

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG SEHARUSNYA DIATUR DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE

Dwi Setiarini

Pascasarjana Magister Ilmu Hukum, Universitas Lancang Kuning, Indonesia
Email: rinivandhanoe23@gmail.com



Abstract: *This research uses normative legal methods. Data collection in normative legal research is only used in documentary study techniques (library studies). The results of the study indicate that due to limitations on the understanding of business actors. UUPK only reaches business actors within Indonesia. Even though e-commerce transactions cover various countries around the world. Legal protection that should be regulated includes: a. legal protection for consumers from the side of business actors. b. consumer legal protection from the consumer side. c. consumer legal protection from the product side. d. consumer legal protection in terms of online transactions. Suggestions from this research are that the government makes UUPK which regulates consumer protection regarding e-commerce, consumers should be aware of their rights, business actors should be honest in e-commerce transactions.*

Keywords: *e-commerce, Consumer Protection Act*

Abstrak: Penelitian ini menggunakan metode hukum normatif Pengumpulan data dalam penelitian hukum normatif ini hanya digunakan pada teknik studi dokumenter (studi kepustakaan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa karena keterbatasan tentang pengertian pelaku usaha. UUPK hanya menjangkau pelaku usaha di dalam negara Indonesia saja. Padahal transaksi e-commerce mencakup diberbagai negara di belahan dunia. Perlindungan hukum yang seharusnya diatur meliputi : a. perlindungan hukum terhadap konsumen dari sisi pelaku usaha. b. perlindungan hukum konsumen dari sisi konsumen. c. perlindungan hukum konsumen dari sisi produk. d. perlindungan hukum konsumen dari sisi transaksi online. Saran dari penelitian ini adalah pemerintah membuat UUPK yang mengatur perlindungan konsumen tentang e-commerce, konsumen hendaknya sadar akan haknya, pelaku usaha hendaknya jujur dalam transaksi e-commerce.

Kata Kunci: *E-commerce, Undang-undang Perlindungan Konsumen*

Pendahuluan

Pengguna internet di Asia mencapai 2,77 miliar jiwa dari total populasi 4,33 miliar jiwa. Jumlah pengguna internet Asia tersebut mencapai 53,4% dari total pengguna internet dunia sebanyak 5,17 miliar jiwa. Berdasarkan data internetworldstats, pengguna internet Indonesia mencapai 212,35 juta jiwa pada Maret 2021. Dengan jumlah tersebut, Indonesia berada di urutan ketiga dengan pengguna internet terbanyak di Asia. Di urutan

pertama, ada Tiongkok dengan pengguna internet mencapai 989,08 juta jiwa. Sedangkan di urutan kedua, India dengan pengguna internet 755,82 juta jiwa. Jepang berada di urutan ke-4 dengan pengguna internet sebanyak 118,63 juta jiwa. Diikuti, Banglades di posisi ke-5 dengan jumlah pengguna internet 116,14 juta jiwa. Pakistan berada di urutan ke-6 dengan pengguna internet 100,68 juta jiwa. Pengguna internet terbesar ke-7 adalah Filipina dengan jumlah 89,1 juta jiwa. Kemudian, Vietnam di urutan ke-8 dengan 74,75 juta jiwa pengguna internet. Thailand di posisi ke-9 dengan 57 juta pengguna internet serta Korea Selatan di urutan ke-10 dengan 49,42 juta jiwa.

Dari hasil penelitian, secara global dampak dari pandemi covid-19 untuk sektor perdagangan umum sangat menonjol, ketidakpastian permintaan dan penawaran berubah sangat cepat, akibat banyaknya sektor – sektor bisnis yang mengalami perubahan sistem dan cara secara signifikan. Dampak tersebut dirasakan oleh pengusaha kecil dan menengah yang betul – betul berada diujung pertahanan terdepan dalam guncangan krisis ekonomi yang diakibatkan oleh virus covid-19. Akibat pembatasan sosial dimasyarakat yang hampir menghentikan kegiatan ekonomi konvensional, mendorong masyarakat untuk melakukan transaksi ke sistem digital atau online, dan didukung dengan tersedianya para pebisnis *E-commerce* yang menyediakan lapak secara gratis untuk masyarakat bisa berjualan online.

Usaha *E-Commerce* yang dapat diakses menggunakan website merupakan usaha yang sangat unik karena hanya dengan satu media, perusahaan dapat melakukan usaha/bisnis, baik dengan sesama perusahaan (business to business) ataupun proses bisnis langsung antara pebisnis dengan konsumen atau penjual dengan pembeli. Mereka dapat melakukan proses bisnis, mulai dari promosi produk, penawaran, dan permintaan produk, tanya jawab antara konsumen dan produsen atau antara pembeli dengan penjual secara efektif. Website dapat mendukung aplikasi Business to Business dan memiliki tingkat keamanan yang baik terutama pada saat pengambilan backup database dari setiap database reseller server yang telah berkerja sama, sehingga diharapkan dapat meningkatkan efektifitas penjualan berbagai produk dan dapat meningkatkan keuntungan perusahaan serta dapat membantu reseller dalam melancarkan proses bisnis.

Business to Business merupakan system komunikasi bisnis online antar pelaku bisnis yang mengikatkan dirinya di dalam suatu kegiatan untuk melakukan suatu usaha dengan pihak pebisnis lainnya. Transaksi bisnis ke bisnis adalah suatu yang umum dalam rantai pemasokan barang yang khas, karena perusahaan membeli komponen dan produk seperti bahan baku untuk digunakan dalam proses manufaktur produk. Jadi, kemudian dapat dijual kepada individu melalui transaksi bisnis ke konsumen. Dalam konteks komunikasi, bisnis ke bisnis mengacu pada metode di mana karyawan dari perusahaan yang berbeda dapat terhubung satu sama lain, seperti melalui media sosial. Jenis komunikasi antara karyawan dari dua atau lebih perusahaan disebut komunikasi Business to Business.

Dalam Business to Business transaksinya menggunakan Electronic Data Interchange yaitu sebuah metode pertukaran dokumen bisnis antar aplikasi komputer - antar perusahaan/instansi secara elektronis dengan menggunakan format standar yang telah disepakati oleh pihak terkait. Transaksi yang dilakukan secara online dimuat pada Bab V Pasal 17 sampai dengan Pasal 22 UU ITE. Selanjutnya diatur dalam bentuk Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem Transaksi Elektronik, Pasal 45 (persyaratan transaksi elektronik), Pasal 46 (kontrak elektronik), Pasal 47 (materi dalam kontrak elektronik) dan Pasal 48 (kewajiban pelaku usaha dalam transaksi elektronik). Sedangkan dalam UUPK, terkait pengaturan dan pelaksanaan jual-beli online diatur dalam beberapa ketentuan UUPK (Pasal 4 sampai dengan Pasal 18). Pasal 18 UUPK secara khusus mengatur mengenai pencantuman klausula baku yang

merugikan konsumen. Apabila pelaku usaha dalam jual-beli online melanggar ketentuan Pasal 18, pelaku usaha tersebut dapat dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan Pasal 62 ayat (1).

Dengan demikian semua transaksi jual beli melalui internet ini dilakukan tanpa ada tatap muka antara para pihaknya, mereka mendasarkan transaksi jual beli tersebut atas rasa kepercayaan satu sama lain, sehingga perjanjian jual beli yang terjadi diantara para pihak pun dilakukan secara elektronik pula baik melalui e-mail atau cara lainnya, oleh karena itu tidak ada berkas perjanjian seperti pada transaksi jual beli konvensional.

Teknologi informasi yang semakin maju membuat perubahan kebiasaan dalam bertransaksi jual beli. Sebelumnya kebiasaan masyarakat bertransaksi dengan cara jual-beli secara langsung atau adanya pertemuan antara penjual dan pembeli. Sekarang transaksi itu menjadi transaksi online, tidak bertemunya penjual dan pembeli secara langsung namun melalui teknologi informasi yang di sambungkan dengan internet. Transaksi online sekarang dijadikan metode jual-beli yang sering dilakukan oleh masyarakat jaman sekarang di Indonesia.

Faktor yang meningkatkan pelaku usaha melakukan transaksi online yaitu biaya pemasaran dan biaya distribusi yang digunakan lebih sedikit dari pada biaya jual-beli tatap muka karena membutuhkan modal yang lebih sedikit dalam menjalankan bisnis transaksi online. Sedangkan faktor mendorong konsumen bertransaksi online yaitu lebih mudah, menghemat waktu, hemat biaya. Seperti mudah dalam memilih beragam barang yang diinginkan serta konsumen tidak mengeluarkan biaya transportasi menuju toko yang akan dipilih serta menghemat waktu. Melalui transaksi online konsumen dapat memilih barang kebutuhan dengan mudah, membandingkan harga yang lebih murah dan membandingkan kualitas. Hal ini lebih praktis karena hanya dengan melakukan pencarian pada internet sehingga akan muncul penawaran-penawaran barang kebutuhan, konsumen hanya memilih pilihan barang serta sudah disediakan informasi harga, kualitas dan spesifikasi barang. Hal ini juga mempermudah untuk membandingkan barang yang akan dibeli.

Pemanfaatan teknologi internet tidak hanya terdapat kelebihan namun juga terdapat kekurangan. Kekurangan dalam transaksi online yaitu dapat mengakibatkan dampak negative pada konsumen karena konsumen yang tidak bertemu langsung dengan pelaku usaha serta tidak saling mengenal dan hanya dilakukan atas dasar kepercayaan memungkinkan konsumen dirugikan oleh pelaku usaha yang tidak jujur.

Meningkatnya kelemahan konsumen akibat teknologi yang semakin maju dalam hal pemasaran mengakibatkan konsumen bingung dalam menentukan pilihan. Sehingga memperlengah konsumen dan akhirnya pelaku usaha memanfaatkan situasi secara tidak wajar.

Konsumen menganut teori *let the buyer beware* yang menyatakan bahwa posisi pelaku usaha dan konsumen itu seimbang. Sehingga menurut teori tersebut tidak perlu adanya regulasi yang melindungi kepentingan konsumen. Konsumen hanya perlu berhati-hati dalam menentukan pilihan transaksinya. 5 Indonesia secara khusus mengatur dan melindungi kepentingan konsumen atas barang dan/atau jasa yang ada di masyarakat. Peraturan tersebut diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Menurut Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen No 8 Tahun 1999 tujuan Perlindungan Konsumen yaitu salah satunya menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi, namun bagaimana jika tujuan tersebut dilanggar oleh pihak pelaku usaha? Praktiknya sering sekali terjadi dalam transaksi online, hak atas informasi konsumen tidak terpenuhi. Konsumen ketika melakukan transaksi online tidak

informasi terbuka dan sebenar-benarnya mengenai barang yang diperdagangkan. Mengakibatkan timbul permasalahan dalam transaksi online, seperti iklan yang tidak sesuai dengan nyatanya, barang yang tidak sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan dan tidak adanya kebijakan pelaku usaha dalam memberikan informasi yang benar serta ganti kerugian kepada konsumen.

Teori mengatakan bahwa posisi antara pelaku usaha dan konsumen setara, praktiknya konsumen sering dirugikan karena kurang mendapatkan informasi yang jujur mengenai barang atau jasa yang diperdagangkan. Hal ini diakibatkan pelaku usaha ingin menguntungkan diri sendiri dengan cara tidak jujur dalam memberikan informasi terkait barang atau jasa. Nyatanya tidak adil bagi konsumen jika konsumen di salahkan karena kurang kehati-hatian serta tidak adanya hak untuk menuntut ganti kerugian.

Menurut pendapat peneliti penyebab tidak terpenuhinya hak konsumen dalam hal informasi disebabkan karena pelaku usaha tidak sengaja memberikan informasi yang kurang jelas karena kurangnya pengetahuan bahwa pentingnya informasi yang jelas terhadap barang atau jasa yang diperdagangkan. Pelaku usaha dengan sengaja memberikan informasi yang tidak sesuai nyatanya demi keuntungan sendiri. Apalagi dalam transaksi online kedua belah pihak melakukan transaksi secara tidak langsung sehingga kemungkinan besar untuk memberikan informasi yang tidak jelas sangat mudah.

Pelaku usaha dalam hal menawarkan produknya dengan cara memberikan informasi yang semenarik mungkin kepada calon konsumen di situs online penjualannya sedangkan informasi yang tertera pada iklan dengan kenyataannya tidak sesuai. Misalkan pembelian pakaian secara online, dalam iklannya dijelaskan bahwa foto yang di iklan merupakan foto dari produk aslinya serta keterangan mengenai bahan dari pakaian tersebut dan kondisinya. Akan tetapi pada saat barang diterima oleh konsumen, kondisinya tidak sesuai dengan yang ada di iklan tersebut.

Perlindungan terhadap konsumen lebih banyak diatur dibandingkan dengan perlindungan terhadap para pelaku usaha, hal ini dikarenakan oleh salah satu faktor yaitu anggapan kedudukan konsumen yang timpang dengan pelaku usaha, dimana dalam pembelian barang secara online daya tawar yang dimiliki konsumen masih rendah. Dalam transaksi online pihak pembeli dan pihak penjual harus sama-sama dilandasi dengan itikad baik.

Di Indonesia perlindungan konsumen diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UU Perlindungan Konsumen), dalam Pasal 6 UU Perlindungan Konsumen diatur mengenai hak pelaku usaha, dimana hak-hak tersebut antara lain:

- a. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/ atau jasa yang diperdagangkan;
- b. hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang/ atau jasa yang diperdagangkan;
- e. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, salah satu hak dasar konsumen yang harus dilindungi adalah kepastian hukum. Permasalahan dalam kepastian hukum e-commerce, misalnya mengenai keabsahan transaksi bisnis dari aspek hukum perdata. Permasalahan lain yang timbul misalnya berkenaan dengan jaminan keaslian data, kerahasiaan dokumen, kewajiban sehubungan dengan pajak, hukum yang ditunjuk jika terjadi pelanggaran perjanjian atau kontrak,

masalah yurisdiksi hukum dan juga masalah hukum mana yang harus diterapkan bila terjadi sengketa. Jaminan keamanan transaksi ecommerce sangat diperlukan untuk melindungi konsumen agar semakin menumbuhkan kepercayaan konsumen, dan pada akhirnya diharapkan terjadi peningkatan volume transaksi melalui e-commerce.

Konsumen sebagai pembeli dapat meminta ganti rugi terhadap pelaku usaha, apabila barang/jasa yang diinginkan tidak sesuai dengan perjanjian jual beli sesuai yang tercantum di dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen di dalam Pasal 7 Huruf g yang menyatakan bahwa: “Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.”

Sedangkan pelaku usaha bisa dituntut apabila barang/jasa yang diinginkan oleh konsumen tidak sesuai dengan perjanjian jual beli, sesuai yang tercantum di dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen di dalam Pasal 8 Ayat (2) menyatakan bahwa: “Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.

Kasus mengenai kerugian yang dialami oleh konsumen pada transaksi e-commerce melalui Situs Cekrekening.id mengumumkan kasus penipuan online dari ecommerce dan jualan online di media sosial dilaporkan hingga September 2021 sebanyak 115.756 kasus. Kasus yang dilaporkan tersebut terjadi penurunan jika dibandingkan dengan tahun 2020 yang mencapai 160 ribu lebih kasus.

Contoh kasus penipuan perjanjian jual beli online adalah kasus yang terjadi di Kabupaten Barru Provinsi Sulawesi Selatan pada tahun 2020, di mana dalam kronologis kasusnya korban F dan pelaku NBH telah melakukan kesepakatan lewat media online untuk transaksi jual beli masker sensi yang telah diunggah pelaku lewat aplikasi media sosial facebook, kemudian pelaku dan korban mulai saling tawar menawar melalui aplikasi messenger, korban dan pelaku sepakat mengenai harga Rp. 170.000/box dengan memesan masker sebanyak 15 box dengan harga Rp. 2.550.000, kemudian korban chatting lagi lewat whatsapp dan pelaku mengirim nomor rekening ke korban. Akan tetapi, setelah korban mengirimkan uang terhadap si pelaku dengan lunas sesuai dengan harga barang yang dipesan, pada saat uang sampai di tangan pelaku, pelaku pun membuat paket berupa satu kotak berisi buku tulis dan handuk bayi bekas, dengan tampilan rapi kemudian pelaku menarik uang transfer Rp. 2.550.000 lalu menuju ke tempat pengiriman barang di Kota Parepare bersama istrinya, tidak berselang beberapa menit kemudian pelaku memblokir nomor whatsapp dan akun facebook korban, dalam kasus ini korban mengalami kerugian dan melaporkan kejadian ini ke Polres Kabupaten Barru dan dalam kasus ini pihak kepolisian telah berhasil mengungkap kasus penipuan perjanjian jual beli online dengan barang bukti yang diamankan satu buah handphone merek Oppo warna gold, kartu handphone satu, dos dengan tampilan rapi, buku, serta selimut bayi bekas dan uang Rp. 450.000,-.

Kasus kedua sekira-kiranya pada bulan Februari 2016 ditemukan di Kabupaten Sidrap Provinsi Sulawesi Selatan pada tahun 2016, Sub Direktorat Cyber Crime Dit Reserse Kriminal Khusus Polda Metro Jaya meringkus kelompok penipuan online dengan menggunakan akun palsu yang ada di beberapa toko online ternama di Indonesia, Kelompok tersebut membuat akun palsu di toko online, di antaranya olx.co.id, kaskus.co.id, bukalapak.com, tokopedia.com dan lain-lain, menurut keterangan Direktur Reskrimsus Polda Metro Jaya Komisaris Besar dalam keterangan pers di Mapolda Metro Jaya di mana ada sekelompok penipu yang berkedok menawarkan sepeda motor, jam tangan, batu akik, mobil dan telepon genggam melalui berbagai akun palsu di toko online akhirnya dibekuk polisi. Modusnya adalah setelah korban mentransfer uang, kelompok

tersebut langsung mengambil uang dan barang yang dipesan oleh korban tidak dikirimkan, karena pada dasarnya barang tersebut tidak pernah ada, Lima orang diringkus, yakni H (34), AS (23), Z (49), R (33), dan B (32), kelimaanya ditangkap di kawasan Sidrap Sulawesi Selatan. Selain tersangka polisi juga mengamankan sejumlah barang bukti kejahatan di antaranya 14 buah telepon genggam, 32 rekening berbagai bank, satu unit laptop, satu Mobil Honda CRV, satu Mobil Honda Freed, dan sebuah Sepeda Motor Yamaha, di mana total kerugian korban mencapai Rp. 10,1 Miliar.

Berdasarkan kasus tersebut di atas, ditemukan fakta hukum bahwa perjanjian jual beli online rawan terjadinya penipuan, tentunya ini terjadi karena aktivitas perjanjian jual beli online tidak ada aktivitas pertemuan secara langsung dan kadang di antara para pihak tidak saling mengenal, sehingga hal ini rawan terjadinya penipuan, jika melihat contoh kasus di atas, maka tunduk pada Pasal 1320 BW yaitu syarat sahnya perjanjian, yaitu kesepakatan, kecakapan, suatu pokok persoalan tertentu, dan suatu sebab yang tidak terlarang. Sehingga dengan tunduknya pada Pasal 1320 BW maka seandainya salah satu pihak melanggarnya, tentu akan muncul konsekuensi hukum adalah perjanjian dapat dimohonkan pembatalan dan batal demi hukum, selain konsekuensi hukum perdata di atas juga berdampak pada konsekuensi hukum pidana penipuan dan UU ITE yang berlaku positif di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Undang-undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Dapat Melindungi Konsumen Dalam Melaksanakan Transaksi E – Commerce?
2. Bagaimanakah Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen yang Seharusnya diatur dalam Transaksi E - Commerce?
3. Permasalahan-permasalahan apa yang timbul dalam perlindungan hukum terhadap konsumen e – commerce?

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan tersebut diatas, maka penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen dalam melakukan transaksi e - commerce
2. Untuk mengetahui seharusnya perlindungan hukum yang diatur dalam transaksi e - commerce
3. Untuk mengetahui permasalahan-permasalahan apa yang timbul dalam perlindungan hukum terhadap konsumen e – commerce

Teori yang digunakan sebagai alat untuk menganalisis dalam menjawab rumusan permasalahan yang ada dalam penelitian ini adalah teori kepastian hukum dan teori perlindungan hukum.

1. Teori Kepastian Hukum

Kepastian merupakan ciri yang tidak dapat dipisahkan dari hukum, terutama untuk norma hukum tertulis. Hukum tanpa nilai kepastian akan kehilangan makna karena tidak dapat lagi digunakan sebagai pedoman perilaku bagi setiap orang. Kepastian sendiri disebut sebagai salah satu tujuan dari hukum.

Keteraturan masyarakat berkaitan erat dengan kepastian dalam hukum, karena keteraturan merupakan inti dari kepastian itu sendiri. Keteraturan menyebabkan orang dapat hidup secara berkepastian, sehingga dapat melakukan kegiatan-kegiatan yang diperlukan dalam kehidupan bermasyarakat.

Menurut Sudikno Mertokusumo, kepastian hukum adalah jaminan bahwa hukum dijalankan, bahwa yang berhak menurut hukum dapat memperoleh haknya dan bahwa putusan dapat dilaksanakan.

Kepastian hukum erat kaitannya dengan keadilan, namun hukum tidak identik

dengan keadilan. Hukum bersifat umum, mengikat setiap orang, bersifat menyamaratakan. Keadilan bersifat subyektif, individualistis, dan tidak menyamaratakan.

Kepastian hukum merupakan pelaksanaan hukum sesuai dengan bunyinya, sehingga masyarakat dapat memastikan bahwa hukum dilaksanakan. Penciptaan kepastian hukum dalam peraturan perundang undangan, memerlukan persyaratan yang berkenaan dengan struktur internal dari norma hukum itu sendiri.

Persyaratan internal tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kejelasan konsep yang digunakan.
Norma hukum berisi deskripsi mengenai perilaku tertentu yang kemudian disatukan kedalam konsep tertentu pula.
2. Kejelasan hirarki kewenangan dari lembaga pembentuk peraturan perundang-undangan.
Kejelasan hirarki ini penting karena menyangkut sah atau tidak dan mengikat atau tidaknya peraturan perundang-undangan yang dibuatnya. Kejelasan hirarki akan memberikan arahan kepada pembentuk hukum yang mempunyai kewenangan untuk membentuk suatu peraturan perundang-undangan tertentu.
3. Konsistensi norma hukum perundang-undangan. Ketentuan-ketentuan dari sejumlah peraturan perundang-undangan yang terkait dengan satu subjek tertentu, tidak saling bertentangan antara satu dengan yang lain.

Kepastian hukum menghendaki adanya upaya pengaturan hukum dalam perundang-undangan, dibuat oleh pihak yang berwenang dan berwibawa, sehingga aturan-aturan itu memiliki aspek yuridis. Aspek ini nantinya dapat menjamin adanya kepastian, bahwa hukum berfungsi sebagai suatu peraturan yang harus ditaati.

Berdasarkan uraian-uraian mengenai kepastian hukum diatas, maka kepastian dapat mengandung beberapa arti yakni, adanya kejelasan, tidak menimbulkan multitafsir, tidak menimbulkan kontradiktif, dan dapat dilaksanakan. Hukum harus berlaku tegas di dalam masyarakat, mengandung keterbukaan, sehingga siapapun dapat memahami makna atas suatu ketentuan hukum.

Bila dikaitkan dengan penelitian ini, maka dengan ini dapat peneliti simpulkan nantinya bagaimanakah kepastian hukum mengenai transaksi e-commerce.

2. Teori Perlindungan Hukum

Menurut Fitzgerald sebagaimana dikutip Satjipto Raharjo awal mula dari munculnya teori perlindungan hukum ini bersumber dari teori hukum alam atau aliran hukum alam. Aliran ini dipelopori oleh Plato, Aristoteles (murid Plato), dan Zeno (pendiri aliran Stoic). Menurut aliran hukum alam menyebutkan bahwa hukum itu bersumber dari Tuhan yang bersifat universal dan abadi, serta antara hukum dan moral tidak boleh dipisahkan. Para penganut aliran ini memandang bahwa hukum dan moral adalah cerminan dan aturan secara internal dan eksternal dari kehidupan manusia yang diwujudkan melalui hukum dan moral.

Menurut Satjipto Raharjo, perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia (HAM) yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu di berikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum. Hukum dapat difungsikan untuk mewujudkan perlindungan yang sifatnya tidak sekedar adaptif dan fleksibel, melainkan juga rediktif dan antisipatif. Hukum dibutuhkan untuk mereka yang lemah dan belum kuat secara sosial, ekonomi dan politik untuk memperoleh keadilan sosial.

Menurut pendapat Phillipus M. Hadjon bahwa perlindungan hukum bagi rakyat sebagai tindakan pemerintah yang bersifat preventif dan represif. Perlindungan hukum yang preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa, yang mengarahkan tindakan pemerintah bersikap hati-hati dalam pengambilan keputusan

bedasarkan diskresi, dan perlindungan yang represif bertujuan untuk menyelesaikan terjadinya sengketa, termasuk penanganannya di lembaga peradilan. Teori perlindungan hukum merupakan salah satu teori yang sangat penting untuk dikaji, karena fokus kajian teori ini pada perlindungan hukum yang diberikan kepada masyarakat yang berada pada posisi yang lemah, baik secara ekonomis maupun lemah dari aspek yuridis.

Metode Penelitian

Dilihat dari jenisnya penelitian ini adalah penelitian hukum normatif, yaitu Jenis penelitian hukum normatif adalah suatu proses menemukan aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, ataupun doktrin-doktrin hukum, untuk menjawab isu hukum yang dihadapi. Hal ini sesuai dengan karakter perkristif dalam ilmu hukum. Penelitian hukum normatif dilakukan untuk menghasilkan argumentasi, teori atau konsep baru sebagai prekripsi dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi.

Penelitian ini adalah pendekatan perundang-undangan (Statute Approach), yaitu pendekatan yang digunakan untuk menelaah seluruh peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan permasalahan atau isu yang dihadapi. Pendekatan peraturan perundang-undangan ini dilakukan dengan mempelajari konsistensi/kesesuaian aturan hukum yang berlaku. Pendekatan ini digunakan untuk meneliti berbagai aturan hukum yang berlaku.

Pengumpulan data dalam penelitian hukum normatif ini hanya digunakan pada teknik studi dokumenter (studi kepustakaan).

Data yang dikumpulkan dari bahan hukum primer, sekunder, tersier selanjutnya dianalisis secara deskriptif kualitatif. Teknik analisis ini tidak menggunakan angka-angka atau statistik, namun lebih menjelaskan ke dalam bentuk kalimat yang dipaparkan secara lugas. Data yang telah dianalisis dan dideskripsikan selanjutnya disimpulkan dengan metode deduktif, yakni menyimpulkan dari pernyataan yang bersifat umum ke dalam pernyataan yang bersifat khusus.

Penarikan Kesimpulan menggunakan Logika berfikir deduktif, yaitu penalaran hukum yang berlaku umum pada kasus individual dan konkret (persoalan hukum faktual yang konkret) yang di hadapi. Proses yang terjadi dalam deduksi adalah konkretisasi (hukum), karena temuan-temuan hukum berupa nilai-nilai, asas-asas, konsep-konsep, dan norma-norma hukum yang dirumuskan secara umum dalam aturan-aturan hukum positif, kemudian dikonkritisasi (dijabarkan) dan diterapkan guna penyelesaian persoalan hukum konkret yang dihadapi, sehingga diperoleh kesimpulan sebagai jawaban atas permasalahan hukum yang diajukan sebelumnya.

Pembahasan

Salah satu hasil perkembangan teknologi informasi adalah transaksi jual beli yang dilakukan melalui media elektronik dengan jaringan internet atau yang dikenal juga dengan *e-commerce*. *Electronic Commerce (e-commerce)* adalah proses pembelian, penjualan dan pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan komputer. Media *e-commerce* melibatkan penggunaan internet, *world wide web*, dan aplikasi pada *smartphone*. Karakter industri komunikasi yang mencakup jaringan internet ini memungkinkan pelaku usaha untuk bertransaksi dengan siapa saja dan di mana saja. Terlebih lagi di masa Pandemi Covid-19 saat ini seluruh masyarakat diharuskan untuk berada di rumah sehingga dengan adanya *e-commerce* ini maka setiap orang tidak perlu bertemu langsung untuk membeli apa yang mereka butuhkan.

Dasar hukum *e-commerce* di Indonesia adalah Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE). UU ITE ini bagi transaksi *e-commerce* adalah untuk :

1. Pengakuan transaksi, informasi, dokumen dan tanda tangan elektronik dalam kerangka hukum perikatan dan hukum pembuktian, sehingga kepastian hukum transaksi elektronik terjamin.
2. Diklasifikasikannya tindakan-tindakan yang termasuk kualifikasi pelanggaran hukum terkait penyalahgunaan teknologi informasi disertai dengan sanksi pidananya.

Perjanjian yang dipakai dalam aktivitas *e-commerce* pada dasarnya sama dengan perjanjian yang dilakukan dalam transaksi konvensional, akan tetapi perjanjian yang dipakai dalam *e-commerce* merupakan perjanjian yang dibuat secara elektronik atau melalui sistem elektronik (Pasal 1 Angka 17 UU ITE).

Bisnis *e-commerce* saat ini mengalami perkembangan yang cukup pesat karena selalu bertambahnya situs belanja online di Indonesia. Dalam sistem belanja online, ketika seorang konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk, maka tidak dapat dihindari adanya resiko yang dapat terjadi dan diterima oleh konsumen tersebut. Resiko yang dimaksud berupa bentuk kecurangan-kecurangan, misalnya pada *virtual store* yang bersangkutan merupakan toko fiktif, terjadi keterlambatan pengiriman kepada konsumen, adanya kerusakan/cacat atas barang yang dikirimkan, kondisi barang yang diterima tidak sesuai dengan apa yang ditawarkan di internet, dan hal-hal lainnya yang mungkin saja terjadi.

Jaminan akan kepastian hukum bagi konsumen dalam melakukan transaksi *e-commerce* diperlukan untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen. Untuk melindungi kerugian-kerugian tersebut maka perlindungan hukum yang dapat diberikan kepada konsumen ada di dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Dalam UUPK mengatur mengenai hak dan kewajiban konsumen, diantaranya:

Pasal 4 Hak-Hak Konsumen :

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih serta mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya;
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Pasal 5 Kewajiban-Kewajiban Konsumen :

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Selain itu, secara lebih jelas dalam pasal 8 dan 9 UUPK diatur mengenai beberapa perbuatan yang dilarang untuk dilakukan oleh pelaku usaha, dalam hal ini adalah memperdagangkan barang dan/jasa yang tidak sesuai dengan syarat-syarat yang diatur

dalam pasal tersebut. Dalam pasal 16 UUPK dikatakan bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/jasa melalui pesanan dilarang untuk:

1. Tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan.
2. Tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi.

Selanjutnya dalam pasal 19 UUPK juga mengatur tentang ganti kerugian terhadap produk cacat, dimana barang yang cacat merupakan tanggung jawab produsen/pelaku usaha. Hal tersebut diatur secara jelas dalam Ketentuan Bab VI tentang Tanggungjawab Pelaku Usaha.

Regulasi lainnya yang mengatur secara khusus tentang transaksi perdagangan elektronik atau *e-commerce* adalah Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 (PP 80/2019) Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. PP ini mengatur tentang para pihak yang melakukan kegiatan melalui sistem elektronik, diantaranya :

1. Pengertian dan Lingkup Pengaturan Perdagangan
2. Persyaratan Perdagangan
3. Penyelenggaraan Perdagangan
4. Kewajiban Pelaku Usaha Perdagangan
5. Bukti Transaksi Perdagangan
6. Iklan Elektronik
7. Penawaran, Penerimaan dan Konfirmasi
8. Kontrak Elektronik
9. Perlindungan Terhadap Data Pribadi
10. Pembayaran Dalam Perdagangan
11. Pengiriman Barang dan Jasa
12. Penukaran Barang Atau Jasa Dan Pembatalan Pembelian Dalam Perdagangan
13. Penyelesaian Sengketa Perdagangan
14. Pembinaan dan Pengawasan
15. Sanksi Administratif

PP 80/2019 juga mengatur jika kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik merugikan konsumen, maka konsumen dapat melaporkan kerugiannya kepada Menteri (yang menyelenggarakan urusan di bidang Perdagangan) dan pelaku usaha yang dilaporkan harus menyelesaikan pelaporan tersebut. Jika tidak dilakukan, maka pelaku usaha dapat dimasukkan dalam Daftar Prioritas Pengawasan oleh Menteri yang dapat diakses oleh publik.

Dengan demikian, terkait dengan perlindungan hukum yang dapat diberikan kepada konsumen dalam kegiatan *e-commerce* mengacu pada UU ITE, UUPK, dan PP 80/2019 di atas.

Simpulan

UUPK belum dapat melindungi konsumen dalam transaksi *e-commerce*, karena UUPK karena keterbatasan tentang pengertian pelaku usaha. UUPK hanya menjangkau pelaku usaha di dalam negara Indonesia saja. Padahal transaksi *e-commerce* mencakup diberbagai negara di belahan dunia. Perlindungan hukum yang seharusnya diatur meliputi : a. perlindungan hukum terhadap konsumen dari sisi pelaku usaha. b. perlindungan hukum konsumen dari sisi konsumen. c. perlindungan hukum konsumen dari sisi produk. d. perlindungan hukum konsumen dari sisi transaksi online.

Saran dari penelitian ini adalah pemerintah membuat UUPK yang mengatur perlindungan konsumen tentang *e-commerce*, konsumen hendaknya sadar akan haknya, pelaku usaha hendaknya jujur dalam transaksi *e-commerce*.

Daftar Pustaka

- [1] Nikita, Pauline Maistry. 2017. "Stress, Burnout and Work Engagement: Social Support as Moderator." Minor Dissertation Submitted in the fulfilment of the requirements for the degree Magister Commercil din Industrial Psichology in the College of Business and Economics at the University Of Johannesburg.
- [2] Paek, S., Schuckert, M., Kim, T. T., & Lee, G. 2015. "Why is hospitality employees' psychological capital important? The effects of psychological capital on work engagement and employee morale." *International Journal of Hospitality Management*, 50(9), 9-26.
- [3] Resham. R. Vasandani. 2018. "Psychological Capital and and Work Engagement: The Moderating Role Of Job Demands." B.A., University of Victoria, A Thesis Submitted In Partial Fulfillment Of The Requirements For The Degree Of Master Of Arts in Organizational University.
- [4] Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2015). *Organizational Behavior*. Pearson.
- [5] Schaufeli, W. B. 2011. "Work engagement: Managing social and ethical issues in organizations."
- [6] Sharon, Sawyer Cureton. 2014. "The Role Of Exchange Ideology In Coworker Social Support and Work Engagement." Dissertation to the Graduate School, The University of Southern Mississippi, in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy.
- [7] Shimazu, A., Mastsudaira, K., Jonge, J.D., Toska, N., Watanabe, K., & Takahashi, M. 2016. "Psychological detachment from work during non-work time: Linear or curvilinear relations with mental health and work engagement?" *Industrial Health*, 54, 282–292.
- [8] Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.