

# Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi *E-commerce* Ditinjau dari Perspektif Undang- Undang Perlindungan Konsumen

Yanci Libria Fista\*, Aris Machmud, Suartini

Universitas Al-Azhar Indonesia

\*email: [yanci.libria.fista108@gmail.com](mailto:yanci.libria.fista108@gmail.com)

Diterima: 23 Agustus 2023

Direvisi: 27 Agustus 2023

Disetujui: 29 Agustus 2023

## Abstrak

Kemajuan teknologi telah berdampak secara signifikan terhadap aktivitas perdagangan, khususnya dalam perdagangan elektronik, yang memungkinkan promosi, pemasaran, penjualan, dan pembelian produk atau jasa secara elektronik. Hal ini telah membawa banyak keuntungan, namun juga menimbulkan kekhawatiran akan terjadinya pelanggaran hak-hak konsumen. UU No. 8 Tahun 1999 bertujuan untuk menjamin kepastian hukum dalam transaksi *e-commerce*. Artikel ini membahas mengenai pengaturan perlindungan hukum konsumen dalam transaksi *e-commerce* dan permasalahan yang dihadapinya. Dengan menggunakan pendekatan yuridis normatif, metode penelitian mengkaji hukum tertulis dan literatur, menghubungkannya dengan kejadian nyata. Analisis yang dilakukan bersifat deskriptif, mengumpulkan data dan menghubungkannya dengan kejadian-kejadian nyata. Kesimpulannya adalah peraturan perlindungan hukum konsumen belum efektif dalam mencegah penipuan yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam transaksi elektronik. Adanya undang-undang perlindungan hukum konsumen diharapkan dapat mencegah kejahatan yang dilakukan oleh pelaku usaha dan menjadi payung hukum bagi konsumen.

**Kata Kunci:** Jual Beli Online; Perlindungan Hukum; Transaksi Elektronik.

## Abstract

*Technological advancements have significantly impacted trade activities, particularly in electronic commerce, which allows for the electronic promotion, marketing, sales, and purchases of products or services. This has brought numerous advantages, but also raises concerns about consumer rights violations. Law No. 8 of 1999 aims to ensure legal certainty in e-commerce transactions. This article discusses the regulation of consumer legal protection in e-commerce transactions and the problems they face. Using a normative juridical approach, the research method examines written law and literature, connecting it with real-life events. The analysis is descriptive, collecting data and connecting it with real-life events. The conclusion is that consumer legal protection regulation has not been effective in preventing fraud committed by business actors in electronic transactions. The existence of a consumer legal protection law is expected to prevent crimes committed by business actors and serve as a legal umbrella for consumers.*

**Keywords:** Online Buying and Selling; Legal Protection; Electronic Transactions.

## A. PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini dunia mengalami kemajuan di bidang teknologi yang telah membawa perubahan dan pergeseran yang sangat cepat dalam suatu kehidupan. Pemanfaatan teknologi tersebut telah mendorong kegiatan perdagangan dan pertumbuhan ekonomi melalui bisnis yang berkembang sangat pesat di masyarakat. Hal ini salah satunya dipengaruhi dengan adanya



perkembangan teknologi digital yang berbasis internet. Internet sebagai suatu media informasi dan komunikasi elektronik yang telah banyak dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan, antara lain untuk mencari data dan info berita, saling mengirim pesan melalui email, dan perdagangan atau bisnis.

Layanan digital yang menjamur pada saat ini memiliki banyak keunggulan yang menjadikan sesuatu hal yang rumit bisa menjadi lebih mudah dan cepat. Kehadiran layanan digital ini sangat berpengaruh besar di dalam dunia perdagangan pada masa sekarang terutama di masa pandemi ini yang menjadikan setiap kegiatan transaksi baik itu promosi/pemasaran produk atau jasa, penjualan dan pembelian bisa dilakukan secara elektronik. Kegiatan ini kita kenal dengan istilah *electronic commerce* atau sering kita dengar dengan singkatan *e-commerce*.

Transaksi *e-commerce* yaitu transaksi dagang yang terjadi antara penjual dan pembeli untuk menyediakan barang, jasa atau mengambil alih hak. Kontrak ini dilakukan dengan menggunakan media elektronik (*digital medium*) tanpa dihadiri para pihak yang melakukan transaksi. Medium ini terdapat di dalam jaringan umum dengan sistem terbuka, yaitu internet atau *world wide web*, transaksi ini terjadi terlepas dari batas wilayah dan syarat nasional.<sup>1</sup>

Transaksi *e-commerce* juga merupakan suatu perjanjian jual beli yang sama dengan jual beli konvensional pada umumnya. Di dalam suatu transaksi *e-commerce* juga mengandung suatu asas konsensualisme yang berarti kesepakatan dari kedua belah pihak. Suatu kesepakatan terjadi apabila terdapat penawaran dari pihak penjual lalu ada penerimaan dari pihak calon pembeli. Penawaran dan penerimaan inilah yang merupakan awal terjadinya kesepakatan antara pihak-pihak yang bersangkutan. Proses penawaran dan penerimaan *online* ini tidaklah beda dengan proses penawaran dan penerimaan pada umumnya. perbedaannya hanyalah pada media yang dipergunakan, pada transaksi *e-commerce* media yang digunakan adalah internet.

Pemanfaatan media *e-commerce* dalam dunia perdagangan sangat membawa dampak pada masyarakat, bukan hanya masyarakat Indonesia saja melainkan masyarakat internasional juga. Ditambah dengan keadaan pada saat sekarang ini, pandemi sedang melanda seluruh dunia yang menjadikan setiap orang ataupun pihak harus mengurangi aktivitas di luar yang mengakibatkan lebih banyak berinteraksi dengan menggunakan internet. Bahkan media ini sangat berpengaruh besar dalam perdagangan atau jual beli saat ini. Banyak hal terjadi selama masa pandemi ini, diantaranya dengan adanya pembatasan aktivitas di luar menjadikan banyak perusahaan yang akhirnya memutuskan hubungan kerja terhadap para karyawannya. Hal ini menjadikan setiap orang yang terdampak karena pandemi untuk memutar otak bagaimana cara mereka tetap mendapatkan penghasilan. Dan terlihat dari banyaknya orang yang menggunakan *e-commerce* sebagai salah satu pilihan jalan untuk mendapatkan penghasilan. Para pelaku usaha bermunculan dengan aneka ragam barang-barang atau jasa yang ditawarkan melalui *e-commerce*. Hal ini menjadikan masyarakat lebih sering melakukan transaksi jual beli melalui internet.

Dengan adanya *e-commerce* tidak hanya produsen atau para penjual yang diuntungkan. Di sisi lain sangat menguntungkan terhadap para konsumen, karena konsumen bisa melakukan pencarian barang atau jasa dan mempunyai banyak

---

<sup>1</sup> Wawan Muhwan Hariri, *Hukum Perikatan: Dilengkapi Hukum Perikatan Dalam Islam* (Bandung: Pustaka Setia, 2011), hlm. 337.

pilihan untuk bisa mendapatkan barang atau jasa yang mereka inginkan tanpa harus mendatangi toko para penjual dan konsumen bisa mendapatkan informasi secara *up to date* dan terus menerus tetapi di sisi lain ada pelanggaran akan hak-hak konsumen yang sangat riskan terjadi dalam transaksi *e-commerce* ini seperti, ketidaksesuaian jenis dan kualitas barang yang dijanjikan, ketidaktepatan waktu pengiriman barang, ketidakamanan transaksi pembayaran, dan lainnya.

Maka dari itu sangat diperlukan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* agar setiap konsumen memiliki kepastian hukum dalam melakukan transaksi *e-commerce*. Di negara kita perlindungan hukum terhadap konsumen diatur dengan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Selanjutnya disebutkan UU PK). Dengan adanya undang-undang ini diharapkan setiap konsumen yang melakukan transaksi *e-commerce* bisa mendapatkan kepastian hukum, sehingga aman dalam melakukan transaksi.

Hukum perlindungan konsumen menurut A.Z Nasution adalah bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen, sedangkan hukum konsumen adalah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup.<sup>2</sup>

UU PK dibuat dengan tujuan meningkatkan pembangunan nasional guna untuk mewujudkan suatu masyarakat yang adil dan makmur yang merata secara materiil dan spiritual dalam era demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. Pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha, sehingga mampu menghasilkan beraneka barang dan atau jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan atau jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen.

Semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah, dan keamanan barang dan atau jasa yang diperolehnya di pasar serta meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab dikarenakan bahwa ketentuan hukum yang melindungi kepentingan konsumen di Indonesia belum memadai, sehingga diperlukan perangkat peraturan perundang-undangan guna mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha agar tercipta perekonomian yang sehat.

*E-commerce* merupakan bentuk perdagangan yang mempunyai karakteristik tersendiri yaitu di mana penjual dan pembeli bisa melakukan transaksi jual beli tanpa harus bertemu. *E-commerce* tidak hanya di Indonesia, namun dapat melakukan perdagangan yang melintasi batas negara hanya dengan menggunakan media internet. Oleh karena itu, para konsumen harus berhati-hati dalam

---

<sup>2</sup> Alfina Maharani dan Adnand Darya Dzikra, "Fungsi Perlindungan Konsumen dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen di Indonesia: Perlindungan, Konsumen dan Pelaku Usaha (Literature Review)," *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 2, no. 6 (2021): 659-666, <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i6.607>.

melakukan transaksi lewat internet. Persoalan tersebut antara lain menyangkut masalah mekanisme pembayaran dan jaminan keamanan dalam bertransaksi.

Pentingnya permasalahan hukum di bidang *e-commerce* adalah terutama dalam memberikan perlindungan terhadap para pihak yang melakukan transaksi melalui internet. Mengingat pentingnya hal dalam transaksi *e-commerce* tersebut maka negara kita Indonesia pada tahun 2008 mengeluarkan peraturan khusus yang mengatur transaksi melalui internet yaitu Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang untuk selanjutnya disingkat (UU ITE) dan peraturan yang mengatur bisnis di Indonesia terdapat dalam UU No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan pada bab tujuh, yaitu Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Berdasarkan ketentuan Pasal 1 angka 10, UU ITE, disebutkan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer atau media elektronik lainnya. Para pihak yang terkait dalam transaksi jual beli secara elektronik melakukan hubungan hukum yang dituangkan melalui suatu bentuk perjanjian atau kontrak yang juga dilakukan secara elektronik tanpa adanya tatap muka antar pihak yang berkait.

Globalisasi informasi telah menempatkan Indonesia sebagai bagian dari masyarakat informasi dunia, sehingga mengharuskan dibentuknya pengaturan mengenai pengelolaan informasi dan transaksi elektronik di tingkat nasional. Pembangunan teknologi informasi dapat dilakukan secara optimal, merata, dan menyebar ke seluruh lapisan masyarakat. UU ITE dibuat untuk bisa membantu mewujudkan perkembangan dan kemajuan teknologi informasi yang demikian pesat telah menyebabkan perubahan kegiatan kehidupan manusia dalam berbagai bidang yang secara langsung telah memengaruhi lahirnya bentuk-bentuk perbuatan hukum baru.

Pemanfaatan teknologi informasi berperan penting dalam perdagangan dan pertumbuhan perekonomian nasional untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Maka dengan ini, pemerintah perlu mendukung pengembangan teknologi informasi melalui infrastruktur hukum dan pengaturannya, sehingga pemanfaatan teknologi informasi dilakukan secara aman untuk mencegah penyalahgunaannya dengan memperhatikan nilai-nilai agama dan sosial budaya masyarakat Indonesia.

Berdasarkan uraian di atas, kita ketahui bahwa pemerintah telah mengatur undang-undang mengenai perlindungan konsumen dan pengaturan hukum dalam transaksi *e-commerce*. Tetapi kenyataannya di lapangan masih saja ditemukan adanya konsumen yang mengalami penipuan dalam transaksi *e-commerce* tersebut. Terlebih selama masa pandemi ini yang mengharuskan semua lapisan masyarakat untuk bekerja dari rumah. Tentunya ini sangat berdampak pada sektor ekonomi perdagangan, sehingga menjadikan banyak masyarakat beralih dengan cara memanfaatkan *e-commerce* untuk menjadikan salah satu pilihan dalam melakukan perdagangan atau penjualan barang atau jasa ataupun pembelian barang atau jasa secara *online*.

## **B. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif atau yang dikenal dengan penelitian kepustakaan<sup>3</sup> yang merupakan suatu proses untuk

---

<sup>3</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat* (Jakarta:

menemukan suatu aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi.<sup>4</sup>

Perolehan data yang dilakukan melalui kepustakaan yakni melalui pengumpulan data sekunder yang mencakup bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Namun, untuk melengkapi dan mendukung analisis data sekunder, apabila diperlukan perlu dilakukan wawancara dengan berbagai sumber yang dinilai yang memahami konsep dan pemikiran yang ada dalam data sekunder, sejauh masih dalam batas-batas metode penelitian yuridis normatif.

## **C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **1. Aspek Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen**

Pasal 1 angka 2 UU PK mendefinisikan konsumen sebagai setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Konsumen pada umumnya diartikan sebagai pemakai terakhir dari produk yang diserahkan kepada mereka oleh pengusaha, yaitu setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjualbelikan.<sup>5</sup> Sedangkan, pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.<sup>6</sup>

Kegiatan bisnis merupakan suatu hubungan yang saling membutuhkan antara pelaku usaha dan konsumen. Pada hakikatnya, untuk menjaga dan menjamin keseimbangan kedudukan antara konsumen dan pelaku usaha ini dibutuhkan perangkat peraturan yang dapat memberikan perlindungan hukum bagi konsumen. Perlunya perlindungan terhadap konsumen itu karena pada umumnya konsumen berada pada posisi yang lemah dalam hubungan dengan pelaku usaha (produsen), baik secara ekonomi, tingkat pendidikan atau kemampuan, daya bersaing maupun dalam posisi tawar-menawar.<sup>7</sup>

Pengaturan tentang hukum perlindungan konsumen telah diatur dalam UU PK. Berdasarkan UU PK Pasal 1 ayat (1) disebutkan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen berupa perlindungan terhadap hak-hak konsumen, yang diperkuat melalui undang-undang khusus, memberi harapan agar pelaku usaha tidak bertindak sewenang-wenang yang selalu merugikan hak-hak konsumen.<sup>8</sup>

---

RajaGrafindo Persada, 2012), hlm. 14.

<sup>4</sup> Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum (Edisi Revisi)* (Jakarta: Prenada Media Group, 2017), hlm. 35.

<sup>5</sup> Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014), hlm. 17.

<sup>6</sup> Niru Anita Sinaga dan Nunuk Sulisrudatin, "Pelaksanaan Perlindungan Konsumen di Indonesia," *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara* 5, no. 2 (2018): 71–87, <https://doi.org/10.35968/jh.v5i2.110>.

<sup>7</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 22.

<sup>8</sup> Ariningsih Nura Damayanti, Zanuar Bayu Pamungkas, dan Tri Indah Lestari, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Jasa Perbankan," dalam *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains dan Teknologi*, vol. 3, 2023, 487–496, <https://www.ojs.uadb.ac.id/index.php/HUBISINTEK/article/view/2699>.

## 2. Aspek Hukum Dalam Transaksi E-commerce

Perkembangan teknologi khususnya internet telah mengubah konsep jual beli, di mana saat ini proses transaksi jual beli dapat dilakukan antara penjual dan pembeli tanpa harus bertemu langsung.<sup>9</sup> Jual beli melalui internet yang dilakukan secara *online* ini dikenal dengan istilah *e-commerce*. Secara sederhana *e-commerce* diartikan sebagai transaksi elektronik.<sup>10</sup> *Electronic commerce transaction*, yaitu transaksi dagang antara penjual dan pembeli untuk menyediakan barang, jasa atau mengambil alih hak. Kontrak ini dilakukan dengan media elektronik (digital medium) tanpa dihadiri para pihak yang melakukan transaksi. Medium ini terdapat di dalam jaringan umum dengan sistem terbuka, yaitu internet atau *world wide web*, transaksi ini terjadi terlepas dari batas wilayah dan syarat nasional.<sup>11</sup>

*E-commerce* adalah kegiatan bisnis dengan melakukan pertukaran data (*data interchange*) via internet di mana kedua belah pihak yaitu *orifinator* dan *addressee* atau disebut dengan penjual dan pembeli barang dan atau jasa, dapat melakukan *bargaining* dan transaksi.<sup>12</sup> Amir Hatman dalam bukunya, *Net Ready: Strategies for Success in the Economy* secara lebih terperinci lagi mendefinisikan *e-commerce* sebagai suatu mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua institusi (*Business to Business*) maupun antar institusi dan konsumen langsung (*Business to Consumer*).<sup>13</sup>

Adapun ruang lingkup dalam transaksi *e-commerce* terdiri atas 3 (tiga) jenis, yaitu:

- a) *Business to Business* (bisnis ke bisnis);
- b) *Business to Consumer* (bisnis ke konsumen); dan
- c) *Consumer to Consumer* (konsumen ke konsumen).<sup>14</sup>

Transaksi *e-commerce* melibatkan beberapa pihak, baik yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung, tergantung kompleksitas transaksi yang dilakukan. Artinya apakah semua proses transaksi dilakukan secara *online* atau hanya beberapa tahap saja yang dilakukan secara *online*. Apabila seluruh transaksi dilakukan secara *online*, mulai dari proses terjadinya transaksi sampai dengan pembayaran. 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

---

<sup>9</sup> Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia: Sebagai Pedoman Dalam Menghadapi Era Digital Bisnis e-commerce di Indonesia* (Bandung: Nusa Media, 2019), hlm. 6.

<sup>10</sup> Sherlina Permata dan Hendra Haryanto, "Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Aplikasi Shopee Pay Later," *Krisna Law: Jurnal Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Krisnadwipayana* 4, no. 1 (2022): 33–47, <https://doi.org/10.37893/krisnalaw.v4i1.13>.

<sup>11</sup> Dhea Cynara Torong, "Analisis Yuridis Wanprestasi Oleh Penjual Dalam Jual Beli Melalui Media Internet," *Jurnal Perspektif Hukum* 2, no. 1 (2021): 178–191, <https://doi.org/10.35447/jph.v2i1.343>.

<sup>12</sup> Ferdinan Situmorang, "Keabsahan Kontrak Jual Beli Secara Elektronik (E-Commerce) Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Transaksi Elektronik," *Jurnal Hukum Prodi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Untan (Jurnal Mahasiswa S1 Fakultas Hukum) Universitas Tanjungpura* 4, no. 2 (2016), <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jmfh/article/view/14304>.

<sup>13</sup> Richardus Eko Indrajit, *E-commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001), hlm. 3.

<sup>14</sup> Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-commerce: Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006), hlm. 18.

secara elektronik atau kontrak elektronik. Johannes Gunawan memaparkan bahwa kontrak elektronik adalah kontrak baku yang dirancang, dibuat, ditetapkan, digandakan dan disebarluaskan secara digital melalui situs di internet (*website*) secara sepihak oleh pembuat kontrak (dalam hal ini pelaku usaha) tanpa kesepakatan pihak lainnya, biasanya konsumen.<sup>15</sup>

Perlindungan konsumen merupakan segala upaya untuk menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Pengertian perlindungan konsumen yang dijelaskan dalam UU PK Pasal 1 ayat (1) tersebut cukup memadai dan diharapkan sebagai benteng untuk meniadakan tindakan sewenang-wenang yang merugikan konsumen oleh pelaku usaha hanya untuk kepentingan perlindungan konsumen itu sendiri. Az. Nasution menyebutkan pengertian hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang/jasa) konsumen antara penyedia dan penggunaannya, dalam kehidupan bermasyarakat. Menurut Johannes Gunawan, perlindungan hukum terhadap konsumen dapat dilakukan pada saat sebelum terjadinya transaksi (*no conflict/pre purchase*) dan/atau pada saat setelah terjadinya transaksi (*conflict/post purchase*).<sup>16</sup>

Pengaturan tentang hukum perlindungan konsumen telah diatur dalam UU PK. Berdasarkan UU PK Pasal 1 ayat (1) disebutkan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen berupa perlindungan terhadap hak-hak konsumen, yang diperkuat melalui undang-undang khusus, memberi harapan agar pelaku usaha tidak bertindak sewenang-wenang yang selalu merugikan hak-hak konsumen.<sup>17</sup>

Penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagai usaha bersama mempunyai lima asas dasar,<sup>18</sup> yang kelima asas tersebut relevan dalam pembangunan nasional, yaitu:

- a) Asas manfaat, dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan;
- b) Asas keadilan, dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil;
- c) Asas keseimbangan, dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual;
- d) Asas keamanan dan keselamatan konsumen, dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen

---

<sup>15</sup> Dyah Ayu Artanti dan Men Wih Widiatno, "Keabsahan Kontrak Elektronik Dalam Pasal 18 ayat (1) UU ITE Ditinjau dari Hukum Perdata di Indonesia," *JCA of Law* 1, no. 1 (2020): 88-98, <https://jca.esaunggul.ac.id/index.php/law/article/view/10>.

<sup>16</sup> Johannes Gunawan, "Kontroversi Strict Liability Dalam Hukum Perlindungan Konsumen," *Veritas et Justitia* 4, no. 2 (2018): 274-303, <https://doi.org/10.25123/vej.v4i2.3082>.

<sup>17</sup> Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan* (Jakarta: Visimedia, 2008), hlm. 4.

<sup>18</sup> Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (LN No. 22 Tahun 1999, TLN No. 3821), Pasal 2.

dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan; dan

- e) Asas kepastian hukum, dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen serta negara menjamin kepastian hukum.<sup>19</sup>

Menurut Pasal 3 UU PK, tujuan dari perlindungan konsumen adalah:

- a) Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari ekses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen, sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha; dan
- f) Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Setiap konsumen memiliki hak dan kewajiban dalam melakukan transaksi jual beli termasuk dalam transaksi *e-commerce*. Hal ini telah dituangkan dalam Pasal 4 dan 5 UU PK diantaranya:

Hak konsumen adalah:

- a) Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
- b) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c) Hak atas informasi yang benar, jelas, jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d) Hak untuk didengar pendapat dan keluhan atas barang dan/jasa yang digunakan;
- e) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f) Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; dan

---

<sup>19</sup> Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), hlm. 434-435.

- i) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Kewajiban konsumen adalah:

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

Dalam UU PK, tidak hanya memuat hak dan kewajiban dari konsumen saja, melainkan juga memuat hak dan kewajiban dari para pelaku usaha yang dituangkan dalam Pasal 6 UU PK, yaitu:

Hak pelaku usaha adalah:

- a) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/jasa yang diperdagangkan;
- b) Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad 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 dan/atau jasa yang diperdagangkan; dan
- e) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Kewajiban konsumen adalah:

- a) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d) Menjamin mutu barang dan/jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e) Memberi kesempatan pada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan atau jasa yang diperdagangkan;
- f) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan; dan
- g) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Pemerintah sudah mengatur UU PK yang diharapkan bisa menjadi kekuatan perlindungan hukum bagi setiap konsumen. Namun kenyataannya di masyarakat masih ditemukan para konsumen yang mengalami kerugian ketika melakukan transaksi, khususnya dalam transaksi elektronik.

Transaksi *e-commerce* dengan ciri khasnya yang bisa melakukan transaksi tanpa harus bertemu antara pihak penjual dan pembeli ini memiliki dua sisi yang berbeda. Di mana satu sisi sangat menguntungkan karena kita tidak lagi harus mendatangi penjual/pelaku usaha untuk bisa membeli atau mendapatkan barang yang diinginkan. Namun di sisi lain juga ada hal bisa merugikan konsumen, yaitu ketika penjual atau pelaku usaha yang tidak memiliki itikad baik. Hal ini banyak terjadi di masyarakat ketika konsumen sudah melakukan semua kewajibannya. Namun tidak mendapatkan barang yang telah mereka bayarkan.

Dalam kasus ini, konsumen memiliki keterbatasan dalam mengetahui informasi penjual atau pelaku usaha. Di mana konsumen hanya mendapatkan info sesuai dengan yang tertera pada profil pelaku usaha saja. Ketika konsumen berusaha untuk melacak kembali pelaku usaha melalui nomor telepon yang dipakai pelaku usaha saat awal transaksi tiba-tiba tidak bisa dihubungi dan akun yang digunakan untuk promosi barang dan/atau jasa pun juga tidak bisa ditemukan. Hal ini bisa terjadi dikarenakan pelaku usaha memblokir konsumen yang telah melakukan transaksi. Di sini konsumen seperti tidak mempunyai kekuatan hukum untuk penyelesaian sengketa perlindungan.

Perkembangan dan kemajuan teknologi informasi yang demikian pesat telah menyebabkan perubahan kegiatan kehidupan manusia dalam berbagai bidang yang secara langsung telah memengaruhi lahirnya bentuk-bentuk perbuatan hukum baru. Pemanfaatan teknologi informasi yang berperan penting dalam perdagangan dan pertumbuhan perekonomian globalisasi saat ini. Kebebasan setiap pelaku usaha menggunakan pemanfaatan teknologi informasi membuat para konsumen sulit membedakan antara pelaku usaha yang resmi dengan tidaknya.

UU ITE merupakan bentuk perhatian pemerintah terhadap berkembangnya informasi dan transaksi yang berbentuk elektronik. Pemanfaatan teknologi informasi dan transaksi elektronik dilaksanakan dengan tujuan untuk:

- a) Mencerdaskan kehidupan bangsa sebagai bagian dari masyarakat informasi dunia;
- b) Mengembangkan perdagangan dan perekonomian nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat;
- c) Meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan publik;
- d) Membuka kesempatan seluas-luasnya kepada setiap orang untuk memajukan pemikiran dan kemampuan di bidang penggunaan dan pemanfaatan teknologi informasi seoptimal mungkin dan bertanggung jawab; dan
- e) Memberikan rasa aman, keadilan, dan kepastian hukum bagi pengguna dan penyelenggara teknologi informasi.<sup>20</sup>

Adapun mengenai aturan transaksi elektronik sudah diatur dalam UU ITE yaitu:<sup>21</sup>

- a) Pasal 17 mengatur tentang:
  - 1) Penyelenggaraan Transaksi Elektronik dapat dilakukan dalam lingkup publik ataupun privat;

---

<sup>20</sup> Indonesia, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (LN No. 58 Tahun 2008, TLN No. 4843), Pasal 4.

<sup>21</sup> *Ibid.*, Pasal 17-20.

- 2) Para pihak yang melakukan transaksi elektronik wajib beriktikad baik dalam melakukan interaksi dan/atau pertukaran Informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik selama transaksi berlangsung; dan
  - 3) Ketentuan lebih lanjut mengenai penyelenggaraan transaksi elektronik diatur dengan peraturan pemerintah.
- b) Pasal 18 mengatur tentang:
- 1) Transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak;
  - 2) Para pihak memiliki kewenangan untuk memilih hukum yang berlaku bagi transaksi elektronik internasional yang dibuatnya;
  - 3) Jika para pihak tidak melakukan pilihan hukum dalam transaksi elektronik internasional, hukum yang berlaku didasarkan pada asas Hukum Perdata Internasional;
  - 4) Para pihak memiliki kewenangan untuk menetapkan forum pengadilan, arbitrase, atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya yang berwenang menangani sengketa yang mungkin timbul dari transaksi elektronik internasional yang dibuatnya; dan
  - 5) Jika para pihak tidak melakukan pilihan forum sebagaimana dimaksud pada ayat (4), penetapan kewenangan pengadilan, arbitrase, atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya yang berwenang menangani sengketa yang mungkin timbul dari transaksi tersebut, didasarkan pada asas Hukum Perdata Internasional.
- c) Pasal 19 dan 20 menyebutkan bahwa para pihak yang melakukan transaksi elektronik harus menggunakan sistem elektronik yang disepakati, kecuali:
- 1) Ditentukan lain oleh para pihak, transaksi elektronik terjadi pada saat penawaran transaksi yang dikirim pengirim telah diterima dan disetujui penerima; dan
  - 2) Persetujuan atas penawaran transaksi elektronik harus dilakukan dengan pernyataan penerimaan secara elektronik.

Pada dasarnya tidak ada satu pun orang yang menghendaki terjadinya sengketa dengan orang lain, tidak terkecuali dalam kegiatan perdagangan atau jual beli khususnya antara produsen dan konsumen. Karena apabila hal ini terjadi maka akan mengakibatkan kerugian pada pihak-pihak yang bersengketa. Walau demikian, hal ini tidak bisa dihindari yang disebabkan karena adanya kesalahpahaman, pelanggaran undang-undang, ingkar janji, kepentingan yang berlawanan dan kerugian salah satu pihak. Sengketa konsumen menurut Shidarta adalah sengketa berkenaan dengan pelanggaran hak-hak konsumen. Lingkupnya mencakup semua segi hukum baik keperdataan, pidana maupun tata usaha negara. Oleh karena itu, tidak digunakan istilah “sengketa transaksi konsumen” karena yang terakhir terkesan lebih sempit, yang hanya mencakup aspek hukum keperdataan saja.<sup>22</sup>

#### **D. SIMPULAN**

Perkembangan dan kemajuan teknologi informasi yang demikian pesat telah menyebabkan perubahan kegiatan kehidupan manusia dalam berbagai bidang yang secara langsung telah memengaruhi lahirnya bentuk-bentuk perbuatan hukum

---

<sup>22</sup> Sidharta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia Edisi Revisi* (Jakarta: Grasindo, 2006), hlm. 165.

baru. Pemanfaatan teknologi informasi berperan penting dalam perdagangan dan pertumbuhan perekonomian globalisasi saat ini. dengan adanya layanan digital mengubah sistem perdagangan di negara ini lebih mudah yang tidak mengharuskan penjual dan pembeli bertemu saat melakukan transaksi. Hal ini kita kenal dengan sebutan transaksi *e-commerce*. Namun dibalik kemudahannya terdapat hal yang belum sesuai. Walau sudah ada undang-undang yang mengatur mengenai perdagangan dan transaksi elektronik.

Adanya UU PK yang telah memuat semua hal terkait mengenai pelaku usaha dan konsumen dalam melakukan transaksi jual beli, UU ITE yang memuat aturan dalam bertransaksi secara elektronik masih belum berjalan dengan semestinya. Terlihat masih adanya tindak kejahatan yang dilakukan oleh para pelaku usaha terhadap para konsumen. Bahkan masih banyak konsumen yang juga belum mendapat hak mereka terutama hal dalam keselamatan dan perlindungan hukum ketika mereka menjadi korban wan prestasi dalam transaksi elektronik. Kurangnya sosialisasi dan pemahaman bagi konsumen juga mempengaruhi faktor untuk mendapatkan perlindungan hukum dari badan terkait. Semakin berkembangnya teknologi saat ini diharapkan kesadaran bagi semua pelaku usaha dan konsumen serta badan terkait untuk lebih meningkatkan perlindungan hukum untuk semua pihak.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Artanti, Dyah Ayu, dan Men Wih Widiatno. "Keabsahan Kontrak Elektronik Dalam Pasal 18 ayat 1 UU ITE Ditinjau dari Hukum Perdata di Indonesia." *JCA of Law* 1, no. 1 (2020): 88–98. <https://jca.esaunggul.ac.id/index.php/law/article/view/10>.
- Barkatullah, Abdul Halim. *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia: Sebagai Pedoman Dalam Menghadapi Era Digital Bisnis e-commerce di Indonesia*. Bandung: Nusa Media, 2019.
- Barkatullah, Abdul Halim, dan Teguh Prasetyo. *Bisnis E-Commerce: Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006.
- Damayanti, Ariningsih Nura, Zanuar Bayu Pamungkas, dan Tri Indah Lestari. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Jasa Perbankan." dalam *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains dan Teknologi*, 3:487–496, 2023. <https://www.ojs.uib.ac.id/index.php/HUBISINTEK/article/view/2699>.
- Gunawan, Johannes. "Kontroversi Strict Liability Dalam Hukum Perlindungan Konsumen." *Veritas et Justitia* 4, no. 2 (2018): 274–303. <https://doi.org/10.25123/vej.v4i2.3082>.
- Hariri, Wawan Muhwan. *Hukum Perikatan: Dilengkapi Hukum Perikatan Dalam Islam*. Bandung: Pustaka Setia, 2011.
- Indonesia. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (LN No. 58 Tahun 2008, TLN No. 4843).
- . Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (LN No. 22 Tahun 1999, TLN No. 3821).
- Indrajit, Richardus Eko. *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001.
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika, 2008.

- Maharani, Alfina, dan Adnand Darya Dzikra. "Fungsi Perlindungan Konsumen dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen di Indonesia: Perlindungan, Konsumen dan Pelaku Usaha (Literature Review)." *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 2, no. 6 (2021): 659–666. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i6.607>.
- Marzuki, Peter Mahmud. *Penelitian Hukum (Edisi Revisi)*. Jakarta: Prenada Media Group, 2017.
- Nugroho, Susanti Adi. *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008.
- Permata, Sherlina, dan Hendra Haryanto. "Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Aplikasi Shopee Pay Later." *Krisna Law: Jurnal Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Krisnadwipayana* 4, no. 1 (2022): 33–47. <https://doi.org/10.37893/krisnalaw.v4i1.13>.
- Sidabalok, Janus. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014.
- Sidharta. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia Edisi Revisi*. Jakarta: Grasindo, 2006.
- Sinaga, Niru Anita, dan Nunuk Sulisrudatin. "Pelaksanaan Perlindungan Konsumen di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara* 5, no. 2 (2018): 71–87. <https://doi.org/10.35968/jh.v5i2.110>.
- Situmorang, Ferdinan. "Keabsahan Kontrak Jual Beli Secara Elektronik (E-Commerce) Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Transaksi Elektronik." *Jurnal Hukum Prodi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Untan (Jurnal Mahasiswa S1 Fakultas Hukum) Universitas Tanjungpura* 4, no. 2 (2016). <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jmfh/article/view/14304>.
- Soekanto, Soerjono, dan Sri Mamudji. *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2012.
- Susanto, Happy. *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*. Jakarta: Visimedia, 2008.
- Torong, Dhea Cynara. "Analisis Yuridis Wanprestasi Oleh Penjual Dalam Jual Beli Melalui Media Internet." *Jurnal Perspektif Hukum* 2, no. 1 (2021): 178–191. <https://doi.org/10.35447/jph.v2i1.343>.