut. Putusan tersebut mengikat kedua belah pihak dan mediasi tidak memuat sanksi administratif.

Upaya hukum yang dapat ditempuh bila terjadi wanprestasi terkait dengan wanprestasi dalam Transaksi Jual Beli Secara Online (E-Commerce) untuk yang kedua ini ditinjau berdasarkan UU No. 11 Tahun 2008 *juncto* UU No. 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Dalam hal ini Apabila penjual online atau pelaku usaha tidak bertanggung jawab dalam hal melakukan wanprestasi pada transaksi e-commerce, maka konsumen dapat menempuh jalur hukum sesuai yang diatur dalam pasal 38 dan 39 undang-undang informasi dan transaksi elektronik tentang penyelesaian sengketa. Pada UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 38 “Setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan sistem elektronik dan/atau menggunakan teknologi informasi yang menimbulkan kerugian”.

Sebagaimana pasal 39 ayat (2) UU ITE dijelaskan bahwasannya selain penyelesaian gugatan perdata, para pihak dapat menyelesaikan sengketa

melalui arbitrase, atau lembaga lainnya, namun bilaman tidak ditemukan titik terang setelah adanya negosiasi lantaran ketika pelaku usaha mencoba menawarkan penyelesaian melalui ganti rugi dengan pengembalian uang jika barang telah dikirim ke penjual, namun pihak pembeli menolak dan ingin uang ditransfer dulu ke pembeli baru barang dikirim kembali ke penjual, karena hal tersebut para pihak kukuh atas komitmen mereka. Sehingga salah pihak yang merasa dirugikan dapat menuntut ke pengadilan karena telah diatur dalam Pasal 38 UU ITE yang memuat bahwasannya “setiap orang yang dirugikan dalam terselenggaranya transaksi elektronik dapat mengajukan gugatan”.

Diajukan gugatan dalam hal ini merupakan upaya konsumen untuk menuntut ganti rugi akibat kerugian yang terjadi dalam transaksi jual beli *online* yang ditinjau berdasarkan UU ITE dapat dilakukan melalui cara:

1. Litigasi

Sebagaimana dengan pasal 38 UU ITE yang menjelaskan para pihak dapat menggugat apabila dalam penyelenggaraan transaksi elektronik merugikan pihak lain. Dengan diakuinya alat bukti elektronik sebagai alat bukti yang sah di pengadilan sebagaimana disebutkan dalam Pasal 5 ayat (1), (2) dan (3) undang-undang informasi dan transaksi elektronik maka alat-alat bukti yang dapat digunakan oleh konsumen di pengadilan adalah:

- a. Bukti transfer atau bukti pembayaran,
- b. SMS atau e-mail yang menyatakan kesepakatan untuk melakukan pembelian,
- c. Nama, alamat, nomor telepon, dan nomor rekening pelaku usaha.

2. Non Litigasi

Pada pasal 39 ayat (2) undang-undang informasi dan transaksi elektronik yang menjelaskan bahwa selain penyelesaian gugatan perdata, para pihak dapat menyelesaikan sengketa melalui arbitrase, atau lembaga lainnya.

Didasarkannya pada kedua undang-undang tersebut yaitu undang-undang perlindungan konsumen dan undang-undang informasi dan transaksi elektronik, pada penerapan kenyataannya kembali kepada para pihak yang mengalami wanprestasi atas transaksi jual beli secara *online*. Ini tidak hanya didasarkan pada UU informasi dan transaksi elektronik dikarenakan dalam hal ini pembeli merupakan bagian dari konsumen yang pada hakikatnya memperoleh perlindungan hukum yang didasarkan pada UU Perlindungan Konsumen. Selain itu pada hakikatnya Bentuk wanprestasi dalam jual beli melalui media elektronik (*e-commerce*) tidak jauh berbeda dengan bentuk wanprestasi dalam jual beli pada umumnya yang membedakan hanya media yang digunakan dalam melakukan transaksi jual beli tersebut.

#### 4. PENUTUP

##### A. Kesimpulan

1. Bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam perjanjian jual beli melalui media internet meliputi: perlindungan konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang dimulai dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sampai akibat-akibat yang timbul dari pemakaian barang dan/atau jasa tersebut. Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam suatu transaksi jual beli melalui *e-commerce*. Upaya perlindungan konsumen juga dilakukan dengan pemberian tanggung jawab terhadap pelaku usaha dalam diadakannya kegiatan transaksi. Pelaksanaan perlindungan konsumen juga didukung dengan melibatkan beberapa pihak.
2. Upaya Hukum yang dapat digunakan bagi konsumen apabila terjadi wanprestasi dalam Transaksi Jual Beli Secara Online (*E-Commerce*) yaitu: Menggunakan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan UU No. 11 Tahun 2008 *juncto* UU No. 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Upaya hukum yang dapat dilakukan terlebih dahulu bila terjadi wanprestasi jika didasarkan pada UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, karena pada hakikatnya pembeli itu merupakan konsumen yang diberikan perlindungan hukum. Secara garis besar upaya hukum yang dapat ditempuh dalam penyelesaian sengketa (contohnya : wanprestasi) menurut UU PK, yaitu litigasi dan non litigasi.

##### B. Saran

1. Pemerintah memiliki peran yang penting serta bertanggung jawab dalam hal pembinaan serta pengawasan terhadap diselenggarakannya Undang-Undang Perlindungan Konsumen serta perlu dilakukan sosialisasi UU ITE sehingga masyarakat dapat memahami dan mengetahui perihal tentang keabsahan perjanjian melalui Internet tersebut.
2. Konsumen harus berhati-hati dalam pembelian secara online, agar tidak terjadi wanprestasi. Dimana Pemerintah harus memberikan pengawasan yang lebih ketat lagi bagi para pihak yang melakukan transaksi elektronik ini yaitu dengan jalan melakukan/mewajibkan diadakannya suatu pendaftaran terhadap segala kegiatan yang menyangkut kepentingan umum didalam lalu lintas elektronik tersebut, termasuk pendaftaran atas usaha-usaha elektronik (*e-commerce*) yang berupa virtual shops ataupun virtual services lainnya dan kewajiban terdaptarnya seorang pembeli dalam sebuah perusahaan penyelenggaraan sistem pembayaran sehingga proses transaksinya dapat berjalan lancar dan tidak ada satu pihak pun yang merasa dirugikan.

#### Ucapan Terimakasih

Alhamdulillah segala puji syukur kehadirat ALLAH SWT atas rahmat, taufiq dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dan artikel ini dengan judul **Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual-Beli Secara Online (E-Commerce)**. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan para pihak oleh karena itu penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih

kepada kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan motivasi pada penulis dan Ibu Dr. Aryani Witasari, S.H., M.Hum yang selalu memberikan arahan kepada penulis selama pembuatan skripsi dan artikel ini.

### Daftar Pustaka

- Abdul Hakim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, Bandung, Nusa Media, 2010.
- Ahmad M.Ramli, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia*, PT. Refika Aditama, Bandung, 2004.
- Ainul Yaqin, *Akibat Hukum Wanprestasi Dalam Jual Beli Online Menurut Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik*, Universitas Islam Malang.
- Celina Tri Siwi Kristianti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2011
- Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2003.
- <http://etheses.iainponorogo.ac.id/>
- [http://meaolshoppontianak.blogspot.com/p/blog-page\\_51.html](http://meaolshoppontianak.blogspot.com/p/blog-page_51.html)
- <https://islamiwiki.blogspot.com/>
- <https://mediakonsumen.com/2020/09/20/surat-pembaca/paket-tidak-diterima-proses-pengembalian-dana-shopee-berbelit-belit>
- <https://mediakonsumen.com/2021/06/04/surat-pembaca/tokopedia-tidak-tegas-terhadap-seller-nakal>
- <https://www.kompasiana.com/mfachrip>
- Nadya Ghina, Skripsi, *Tinjauan Yuridis Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Secara Online (E-Commerce)*, Fakultas Hukum UNISSULA, Semarang, 2016.
- Salim HS, *Pengantar Hukum Perdata Tertulis (BW)*, Jakarta, 2008.
- Sri Hastirin dan Aryani Witasari, *Pengantar Hukum Indonesia*, Universitas Islam Sultan Agung Semarang PRESS, Semarang, 2012.
- Subekti, *Aneka Perjanjian*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014.
- Wiwik Meilarati, *Aspek Hukum Penipuan Berbasis Internet*, Keni Media, Makassar, 2017.



Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000.

Yusuf shofie. *Penyelesaian Sengketa Konsumen menurut UUPK, Teori dan Peraktek Penegakan Hukum*. Cet ke-1, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003.

Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Prenada Media Group, 2013.