

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PARA PIHAK ANTARA PELAKU
USAHA DAN KONSUMEN E-COMMERCE AKIBAT CEDERA JANJI
(WANPRESTASI)**

Oleh:

Hidayati

Fakultas Hukum Universitas Borobudur

E-mail: hidayati@borobudur.ac.id

ABSTRACT

Internet usage in Indonesia is around 78.19 percent of the total number. The aim of this research is to legally protect business actors and consumers in order to develop their businesses through advances in internet technology to reduce costs, save time, and overcome problems related to physical contracts. The approach method used in this research is normative juridical, namely referring to applicable laws and regulations. Meanwhile, the normative approach is carried out by studying library materials or secondary data about legal principles and case studies as library legal research. The results of the research conclude that the regulations of the Republic of Indonesia Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection, and Republic of Indonesia Law Number 7 of 2014 concerning Trade are also related to E-commerce which uses electronic transactions, explaining that every agreement made legally is also valid as law for which makes it so, if there is a form of default committed by each stakeholder online, there is a dispute so that legal action for compensation is required through the Consumer Dispute Resolution Agency which is tasked with handling and resolving disputes between both parties, supported by a legal umbrella to protect victims in E-commerce which refers to applicable laws and regulations.

Keywords: both parties, breach of contract, e-commerce, legal protection

A. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi saat ini berkembang dengan pesat sehingga penggunaan internet menunjukkan angka cukup besar karena penggunaan internet sudah menjadi kebutuhan penduduk di dunia yang telah menjadi bagian dari kehidupan global, khususnya bagi individu kontemporer. Di Indonesia, dari 275 juta orang, data pengguna internet yang dikeluarkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) yang dilansir oleh kompas.com bahwasanya pengguna internet di Indonesia mencapai 132,7 juta dengan rincian 86,3 juta atau 65% adalah penduduk yang tinggal di Pulau Jawa, selanjutnya penduduk Maluku dan Papua jumlah 3,3 juta yang menggunakan akses internet atau sekitar 2,5%.¹ Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa masyarakat modern bergantung pada teknologi untuk melakukan banyak hal, termasuk mengakses internet. Era global identik dengan jaringan komunikasi global. Konsep perdagangan modern telah berubah dari konsep awal perdagangan, yaitu barter.

Internet adalah sarana untuk menyebarkan pengetahuan dalam skala global, perangkat untuk bertukar informasi, dan platform untuk melibatkan dan berkolaborasi

¹<https://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta>

dengan individu di seluruh dunia melalui komputer tanpa batasan lokasi. Seringkali kita menggunakan istilah “*e-commerce*” untuk menggambarkan proses jual beli secara elektronik antara pelaku usaha dan konsumen. Individu yang terlibat dalam transaksi *e-commerce* terdiri dari badan usaha, pelanggan, dan fasilitator. Dalam konteks ini, fasilitator yang dimaksud adalah penyedia jasa atau laman web yang beroperasi sebagai media usaha berbasis internet. Beberapa contoh penyedia layanan internet, termasuk Amazon, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, dan Zalora.

Beberapa penelitian terdahulu dalam perjalanan perkembangan *e-commerce* diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Ria Sintha Devi dan Feryanti Simarsoit yang berjudul “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen *E-Commerce* Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”² dan penelitian yang dilakukan oleh Oktriadi Kurniawan, Aria Zurnetti, dan Suharizal yang berjudul “Penyelesaian Sengketa Wanprestasi Dalam Perjanjian Jual Beli *Online (E-Commerce)* yang Mengarah Pada Penipuan”³. Dari kedua penelitian tersebut, peneliti memahami kesalahan dalam transaksi yang dilakukan oleh penyedia, badan usaha, atau pelanggan dapat menimbulkan masalah hukum. Pihak yang terlibat mencari ganti rugi dan mengandalkan kontrak *e-commerce* sebagai bukti. Ketika barang atau produk dikirim dengan sistem pembayaran di tempat atau *cash on delivery* (COD), konsumen merasa tidak puas dan mengembalikannya tanpa memperhitungkan pihak lain yang terkena dampak, seperti pengiriman dan pengemasan. Perilaku konsumen yang tidak bertanggung jawab adalah penyebab utama kerugian bisnis. Selain itu, contoh yang berkaitan dengan kerusakan yang diderita oleh perusahaan internet yang menawarkan konsumen dalam *e-commerce* karena konsumen yang secara tidak sengaja menolak barang yang ditetapkan dalam kontrak elektronik yang sering terjadi akhir-akhir ini, yaitu menolak barang yang datang dan membukanya tanpa membayar sesuai dengan kesepakatan *online*.

Selanjutnya untuk menjamin keamanan konsumen, selain Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Tahun 1999, Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik memiliki ketentuan dalam Pasal 28 ayat (1) yang menyatakan bahwa setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik. Dengan berbagai peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah, tujuannya adalah untuk memberikan perlindungan hukum kepada konsumen dan Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan juga terkait dengan bisnis *online* yang memanfaatkan transaksi digital. Berdagang melalui sistem elektronik, Pasal 65 dan 66 UU Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan mengatur bahwa setiap orang atau organisasi yang terlibat dalam pertukaran produk atau jasa harus memberikan data dan informasi yang komprehensif dan tepat. Perangkat hukum yang telah disebutkan pasti sangat penting untuk melindungi konsumen. Untuk menghindari kerugian, konsumen juga harus pintar dan religius. Setiap kampanye pemerintah selalu menggambarkan konsumen sebagai pihak yang cerdas dan kritis.

Berdasarkan perspektif yang berlaku, kemungkinan besar antara pelaku usaha dan konsumen akan mengalami kemunduran keuangan, baik secara langsung maupun tidak

² Ria Sintha Devi dan Feryanti Simarsoit, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen *E-Commerce* Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”, Jurnal Rectum, Vol. 2 No. 2, Juli 2020, hlm. 119.

³ Oktriadi Kurniawan, Aria Zurnetti, dan Suharizal yang berjudul “Penyelesaian Sengketa Wanprestasi Dalam Perjanjian Jual Beli *Online (E-Commerce)* yang Mengarah Pada Penipuan”, Jurnal Syntax Transformation, Vol. 1 No. 7, September 2020, hlm. 353.

langsung, apabila dari para pihak tersebut melakukan cedera janji atau wanprestasi. Dengan mempertimbangkan penjelasan di atas, ada beberapa masalah yang dirumuskan yaitu:

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap para pihak antara pelaku usaha dan konsumen *e-commerce* yang cedera janji (wanprestasi)?
2. Bagaimana dampak *e-commerce* bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia tahun 2020-2023 apabila terjadi sengketa?
3. Bagaimana kebijakan pemerintah terhadap perlindungan hukum *online* retailer provider termasuk dalam transaksi *e-commerce*?

Penelitian ini merupakan penelitian yuridis normatif. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kepustakaan. Data yang diperoleh dari penelitian kepustakaan berupa data sekunder yang terdiri dari peraturan perundang-undangan, buku, naskah dinas, publikasi, dan hasil penelitian. Selain itu, untuk menjawab permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, dikaji melalui proses analisis dengan menggunakan pendekatan penelitian deskriptif analitis. Analisis data yang digunakan melibatkan metode kualitatif yang diterapkan pada data sekunder. Analisis deskriptif ini meliputi substansi dan kerangka hukum positif, khususnya upaya penulis untuk memastikan isi atau interpretasi asas-asas hukum yang menjadi pedoman dalam penyelesaian masalah hukum yang sedang diselidiki.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengertian E-Commerce

Secara umum, *e-commerce* adalah istilah asing yang kurang dikenal. Masih banyak yang percaya bahwa *e-commerce* identik dengan tindakan jual beli perangkat elektronik. Oleh karena itu, penulis akan menjelaskan definisi *e-commerces* sebagai berikut:

Onno W Purbo dan Aang Arif Wahyudi berusaha untuk menggambarkan *e-commerce* sebagai rangkaian teknologi, prosedur, dan kebiasaan yang komprehensif yang memfasilitasi transaksi komersial tanpa menggunakan kertas sebagai media transaksi. Ini dapat dicapai melalui berbagai cara, seperti email atau internet. Dalam arti yang lebih luas, David Baum mendefinisikan *e-commerce* sebagai bermacam-macam teknologi, aplikasi, dan prosedur bisnis yang dinamis yang menghubungkan pelaku bisnis, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan pertukaran barang, jasa, dan informasi yang dilakukan secara elektronik.⁴

2. Tindak Pidana Penipuan Secara Online

Penipuan *online* identik dengan penipuan tradisional. Perbedaannya hanya terletak pada metode yang digunakan, khususnya yang memanfaatkan sistem elektronik (komputer, internet, perangkat telekomunikasi).⁵ Internet adalah bentuk singkatan dari frase jaringan internasional, yang mengacu pada interkoneksi komputer di seluruh dunia. Ini adalah jaringan komputer yang luas yang terdiri dari banyak jaringan yang saling berhubungan. *E-commerce*, pada dasarnya, adalah transaksi komersial yang dilakukan antara pedagang dan pelanggan melalui *platform* internet. Hal ini memungkinkan seluruh proses, mulai dari pemesanan, penyelesaian transaksi pembayaran, hingga pengiriman barang, dapat dikomunikasikan melalui internet.

⁴ Onno W Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal E-Commerce*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001, hlm. 46.

⁵ Musa Hengky P Tampubolon, Mulyati Pawennei, dan Zainuddin, "Efektifitas Penyidikan Tindak Pidana Penipuan Secara Online", *Journal of Lex Generalis (JLG)*, Vol. 2 No. 4, 2012, hlm. 1587.

3. Pengertian Perjanjian

Pengertian perjanjian di dalam Buku III KUHPerdara tentang *verbintenissenrecht* mencakup pula istilah *overeenkomst*. Dikenal dari tiga terjemahan *verbentenis*, yaitu perikatan, perutusan, dan perjanjian, sedangkan *overeenkomst* ada dua terjemahan, yaitu perjanjian dan persetujuan. Pengertian dari perjanjian itu sendiri, diatur dalam Buku III dan Bab II KUHPerdara. Pasal 1313 KUHPerdara menyebutkan bahwa suatu perjanjian (persetujuan) adalah satu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih. Menurut ketentuan Pasal 1233 KUHPerdara, bahwa tiap-tiap perikatan dilahirkan, baik karena persetujuan, baik karena undang-undang. Perikatan yang bersumber dari perjanjian, diatur dalam Buku III KUHPerdara pada Bab II (Pasal 1313 sampai dengan Pasal 1351) dan Bab V sampai dengan XVIII (Pasal 1457 sampai dengan Pasal 1864).

4. Syarat Sahnya Perjanjian

Landasan hubungan hukum antara badan usaha dan konsumen, dalam hal ini transaksi jual beli dalam *e-commerce*, dilakukan melalui suatu perjanjian kontrak. Setiap kontrak harus memenuhi syarat-syarat hukumnya sebagaimana tercantum dalam Pasal 1320 KUHPerdara. Setelah para pihak mencapai kesepakatan, itu menjadi mengikat secara hukum sesuai dengan Pasal 1338 KUHPerdara. Sebagaimana diketahui bahwa sistem hukum kita menjunjung tinggi asas kebebasan berkontrak (mengacu pada Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara). Menurut Pasal 1338 ayat (1), setiap perjanjian yang dibuat dengan undang-undang menjadi mengikat para pihak yang terlibat. Sepanjang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan atau kebiasaan yang ada, setiap perjanjian, baik lisan maupun tulisan, yang dibuat oleh para pihak yang melakukan transaksi *e-commerce*, akan dianggap mengikat secara hukum bagi pihak-pihak tersebut.

5. Kontrak Elektronik

Dalam perjalanan perdagangan pun bergeser dari konvensional beralih ke perdangan elektronik (*e-commerce*). Selain itu, untuk menjelaskan bahwa perdagangan elektronik diatur dalam Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, juga dikaitkan dengan *e-commerce* yang memanfaatkan transaksi digital. Melakukan transaksi melalui sistem digital, Pasal 65 ayat (1), setiap badan usaha yang melakukan pertukaran barang dan/atau jasa melalui sistem digital wajib menyediakan data dan/atau informasi yang lengkap dan akurat.

Menurut Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, bahwa setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik. Dengan berbagai undang-undang yang diterapkan oleh otoritas, tujuannya adalah untuk menawarkan perlindungan hukum kepada individu. Terlepas dari apakah pelaku mendapatkan keuntungan dari tindakan curangnya, aspek pidana tetap utuh selama dapat dibuktikan bahwa tindakan tersebut mengakibatkan kerugian bagi orang lain.

6. Teori Penyelesaian Sengketa

Laura Nader dan Harry F. Todd Jr menerangkan bahwa cara penyelesaian sengketa dalam masyarakat termasuk dalam penyelesaian sengketa dengan menggunakan *alternative dispute resolution* (ADR) adalah perundingan (*negotiation*), mediasi, dan arbitrase. Ketiga cara tersebut terdapat dalam Undang-Undang No. 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, yaitu:

- a. *Negotiation* (perundingan). Dua kelompok yang saling bertentangan adalah penengah. Untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh kedua kelompok tersebut, mereka mencapai persetujuan tanpa intervensi dari pihak luar. Kedua kelompok berupaya meyakinkan satu sama lain, sehingga mereka menetapkan aturan mereka sendiri dan mematuhi tanpa melanggar peraturan yang telah ada sebelumnya.
- b. *Mediation* (mediasi). Seorang mediator adalah individu yang tidak memihak yang membantu dua pihak yang berkonflik dalam mencapai konsensus. Perantara ini dapat dipilih dengan kesepakatan bersama atau ditunjuk oleh tokoh yang berwibawa. Terlepas dari bagaimana mediator dipilih, kedua belah pihak yang terlibat dalam perselisihan harus setuju untuk menggunakan jasa mereka untuk mencari penyelesaian.
- c. *Adjudication* (peradilan), yakni penghubung yang memiliki kemampuan untuk ikut campur dalam menyelesaikan perselisihan, tanpa memperdulikan keinginan dari pihak yang bertikai. Penghubung juga memiliki kewenangan untuk menetapkan keputusan dan memastikan pelaksanaannya, yang menunjukkan bahwa penghubung bertujuan agar keputusan tersebut dijalankan.

Ketiga metode tersebut dapat dikategorikan sebagai metode penyelesaian konflik, khususnya metode konvensional, alternatif penyelesaian sengketa (ADR), dan pendekatan yudisial. Ketiga metode ini tidak ditentukan dalam dokumen hukum mana pun. Negosiasi, mediasi, dan arbitrase tercakup dalam ADR sebagai sarana penyelesaian konflik. Ketiga pendekatan tersebut dituangkan dalam Undang-Undang No. 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, yang mengatur tentang arbitrase dan alternatif penyelesaian sengketa, sedangkan penyelesaian konflik di pengadilan disebut sebagai hukum acara.

C. PEMBAHASAN

1. Perlindungan Hukum Terhadap Para Pihak Antara Pelaku Usaha Dan Konsumen *E-Commerce* Yang Cedera Janji (Wanprestasi)

Menurut asas konsensualisme, suatu kontrak dibuat ketika suatu fakta dibuat atau kesepakatan antara kedua belah pihak menggantikan unsur-unsur penting dari materi pokok perjanjian. Tanggung jawab pelaku usaha pada dasarnya dapat dikategorikan menjadi tanggung jawab secara privat dan publik.⁶ Dimaksudkan secara privat yaitu penggantian kerugian oleh pelaku usaha kepada konsumen atau sebaliknya berupa materiil barang atau uang sesuai dengan kesepakatan harga dan tanggung jawab secara publik dikenakan sanksi tegas apabila salah satu pihak melakukan cedera janji akibat dari wanprestasi. Oleh karena itu, untuk memastikan adanya suatu kontrak dan keabsahannya perlu ditentukan apakah telah tercapai kesepakatan bersama. Konsensus dalam suatu kontrak pada dasarnya merupakan ekspresi niat dari dua atau lebih pihak yang terlibat dalam kontrak sehubungan dengan tindakan yang ingin mereka lakukan, cara di mana mereka akan dieksekusi, jangka waktu pelaksanaannya, dan pihak yang bertanggung jawab untuk memenuhi syarat-syarat yang telah disepakati.⁷ Jika kedua belah pihak memenuhi proposal dan tidak menyetujui proposal yang diinformasikan yang mencakup kondisi yang dianggap terpenuhi, atau yang sejalan dengan tindakan yang diinginkan mereka yang dapat dieksekusi, dipenuhi, atau diterima oleh mereka. Dalam hal demikian,

⁶ Susilowati S, Dajaan, Agus Suwandono, dan Deviana Yunitasari, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2021, hlm. 35.

⁷ Subekti, *Hukum Perjanjian*, Jakarta: Intermasa, 2005, hlm. 26.

sampai belum tercapai kesepakatan atau cedera janji (wanprestasi). Syarat perundingan ini harus tetap ada sampai kedua belah pihak pada akhirnya mencapai kesepakatan tentang hal-hal yang harus dipenuhi dan dilaksanakan oleh para pihak dalam perjanjian tersebut.

Jenis-jenis wanprestasi yang dilakukan pelaku usaha atau penjual dalam transaksi jual beli *online* melalui *e-commerce* adalah sebagai berikut:

- a. Gagal memenuhi komitmennya;
- b. Memenuhi janji, tetapi tidak seperti yang dinyatakan semula;
- c. Memenuhi janji, meski terlambat;
- d. Menjalankan sesuatu yang secara tegas dilarang oleh perjanjian.⁸

Sesuai dengan Pasal 1474 KUHPPerdata, telah ditetapkan ketentuan mengenai hak dan tanggung jawab penjual atau badan usaha, serta hak dan tanggung jawab konsumen. Ini termasuk kewajiban untuk menyediakan dan memikul tanggung jawab atas setiap cacat hukum atau tersembunyi pada barang. Selain itu, Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menegaskan bahwa hak-hak konsumen dalam kaitannya dengan penjual/badan usaha, yaitu sebagai berikut:

- a. Hak atas kemudahan, jaminan, dan kesejahteraan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta memperoleh barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan syarat serta jaminan yang dijanjikan.
- c. Hak atas informasi yang akurat, transparan, dan benar mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
- d. Hak istimewa untuk menyatakan pendapat dan keluhan tentang barang dan/atau jasa yang digunakan.
- e. Hak istimewa untuk mendapat perwakilan, pengamanan, dan upaya penyelesaian sengketa yang sesuai dengan perlindungan konsumen.
- f. Hak untuk mendapatkan bimbingan dan pendidikan konsumen.
- g. Hak untuk menerima kompensasi, perbaikan, dan/atau pengembalian, jika barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
- h. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan lainnya.

Konsensus dalam akad, pada hakikatnya merupakan representasi maksud dari dua pihak atau lebih dalam perjanjian, mengenai hal-hal yang ingin dilaksanakannya, mengenai cara pelaksanaannya, mengenai jangka waktu pelaksanaannya, dan mengenai pihak-pihak yang berkewajiban. untuk melaksanakan hal-hal yang telah disepakati.

Sebelum mencapai kesepakatan antara pihak-pihak yang terlibat, biasanya akan dilakukan diskusi awal atau biasa disebut dengan negosiasi. Selama negosiasi ini, satu atau lebih pihak dalam perjanjian akan secara proaktif menyajikan dokumen yang menguraikan syarat dan ketentuan yang diinginkan yang diizinkan secara hukum dan terbuka untuk persetujuan oleh semua pihak yang terlibat. Dokumen ini biasa disebut sebagai penawaran.⁹

Ketentuan mengenai waktu terjadinya suatu perjanjian dalam Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik diatur dalam Pasal 20 ayat (1)

⁸ Komang Frisma Indra Prastya, Ni Ketut Sari Adnyani, dan Si Ngurah Ardhya, "Tinjauan Yuridis Tentang Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Online Melalui E-Commerce Menurut Pasal 1320 KUHPPerdata dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik". Jurnal Komunitas Yustisia, Vol. 4 No. 2, Agustus 2021, hlm. 623.

⁹ Sjaifurrachman, *Aspek Pertanggungjawaban Notaris dalam Pembuatan Akta*, Bandung: Mandar Maju, Bandung, 2011, hlm. 134.

dan (2) yang menyebutkan bahwa kecuali ditentukan lain oleh para pihak, transaksi terjadi pada saat penawaran transaksi yang dikirimkan oleh pengirim telah diterima dan diterima oleh penerima (paragraf 1), dan penerimaan penawaran transaksi secara elektronik sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) harus dilakukan dengan pernyataan elektronik (paragraf 2). Dalam transaksi jual beli *online*, pihak yang melakukan penawaran adalah badan usaha yang, dalam hal ini, membuat *thread* untuk barang atau jasa yang dijual. Barang dan/atau jasa yang ditawarkan hanya dapat dilihat oleh siapa saja. Jika calon pelanggan tertarik untuk melakukan pembelian, calon pelanggan akan melakukan pemesanan, menelepon, atau kirim SMS langsung ke nomor pribadi badan usaha. Melakukan panggilan telepon atau mengirim pesan singkat dapat dilakukan sebagai aturan karena sebagian besar badan usaha menyediakan nomor ponsel untuk tujuan kontak. Setelah konsensus tercapai mengenai harga, entitas bisnis dan pelanggan akan memutuskan akun bersama mana yang akan digunakan. Setelah setuju untuk menggunakan akun bersama tertentu, akun bersama akan menjelaskan informasi yang diperlukan untuk bisnis dan pelanggan. Badan usaha akan mentransfer dana ke akun bersama. Akun bersama akan memberi tahu entitas bisnis tentang penerimaan dana yang berhasil dan meminta entitas bisnis untuk mengirimkan barang dagangan. Sengketa yang biasanya muncul dalam skenario di atas berkaitan dengan kesepakatan yang dibuat dalam transaksi jual beli *online* melalui rekening bersama. Masalah lain yang muncul dengan perjanjian adalah bahwa mungkin ada kekurangan kehendak seperti situasi pengawasan, penipuan, pemaksaan, dan penyalahgunaan. Peneliti menegaskan bahwa hal tersebut dapat dikurangi dalam melakukan transaksi jual beli *online* melalui rekening bersama, karena dapat menjaga kepentingan konsumen apabila barang yang diterima dari badan usaha tidak sesuai dengan kondisi dan informasi visual barang tersebut. Jika barang yang diterima tidak sesuai, dapat dikembalikan, dan uang yang dikirim ke rekening bersama akan dikembalikan kepada pembeli setelah dikurangi biaya rekening bersama hingga dipastikan barang yang dikembalikan telah sampai ke badan usaha. Mengenai perilaku pemaksaan selama transaksi melalui rekening bank, peneliti berpendapat bahwa hal ini tidak mungkin terjadi karena pembeli atau penjual *online* memiliki kebebasan untuk menerima atau menolak tawaran tersebut.

Pengamanan hukum bagi konsumen secara umum dapat dilaksanakan pada periode sebelum transaksi (*pre purchase*), pada saat transaksi, dan setelah transaksi (*post purchase*).

a. Sebelum terjadinya transaksi (*no conflict/pre purchase*)

Pengamanan hukum bagi konsumen yang dapat dilakukan sebelum terjadinya transaksi (*pre-purchase*) dengan memberikan perlindungan konsumen adalah melalui peraturan perundang-undangan yang telah ditetapkan. Melalui peraturan perundang-undangan tersebut diharapkan konsumen mendapatkan perlindungan pra transaksi karena sudah ada batasan dan ketentuan yang mengatur interaksi antara konsumen dengan badan usaha. Badan usaha didorong untuk bersedia membuat peraturan sendiri untuk memastikan mereka berhati-hati dan waspada dalam menjalankan operasinya. Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang mengatur mengenai hak konsumen, yaitu:

Metode perlindungan hukum bagi konsumen sebelum transaksi online diamati melalui hak untuk memilih produk dan/atau layanan;

- 1) Memelihara keyakinan yang kuat dalam menjalankan operasi usahanya;

- 2) Menawarkan informasi yang akurat, transparan, dan benar mengenai ketentuan dan jaminan produk dan/atau layanan, serta merinci penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaannya.
- b. Saat terjadinya transaksi
Pengamanan hukum bagi konsumen yang dapat dilaksanakan selama bertransaksi dapat dilihat pada:
 - 1) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 4 secara tegas mengatur tentang hak-hak konsumen, termasuk hak untuk mendapatkan perlakuan yang adil dan transparan tanpa adanya bias atau diskriminasi.
 - 2) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 7 yang mengatur tentang tanggung jawab badan usaha, khususnya:
Menyikapi atau membantu konsumen secara cermat dan tulus serta tidak memihak.
 - 3) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang mengatur tentang ketentuan pencantuman klausula baku yang dilarang bagi badan usaha, khususnya dalam hal *online retailer provider*.
 - (a) Penyedia ritel *online* dilarang menyatakan bahwa mereka memiliki kewenangan untuk menolak penerimaan barang yang dibeli oleh pelanggan (“barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan”). Pelanggan memiliki hak istimewa untuk mengirimkan kembali produk yang telah dibeli dari *online retailer provider* jika ternyata produk tidak sesuai dengan yang diminta pelanggan.
 - (b) Penyedia ritel *online* tidak diperbolehkan mengklaim bahwa mereka memiliki kewenangan untuk menolak pengembalian dana yang dibayarkan untuk produk dan/atau layanan yang diperoleh pelanggan. Menurut Pasal 7 yang mengatur mengenai tanggung jawab badan usaha, khususnya penyedia ritel *online* dalam hal ini, salah satu tanggung jawabnya adalah memberikan restitusi dan/atau kompensasi atas kerugian yang diderita oleh pelanggan.
- c. Setelah terjadinya transaksi
Pengamanan hukum bagi konsumen setelah terjadinya transaksi (*post purchase*) dapat dilihat pada:
 - 1) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 4 yang mengatur hak konsumen, yaitu:
 - (a) Hak atas kenyamanan, perlindungan, dan kesejahteraan dalam konsumsi produk dan/atau layanan.
 - (b) Hak untuk memperoleh produk dan/atau layanan berdasarkan kurs konversi mata uang dan syarat dan jaminan yang dijanjikan.
 - (c) Hak untuk mengungkapkan pandangan dan keluhan mereka mengenai produk dan/atau layanan yang digunakan.
 - (d) Hak untuk memperoleh dukungan, pengamanan, dan upaya penyelesaian penyelesaian sengketa perlindungan konsumen.
 - (e) Hak untuk menerima reparasi, remunerasi, dan/atau penggantian jika produk dan/atau layanan yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau gagal memenuhi harapan.
 - 2) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 7 yang mengatur kewajiban pelaku usaha, yaitu:

- (a) Menawarkan jaminan dan/atau garansi untuk produk yang diproduksi dan/atau diproduksi ditukar.
- (b) Menawarkan imbalan, kompensasi dan/atau penggantian atas kerugian yang diakibatkan oleh penggunaan, penggunaan dan pemanfaatan produk dan/atau jasa yang ditukar.
- (c) Menawarkan kompensasi, penggantian dan/atau pembayaran jika produk dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

2. Dampak *E-Commerce* Bagi Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia Tahun 2020-2023 Apabila Terjadi Sengketa

Pemanfaatan internet pada bidang ekonomi adalah munculnya situs jual-beli *online* atau *e-commerce* yang mempermudah proses transaksi tanpa adanya pertemuan antara penjual dan pembeli secara langsung. *E-commerce* muncul karena anggapan ketidakefisiensian manusia dalam melakukan perdagangan secara konvensional, dengan langsung mendatangi toko-toko, pasar, mall, dan, tempat perdagangan lainnya. Hal ini juga ditambah faktor perkembangan internet yang membuat belanja *online* menjadi alternatif baru seperti layanan, efisiensi, keamanan, dan juga popularitas.¹⁰ Teknologi ini telah meninggalkan pengaruhnya di media *online* melalui banyaknya data yang diperoleh dari interaksi konsumen dengan platform *e-commerce*. Preferensi mereka, mulai dari warna, jenis, wilayah, ukuran hingga harga, metode pembayaran, dan kuantitas, dapat dicatat untuk mengelola inventaris dan ketersediaan produk serta mempermudah proses jual beli. Tingkatkan pengalaman konsumen dengan mencoba memahami perilaku perusahaan. Kemampuan eksekusi perusahaan dengan platform *e-commerce* dibantu oleh teknologi yang mengumpulkan dan menganalisis data ini dan memprosesnya dengan bantuan intelijen bisnis dan departemen teknologi informasi (TI). Meskipun departemen berbeda, hubungan tetap ada antar departemen dalam perusahaan mana pun. Hapus ambang batas perantara menghilangkan hambatan di antara keduanya dan menggabungkan aktivitas untuk meningkatkan proses pengambilan keputusan adalah salah satu tantangan tersulit dan berani di era teknologi. Aplikasi internal dan eksternal dibuat oleh teknisi dan insinyur TI. Ide dari intelijen bisnis adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memahami kemana arahnya (secara internal, finansial, dan hubungannya dengan publik) dan tindakan apa yang harus diambil untuk memajukan perusahaan. Data diproses dan disimpan dalam *database* multidimensi yang berbeda dan kemudian diubah menjadi informasi bisnis. Informasi ini dapat dilihat melalui berbagai jenis statistik dan grafik, dan keseluruhan gagasannya terangkum dalam gagasan dasbor interaktif. Dasbor ini memberikan gambaran keseluruhan situasi saat ini kepada para eksekutif dan memprediksi arah perusahaan berdasarkan faktor-faktor yang ada atau peluang potensial yang mungkin ada jika strategi berubah.¹¹

Pengertian perjanjian di dalam Buku III KUHPPerdata tentang *verbintenissenrecht* mencakup pula istilah *overeenkomst*. Dikenal dari tiga terjemahan *verbentenis*, yaitu perikatan, perutusan, dan perjanjian, sedangkan *overeenkomst* ada dua terjemahan, yaitu perjanjian dan persetujuan. Pengertian dari perjanjian itu sendiri, diatur dalam Buku III dan Bab II KUHPPerdata. Pasal 1313 KUHPPerdata menjelaskan bahwa suatu perjanjian (persetujuan) adalah satu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan

¹⁰ Orapin Laohapensang, "Factor Influencing Internet Shopping Behavior: A Survey of Consumers in Thailand", Jurnal of Fashion Marketing And Management, Vol. 13 No. 4, 2009, hlm. 502-510.

¹¹ Mohammad Ragki Nazar, Alessandro Timotius Oloando, dkk, "Pengaruh Perkembangan Teknologi Terhadap E-Commerce", Jurnal Pendidikan Tambusai, Vol. 7 No. 1, 2023, hlm. 1817-1823.

dirinya terhadap satu orang atau lebih. Pada ketentuan Pasal 1233 KUHPdata juga membahas tentang perikatan dilahirkan, baik karena persetujuan, baik karena Undang-undang, dengan makna lain perikatan yang bersumber dari perjanjian.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya melalui pesatnya perkembangan teknologi di negara manapun membawa dampak bagi pengguna internet. Semua itu juga berdampak pada penggunaan internet yang terbukti berdampak pula pada bisnisjual beli *online* di Indonesia. Abdulrahman mengatakan Indonesia merupakan negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tercepat di dunia. Beberapa tahun terakhir ini banyak sekali perusahaan retail ternama yang mengalihkan atau mengembangkan bisnisnya ke dunia bisnis *online*. Hasilnya, bisnis *e-commerce* terus tumbuh dan mempunyai peluang untuk berkembang secara lokal dan internasional. Pemanfaatan internet untuk berbisnis akan membuat peluang pasar menjadi lebih besar dan memudahkan dalam memasarkan produk serta mencari konsumen potensial. Terdapat beberapa hal yang dapat memberikan dampak terhadap pertumbuhan bisnis, yaitu pengaruh ekonomi luar negeri, persaingan bisnis global, meningkatnya kompleksitas bisnis akibat perkembangan teknologi informasi, manajemen waktu, pertimbangan sosial, dan kemampuan teknologi informasi. Dampak dari faktor-faktor tersebut antara lain: layanan informasi persyaratan, kemampuan interaksi pada jaringan komputer, kemampuan kecepatan akses data. Dalam bidang usaha perdagangan produk atau jasa komputer, peranan teknologi informasi akan membantu dalam melakukan transaksi secara rutin, teratur atau sesekali serta menyediakan kumpulan informasi secara akurat dan cepat.

Dampak dan peranan teknologi informasi terhadap perkembangan *e-commerce* adalah sebagai berikut:

- 1) Teknologi informasi dapat mempermudah penyebaran informasi dan dapat mengembangkan *e-commerce* di seluruh dunia.
- 2) Banyaknya pakar di bidang teknologi informasi yang membantu mengembangkan *e-commerce*.
- 3) *E-commerce* menjadi favorit masyarakat karena sangat praktis dan dapat digunakan kapanpun dan dimanapun.
- 4) Koneksi internet menjadi semakin mudah karena *booming*-nya *e-commerce* akibat kemajuan teknologi informasi.

Dampak tersebut juga menimbulkan permasalahan baru karena ketidakpuasan konsumen akibat terlalu cepat informasi yang masuk sehingga tingkat paham manusia tertinggal seiring dengan usia dan tingkat pendidikan mereka, teori hukum kontrak konvensional menunjukkan ciri-ciri yang menekankan pentingnya kepastian hukum dan prediktabilitas. Tujuan utama dari suatu kontrak adalah untuk menjamin kepastian mengenai sifat mengikat suatu perjanjian di antara para pihak, sehingga asas itikad baik dalam sistem hukum *civil law* dan *promissory estoppel* dalam sistem hukum *common law* hanya dapat ditegakkan apabila perjanjian itu dilaksanakan dengan memenuhi syarat sahnya kontrak. Sebaliknya, teori hukum kontrak kontemporer cenderung mengabaikan aspek formal kepastian hukum untuk mencapai keadilan substansial. Pelanggaran yang dilakukan oleh penjual dalam transaksi jual beli *online*, seperti ketidaksesuaian antara gambar dan deskripsi yang ditampilkan pada *platform* jual beli *online* dengan barang yang sebenarnya dikirimkan, merupakan pelanggaran kontrak. Ini bisa diupayakan untuk kompensasi. Pasal 1249 KUHPdata menentukan bahwa ganti kerugian akibat pelanggaran hanya diberikan dalam bentuk uang. Namun, menurut para ahli dan preseden yudisial, kerugian dapat dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu kompensasi berwujud dan kompensasi tidak berwujud. Kerugian berwujud mengacu pada kerugian yang ditanggung

oleh pembeli dalam hal aset, kekayaan, atau benda fisik, sedangkan kerugian tidak berwujud mengacu pada kerugian non-moneter yang diderita pembeli, seperti kekecewaan, waktu, dan sebagainya.

Perkembangan *e-commerce* dampak dari adanya wabah Covid-19. Pandemi Covid-19 yang dimulai pada awal tahun 2020 telah memberikan perubahan signifikan terhadap perekonomian digital. Ini telah mengalami peningkatan pesat dalam jumlah pengguna. Ketika pembatasan mobilitas dilonggarkan pada tahun 2022, pusat perbelanjaan kembali menjadi sibuk. Hal ini wajar jika konsumen mendambakan interaksi langsung seperti berbelanja secara langsung. Meski demikian, *platform e-commerce* tetap banyak digunakan konsumen karena percepatan kebiasaan melakukan pembelian *online* yang berkembang selama pandemi. Perdagangan *online* memberikan manfaat unik yang membuat pembeli tetap terlibat dalam melakukan transaksi melalui saluran digital. Meskipun demikian berbagai pihak antara pelaku usaha dan konsumen yang semakin paham akan adanya perdagangan *online* dan mengabaikan aturan yang tersedia dalam perjanjian tersebut, sehingga pelanggaran berbagai pihak inipun masih kita jumpai di lapangan dengan sewenang-wenang melakukan hal tidak sesuai dengan ketentuan kontrak yang berlaku, misalnya memberikan pelayanan yang kurang maksimal. Dengan proyeksi pola perdagangan elektronik pada tahun 2023. Perkembangan *e-commerce* meningkat pesat karena:

- 1) *Personalised Marketing*. Konsumen akan selalu senang jika diperlakukan secara spesial. Salah satunya adalah dengan penerapan *personalised marketing*. Dengan *personalised marketing*, bisnis dapat menyampaikan pesan pemasaran yang telah disesuaikan dengan persona masing-masing konsumen, sehingga konsumen mendapatkan pengalaman yang lebih baik dengan sebuah bisnis. Untuk dapat menerapkan *personalised marketing*, dibutuhkan data pelanggan yang akurat agar pesan yang disampaikan tepat sasaran. Saat ini telah banyak *platform* atau *tool CRM* (*Customer Relationship Management*) yang dapat memudahkan pengolahan data konsumen.
- 2) *Subscription Commerce* *Subscription* lebih diperuntukkan untuk produk FMCG (*Fast Moving Consumer Good*) yang pembeliannya rutin dilakukan oleh konsumen setidaknya satu kali dalam satu bulan. Dengan *subscription commerce*, konsumen tidak perlu lagi berulang kali menambahkan produk-produk ke dalam keranjang. Produk yang rutin dibeli akan tersedia sesuai pilihan berikut dengan harga spesial. *Subscription commerce* sendiri sepertinya memang belum umum di Indonesia.

Pemanfaatan media sosial telah memberikan kontribusi besar terhadap munculnya perdagangan sosial sebagai metode transaksi. Berdasarkan laporan Populix mengenai *The Social Commerce Landscape in Indonesia*, TikTok Shop menjadi salah satu aplikasi yang paling diminati oleh masyarakat, walaupun akhirnya dihentikan operasinya oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) untuk penjualan secara langsung karena melemahkan perdagangan secara konvensional di pasar-pasar tradisional, selain itu memberikan dampak negatif terhadap pelaku usaha atas keluhan dari konsumen secara sepihak melalui COD (*Cash and Delivery*). Dengan menggabungkan konten video melalui *livestream shopping*, berdampak melesunya perdagangan konvensional. Penipuan juga biasanya terjadi ketika pelanggan sudah melakukan pembayaran, namun barang yang dibeli tidak sampai dalam jangka waktu yang wajar. Tidak ada sistem keamanan untuk meningkatkan opsi pembayaran, seperti melibatkan pihak ketiga, *cash on delivery* (COD), atau memberikan *refund* atau *cash back*. Sebagian besar mode operasi

melibatkan penjualan produk yang tidak pernah sampai ke tangan pelanggan. Akibatnya, uang korban yang sudah mereka bayarkan diambil oleh badan usaha.

1) Penyelesaian Sengketa Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Sengketa antara pelaku usaha dan konsumen sering terjadi dilapangan antara tahun 2020-2023 perlu adanya upaya dalam penyelesaiannya. Penyelesaian sengketa konsumen, sebagai salah satu bentuk mekanisme perlindungan konsumen, dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan,¹² pilihan sesuai dengan hati nurani dan wawasan pengetahuan kedua belah pihak yang bersengketa sesuai dengan Pasal 48 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen penyelesaian konflik konsumen melalui sistem hukum menyangkut pengaturan tentang pengadilan universal. Sehubungan dengan hal tersebut, Pasal 46 ayat (1) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menentukan:

- a) Gugatan atas pelanggaran pelaku usaha dapat dilakukan oleh:
Berbadan hukum atau yayasan, dengan tegas menyatakan dalam anggaran rumah tangganya bahwa pendirian organisasi tersebut adalah untuk kesejahteraan perlindungan konsumen dan telah melakukan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya.
- b) Perbuatan hukum yang dilakukan oleh sekelompok pelanggan, badan perlindungan hak konsumen, kelompok nirlaba, atau negara sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b, c, atau d harus diajukan ke majelis utama. Ketentuan tambahan mengenai kerugian finansial yang besar dan/atau orang yang tidak dianggap kecil sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf d diatur dengan keputusan resmi.
- c) Penyelesaian sengketa alternatif di luar ruang sidang sangat dianjurkan dalam ranah bisnis, yang bertujuan untuk menjaga hubungan bisnis dan mencapai hasil yang saling menguntungkan daripada kemenangan sepihak. Konsep ini juga diakui dalam undang-undang perlindungan konsumen.¹³

2) Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)

Upaya lainnya penyelesaian sengketa melalui permohonan penggantian Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Sesuai Pasal 1 angka 11 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang dimaksud dengan BPSK adalah organisasi yang bertugas menangani dan menyelesaikan konflik antara badan usaha dan konsumen. Pembentukan lembaga BPSK berdampak positif terhadap penyelesaian sengketa konsumen secara cepat, mudah, dan hemat biaya. Selain itu, kehadiran BPSK diharapkan dapat meringankan beban perkara di pengadilan yang sangat berat.¹⁴ Konsumen memiliki pilihan untuk mengajukan permohonan penyelesaian sengketa konsumen baik secara lisan maupun tertulis kepada BPSK melalui Sekretariat BPSK setempat. Pemeriksaan atas permohonan/tuntutan konsumen dilakukan sama seperti

¹² Arfian Setiantoro, Fayreizha Destika Putri, dkk, "Urgensi Perlindungan Hukum Konsumen dan Penyelesaian Sengketa E-Commerce di Era Masyarakat Ekonomi Asean", Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional, Vol. 7 No. 1, 2028, hlm. 1-17.

¹³ Arfian Setiantoro, Rinitami Njatrijani, dan Suradi, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Ketidaksesuaian Harga Dalam Pembayaran Harga Argometer di Taksi", Diponegoro Law Review, Vol. 5 No. 2, 2016, hlm. 52.

¹⁴ Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2009, hlm. 75.

persidangan dalam peradilan umum.¹⁵ Intinya, jika timbul sengketa maka para pihak antara pelaku usaha dan konsumen akibat cedera janji (wanprestasi) maka berhak mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen yang tepat. Individu yang mengetahui pembelian produk atau layanan, foto produk atau aktivitas yang terkait dengan penyediaan layanan.

3) Penyelesaian ketidaksepakatan melalui *Online Dispute Resolution* (ODR).

Online Dispute Resolution (ODR) adalah penyelesaian perselisihan yang dilakukan dengan menggabungkan pengolahan informasi teknologi komputer dengan fasilitas jaringan komunikasi internet. ODR mempermudah penyelesaian perselisihan yang terjadi, tidak lagi terhalang oleh ruang, batas waktu, biaya murah, dan cepat dalam menyelesaikan masalah dibandingkan dengan solusi *Alternative Disputes Resolution* (ADR) konvensional. Keuntungan bagi pelaku usaha dan konsumen yang transaksi *e-commerce* dalam penyelesaian sengketa melalui ODR antara lain: kedua belah pihak menyelesaikan sengketa melalui online tidak perlu tatap muka sehingga efektif dalam menggunakan waktu kerja, biaya layanan akan hemat karena tidak adanya *fee*, biaya para pihak netral termasuk ongkos hukum, para pihak dalam *e-commerce* yakin dalam menghadapi proses yang dihadapi karena mereka paham mengikuti alur apabila ada sengketa dalam proses transaksi dan tanpa adanya pertemuan tatap muka juga menghilangkan rasa takut apabila adanya intimidasi dalam proses karena akan mempengaruhi kejiwaan atau psikologi. ODR lahir dari sinergi antara ADR dan *Information of Computer Technology* (ICT) sebagai metode atau langkah untuk menyelesaikan perbedaan pendapat yang muncul dalam proses online dimana penyelesaian tradisional tidak efektif dan tidak mungkin dilakukan. Yurisdiksinya meliputi kewenangan untuk menangani kasus-kasus hukum dagang yang hasilnya dapat berupa *win-win solution* atau *win-lose solution* dari proses *e-adjudication* (*Online Arbitration*).

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang mengatur mengenai penyelesaian sengketa, yaitu:

- 1) Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha dalam hal ini *Online Retailer Provider* melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan *Online Retailer Provider* atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.
- 2) Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para kedua belah pihak yang bersengketa.

Apabila kedua belah pihak terjadi sengketa yang disebabkan oleh wanprestasi di antara salah satunya baik pelaku usaha ataupun konsumen sehingga mengalami kerugian pada saat melakukan transaksi *e-commerce*, misalnya barang atau produk yang diterima tidak sesuai dengan pesanan ataupun konsumen telah merusak ataupun membatalkan secara sepihak barang yang telah datang dengan dalih tidak memesan, barang tidak sesuai harapan, maka *Online Retailer Provider* bertanggung jawab untuk memberikan konsumen kesempatan untuk mengembalikan barang atau produk yang salah kepada *Online Retailer Provider* untuk kemudian diganti dengan barang atau produk yang sesuai dengan pesanan konsumen. Mekanisme penggantian atau pengembalian barang atau produk ini dapat ditemukan di *website Online Retailer Provider* yang bersangkutan, seperti Amazon, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, dan Zalora. *Online Retailer Provider*

¹⁵ Hanum Rahmaniar Helmi, "Eksistensi Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Dalam Memutus Sengketa Konsumen di Indonesia", *ADHAPER: Jurnal Hukum Acara Perdata*, Vol. 1 No. 1, 2015, hlm. 77-89.

telah memenuhi kewajibannya untuk memberikan ganti rugi kepada pelanggan dalam bentuk penukaran atau pengembalian barang atau produk dengan memberikan kesempatan dan waktu yang cukup bagi pelanggan untuk mengembalikannya. Ini memberikan perlindungan hukum kepada konsumen dan pelaku usaha karena *provider* telah memenuhi kewajibannya sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

3. Kebijakan Pemerintah Terhadap Perlindungan Hukum *Online Retailer Provider* Termasuk Dalam Transaksi *E-Commerce*

Peraturan siber dan *e-commerce* harus mencakup perangkat hukum yang relevan agar menjadi subsistem dalam kerangka hukum nasional. Oleh karenanya, sangat penting untuk memperluas cakupan KUHPdata, hukum hak cipta, hukum perlindungan konsumen, hukum teknologi informasi elektronik, dan hukum merek yang berkaitan dengan materi ini. Masalah hukum di internet yang belum secara eksplisit ditangani oleh undang-undang meliputi perjanjian *online*, privasi data, *e-commerce*, transaksi elektronik, pengembang situs *website*, tanggung jawab *email* dan obrolan. Peraturan tidak dapat dibedakan untuk kontrak digital. Tetapi di dunia virtual yang sepenuhnya baru, ada ketidakpastian dan risiko yang signifikan bagi bisnis. Adapun perlindungan pemerintah melalui Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Tansaksi Elektronik adalah sebagai berikut.

Pengaturan mengenai transaksi perdagangan elektronik dalam Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Tansaksi Elektronik menjadi sarana untuk mendamaikan asas hukum tradisional dengan tuntutan era digital. Termasuk mengakui keabsahan dokumen elektronik dan memperluas cakupan hukum acara di Indonesia (Pasal 5 Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Tansaksi Elektronik). Namun demikian, diakui bahwa pengaturan derivatif lebih lanjut diperlukan untuk memberikan pedoman praktis dalam pelaksanaan transaksi elektronik. Pengaturan transaksi *e-commerce* yang digariskan dalam Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Tansaksi Elektronik dapat diringkas sebagai berikut:

- 1) Menuntut kehadiran Lembaga Sertifikasi Ketergantungan untuk mengotentikasi entitas yang akan melakukan transaksi digital (Pasal 10).
- 2) Ketentuan pelaksanaan transaksi digital (Pasal 17 ayat (3)).
- 3) Ketentuan mengenai *digital agreement* untuk transaksi digital (Pasal 18 ayat (1)).
- 4) Penyelesaian benturan transaksi digital (Pasal 18 ayat (3)).
- 5) Infrastruktur digital sebagai sistem pelaksanaan transaksi digital (Pasal 19).
- 6) Ketentuan mengenai perantara digital sebagai perantara dalam melakukan transaksi digital (Pasal 21 dan 22).¹⁶

Praktisi TI harus berharap undang-undang yang mengatur internet, atau hukum *cyber*, tidak dibuat secara khusus; sebaliknya, mereka harus dimasukkan ke dalam undang-undang terkait lainnya. Peraturan hukum tertentu saat ini dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah yang terkait dengan ranah *online*, sementara Undang-Undang *cyber* yang baru harus mempertimbangkan aspek lain. Lintasan kemajuan teknologi tidak dapat diprediksi dan tidak dapat disangkal akan berdampak pada masyarakat secara keseluruhan, sehingga meniadakan kebutuhan akan regulasi individual. Sebaliknya, pemerintah harus membuat kerangka hukum baru dengan memanfaatkan undang-undang

¹⁶ Erlina Rudiastari, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perjanjian Jual Beli Melalui E-Commerce di Indonesia", Soshum: Jurnal Sosial dan Humaniora, Vol. 5 No. 1, Maret 2015, hlm. 72.

terdahulu, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Anti Monopoli, bersama dengan peraturan yang berkaitan dengan perdagangan dan investasi. Mengingat bahwa semua negara dihadapkan pada tantangan serupa dalam pengembangan internet, tidak ada aturan khusus untuk perdagangan elektronik. Oleh karena itu, pemerintah harus menghindari mengatur kemajuan teknologi informasi terlebih dahulu sampai ada garis besar arah yang jelas untuk kemajuan tersebut. Pasalnya, kemajuan teknologi informasi akan sangat pesat sehingga menyebabkan kebijakan pemerintah tertinggal. Sebaliknya, pemerintah harus membangun lingkungan yang kondusif, seperti lingkungan investasi yang menguntungkan.

Pengamanan konsumen dan vendor sangat penting. Dari tahun 2013 hingga 2015, marak terjadi penipuan yang merugikan konsumen. Pemerintah belum memberikan jaminan perlindungan untuk mengawasi dan mengendalikan operasi *e-commerce*. Peraturan pemerintah tersebut tertuang dalam ketentuan Pasal 2 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang diartikulasikan sebagai berikut: “Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum”¹⁷ Pada tahun 2008, ketika bisnis *online* mulai marak, pemerintah mengundang Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Undang-undang tersebut menetapkan bahwa ia mengawasi semua aspek tentang transaksi digital, termasuk aktivitas perdagangan *online*.¹⁸

Dalam Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menyebutkan bahwa perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Sejalan dengan interpretasi ini semua kegiatan transaksi jual beli yang dilakukan melalui komputer, *handphone*, dan gawai termasuk dalam transaksi digital atau internet. Dalam Pasal 9 Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang menyebutkan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Informasi tersebut meliputi identitas dan status badan hukum, nama merek, lokasi produk atau toko, dan deskripsi produk. KUHP mengatur transaksi elektronik yang melibatkan penipuan oleh penjual. Pasal 378 KUHP, yang membahas penipuan melalui penggunaan identitas palsu dan bentuk ketidakjujuran lainnya dalam transaksi, diancam dengan hukuman penjara maksimal empat tahun. Demikian pula Pasal 390 KUHP yang serupa dengan Pasal 378, menghukum perbuatan berbohong dan memberikan informasi yang salah dengan maksud memperoleh keuntungan dalam transaksi jual beli dengan pidana penjara paling lama dua tahun.¹⁹ Terkait dengan hal tersebut, Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik juga mengatur dalam Pasal 28 ayat (1) yang menyebutkan bahwa setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik. Dengan banyaknya peraturan yang diterapkan oleh pemerintah, tujuannya adalah untuk memberikan perlindungan hukum kepada konsumen.

¹⁷ Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 2.

¹⁸ Didik M. Arief Mansur dan Elisatris Gultom, *Cyber Law: Aspek Hukum Teknologi Informasi*, Bandung: Refika Aditama, 2005, hlm.133-135.

¹⁹ Kitab Undang-Undang Hukum Pidana, Pasal 390.

D. PENUTUP

Kesimpulan dari pembahasan di atas adalah sebagai berikut:

Perlindungan hukum yang diberikan kepada pihak-pihak yang terlibat akibat wanprestasi dalam transaksi bisnis yang menyediakan barang kepada konsumen dalam standar secara *online* melalui *e-commerce*. Perlindungan ini meliputi: gagal memenuhi kewajiban yang dijanjikan; memenuhi kewajiban yang dijanjikan tetapi tidak sesuai dengan ketentuan yang disepakati; memenuhi kewajiban yang diharapkan, namun dengan penundaan penting dan melakukan perbuatan yang secara tegas dilarang dalam perjanjian. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen untuk mengatasi segala kemungkinan masalah atau sengketa yang mungkin timbul dalam transaksi bisnis *online* melalui *e-commerce*. Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik juga menyebutkan bahwa setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik akan dikenakan jeratan hukum. Oleh karenanya transaksi elektronik (*e-commerce*) mendapatkan perlindungan mulai dari sebelum transaksi (*pre purchase*), saat transaksi (*purchase*), atau setelah transaksi (*post purchase*).

Klaim ganti rugi dapat dilakukan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang bertanggung jawab untuk menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. Intinya, jika timbul sengketa maka para pihak antara pelaku usaha dan konsumen akibat cedera janji (wanprestasi) maka berhak mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen yang tepat. Pemerintah juga membuat undang-undang dalam pengambilan kebijakan melalui perlindungan hukum kepada pelaku usaha dan konsumen guna mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan untuk menyelesaikan masalah yang berkaitan dengan transaksi elektronik atau *cyberspace*. Pasal 378 KUHP yang mengatur mengenai penipuan menggunakan nama palsu, dengan rangkaian kebohongan lainnya dalam bertransaksi akan dipidana paling lambat empat tahun penjara.

DAFTAR PUSTAKA

- Didik M. Arief Mansur dan Elisatris Gultom, *Cyber Law: Aspek Hukum Teknologi Informasi*, Bandung: Refika Aditama, 2005.
- Onno W Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal E-Commerce*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001.
- Sjaifurrachman, *Aspek Pertanggungjawaban Notaris dalam Pembuatan Akta*, Bandung: Mandar Maju, Bandung, 2011.
- Subekti, *Hukum Perjanjian*, Jakarta: Intermasa, 2005.
- Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2009.
- Susilowati S, Dajaan, Agus Suwandono, dan Deviana Yuanitasari, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2021.
- Arfian Setiantoro, Fayreizha Destika Putri, dkk, "Urgensi Perlindungan Hukum Konsumen dan Penyelesaian Sengketa E-Commerce di Era Masyarakat Ekonomi Asean", *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, Vol. 7 No. 1, 2028.

- Arfian Setiantoro, Rinitami Njatrijani, dan Suradi, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Ketidaksesuaian Harga Dalam Pembayaran Harga Argometer di Taksi”, *Diponegoro Law Review*, Vol. 5 No. 2, 2016.
- Erlina Rudiastari, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perjanjian Jual Beli Melalui E-Commerce di Indonesia”, *Soshum: Jurnal Sosial dan Humaniora*, Vol. 5 No. 1, Maret 2015.
- Hanum Rahmaniari Helmi, “Eksistensi Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Dalam Memutus Sengketa Konsumen di Indonesia”, *ADHAPER: Jurnal Hukum Acara Perdata*, Vol. 1 No. 1, 2015.
- Komang Frisma Indra Prastya, Ni Ketut Sari Adnyani, dan Si Ngurah Ardhyana, “Tinjauan Yuridis Tentang Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Online Melalui E-Commerce Menurut Pasal 1320 KUHPerdata dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik”. *Jurnal Komunitas Yustisia*, Vol. 4 No. 2, Agustus 2021.
- Mohammad Ragki Nazar, Alessandro Timotius Oloando, dkk, “Pengaruh Perkembangan Teknologi Terhadap E-Commerce”, *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Vol. 7 No. 1, 2023.
- Musa Hengky P Tampubolon, Mulyati Pawennei, dan Zainuddin, “Efektifitas Penyidikan Tindak Pidana Penipuan Secara Online”, *Journal of Lex Generalis (JLG)*, Vol. 2 No. 4, 2021.
- Oktriadi Kurniawan, Aria Zurnetti, dan Suharizal yang berjudul “Penyelesaian Sengketa Wanprestasi Dalam Perjanjian Jual Beli Online (*E-Commerce*) yang Mengarah Pada Penipuan”, *Jurnal Syntax Transformation*, Vol. 1 No. 7, September 2020.
- Orapin Laohapensang, “*Factor Influencing Internet Shopping Behavior: A Survey of Consumers in Thailand*”, *Jurnal of Fashion Marketing And Management*, Vol. 13 No. 4, 2009.
- Ria Sintha Devi dan Feryanti Simarsoit, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen *E-Commerce* Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”, *Jurnal Rectum*, Vol. 2 No. 2, Juli 2020.
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- Kitab Undang-Undang Hukum Pidana.
- Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Undang-Undang No. 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.
- Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- <https://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta>