

Penerapan Perlindungan dan Perjanjian Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce: Tantangan dan Solusi di Era Digital

Imelda Martinelli¹ Evellyn Abigael Rhemrev² Klaudine Shyne Hendriko³ Egietta Christy Tarigan⁴

Fakultas Hukum, Universitas Tarumanagara, Kota Jakarta Barat, Provinsi DKI Jakarta, Indonesia^{1,2,3,4}

Email: imeldam@fh.untar.ac.id¹ evellyn.205230081@stu.untar.ac.id² klaudine.205230183@stu.untar.ac.id³ egietta.205230293@stu.untar.ac.id⁴

Abstrak

Penelitian ini membahas peran hukum perdata dalam konteks perlindungan konsumen, sebuah isu yang semakin relevan seiring dengan pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Perlindungan konsumen mencakup aspek material dan formal yang esensial untuk memastikan bahwa konsumen dapat memperoleh hak-haknya secara adil dan transparan dalam transaksi perdagangan. Hukum perdata memainkan peran kunci dalam mengatur hubungan antara individu dan entitas dalam transaksi, memastikan bahwa hak dan kewajiban yang tercantum dalam perjanjian konsumen dipenuhi. Fungsi utama hukum perdata dalam hal ini adalah untuk menjamin keadilan, transparansi, dan memberikan jalur hukum bagi konsumen untuk menuntut hak mereka apabila terjadi pelanggaran terhadap ketentuan yang telah disepakati. Oleh karena itu, penelitian ini menyarankan perlunya penyesuaian regulasi untuk menanggapi perubahan dinamis dalam teknologi dan pasar, serta peningkatan kewaspadaan dan implementasi hukum yang lebih ketat. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan perlindungan konsumen dapat diperkuat dan diterapkan secara lebih efektif di Indonesia.

Kata Kunci: Hukum Perdata, Perlindungan Konsumen, Hak Konsumen, Regulasi, Indonesia

Abstract

This research discusses the role of civil law in the context of consumer protection, an increasingly relevant issue given the rapid advancements in science and technology. Consumer protection encompasses both material and formal aspects that are essential to ensuring that consumers can obtain their rights fairly and transparently in commercial transactions. Civil law plays a crucial role in regulating the relationships between individuals and entities in transactions, ensuring that the rights and obligations stipulated in consumer agreements are fulfilled. The primary function of civil law in this regard is to guarantee fairness, transparency, and to provide a legal avenue for consumers to claim their rights if there is a violation of the agreed terms. Therefore, this study suggests the need for regulatory adjustments to address the dynamic changes in technology and the market, as well as increased vigilance and stricter implementation of the law. With these measures, it is expected that consumer protection can be strengthened and applied more effectively in Indonesia.

Keywords: Civil Law, Consumers Protection, Consumer Rights, Regulations, Indonesia



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Menurut Sri Soedewi arti dari hukum perdata adalah hukum yang mengatur kepentingan warga negara perseorangan yang satu dengan yang lainnya. Dalam penelitian ini hukum perlindungan konsumen yang jadi fokus utama yang dimana mengatur hubungan antara konsumen dan produsen. Hukum perlindungan konsumen saat ini mendapatkan perhatian yang cukup karena melibatkan aturan-aturan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Perlindungan konsumen merujuk pada seperangkat aturan dan regulasi yang dirancang untuk melindungi hak-hak konsumen dalam transaksi barang dan jasa.

Ini bertujuan untuk memastikan bahwa konsumen tidak dirugikan oleh praktik bisnis yang tidak adil dan bahwa barang serta jasa memenuhi standar yang telah ditetapkan. Dalam konteks ini, tidak hanya konsumen yang dilindungi, tetapi pelaku usaha juga memiliki hak dan kewajiban yang harus diakui. Pemerintah berperan penting dalam menetapkan, mengawasi, dan mengontrol aturan-aturan tersebut, sehingga tercipta sistem yang saling mendukung dan kondusif.¹ Di Indonesia yang mengatur hukum perdata adalah KUH Perdata, yang dimana mengatur setiap antar individu. Dengan adanya perkembangan ekonomi yang pesat tentu hukum perdata memiliki peran penting sebagai pedoman yang dimana mengatur hak hak dari setiap individunya. Hukum perlindungan konsumen mulai dikenal di Indonesia sejak disahkannya Undang - undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pada tanggal 20 April 1999, hal ini ditandai dengan pergantian Orde Baru ke Era Reformasi², serta pengakuan negara terhadap hak - hak konsumen di Indonesia.

Praktisi sebelum 1999, hukum positif Indonesia belum mengenal istilah konsumen. Kendatipun demikian hukum Indonesia berusaha untuk menggunakan beberapa istilah yang pengertiannya berkaitan dengan konsumen. Istilah dari konsumen berasal dari kata "*consumer*" secara harfiah memiliki arti kata *consumer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang. Inosentius Samsul menyebutkan konsumen adalah pengguna atau pemakai akhir suatu produk, baik bagi pembeli, hadiah dan undangan. Perlindungan terhadap konsumen merupakan konsekuensi dan bagian dari kemajuan teknologi dan industri. Masyarakat tradisional dalam memproduksi barang - barang kebutuhan konsumen secara sederhana, di mana konsumen dan produsen dapat bertatap muka secara langsung. Adapun masyarakat modern memproduksi barang - barang kebutuhan konsumen secara massal, sehingga menciptakan konsumen secara massal pula (*mass consumer consumption*). Akhirnya hubungan antara konsumen dan produsen menjadi rumit, dimana konsumen tidak mengenal siapa produsennya, demikian pula sebaliknya, bahkan produsen yang berada di negara lain.³ Karena itu pula, perlindungan konsumen memiliki hubungan erat dengan globalisasi ekonomi. Perlindungan konsumen tidak hanya terhadap barang - barang yang berkualitas rendah, namun juga terhadap benda - benda yang membahayakan konsumen. Setiap perusahaan harus memiliki tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*), yaitu kepedulian dan moral perusahaan terhadap kepentingan masyarakat, terlepas dari kalkulasi untung dan rugi.

Globalisasi juga membawa tantangan baru seperti transaksi lintas batas, standar kualitas yang tidak konsisten, dan risiko produk dari negara-negara dengan regulasi perlindungan konsumen yang lemah. Untuk mengatasi tantangan ini, penting bagi perusahaan untuk menerapkan standar internasional dan berpartisipasi dalam inisiatif global yang bertujuan untuk meningkatkan perlindungan konsumen. Selain itu, lembaga perlindungan konsumen dan pemerintah perlu bekerja sama secara internasional untuk memperkuat kerangka hukum dan mekanisme penyelesaian sengketa guna melindungi konsumen dari praktek yang merugikan di pasar global. Oleh karena itu, perlindungan konsumen dalam konteks globalisasi ekonomi menuntut pendekatan yang lebih proaktif dan menyeluruh, yang mencakup tidak hanya kepatuhan terhadap hukum lokal tetapi juga komitmen terhadap standar global dan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini penting untuk memastikan bahwa konsumen dimanapun mereka berada mendapatkan perlindungan yang memadai terhadap barang dan layanan yang mereka beli, serta terhadap praktik bisnis yang tidak adil atau berbahaya. Perkembangan dan pertumbuhan industri barang dan jasa di satu pihak membawa dampak positif antara lain

¹ Kristiyanti, C. T. S. (2022). *Hukum perlindungan konsumen*. Sinar Grafika.

² Zulham, S.Hi., M.Hum. (2013) *Hukum perlindungan konsumen*. Kencana.

³ Zulham, S.Hi., M.Hum. (2013) *Hukum perlindungan konsumen*. Kencana.

tersedianya kebutuhan dalam jumlah yang mencukupi, mutu barang dan jasa lebih baik serta daya alternatif pilihan bagi konsumen dalam pemenuhan kebutuhannya. Namun di lain pihak terdapat dampak negatif berupa dampak dari penggunaan teknologi itu sendiri serta perilaku bisnis yang timbul karena semakin ketatnya persaingan yang mempengaruhi konsumen.

Dengan adanya hal - hal tersebut, maka konsumen perlu dilindungi secara hukum dari kemungkinan kerugian yang dialaminya karena adanya praktek bisnis curang atau tidak sehat. Ketidakberdayaan konsumen dalam menghadapi pelaku usaha ini sangat jelas merugikan kepentingan masyarakat. Hal ini menjadi pembahasan yang sangat menarik dengan adanya kemajuan teknologi yang begitu pesat membuat kita tidak boleh lengah dalam menghadapinya.⁴ Peranan hukum dalam ekonomi adalah menciptakan ekonomi dan pasar yang kooperatif. Keinginan yang hendak dicapai dalam perlindungan konsumen adalah menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidup. Dalam melakukan transaksi tentu terdapat suatu perjanjian dari antara kedua belah pihak yaitu konsumen dan produsen. Pembentuk Undang - undang dalam pasal 1313 KUH Perdata mencoba memberikan suatu definisi mengenai perjanjian yang dimana dalam Undang - undang disebut persetujuan dengan mengatakan bahwa "Suatu persetujuan adalah perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih".⁵ Pada umumnya, dengan dipenuhinya prestasi, baik melalui pembayaran maupun kompensasi atau pembebasan hutang, maka perjanjian tersebut telah menunaikan tugasnya atau telah mencapai tujuannya dan hapuslah perjanjian tersebut, dalam arti perjanjian tersebut tidak lagi melahirkan perikatan - perikatan baru dan perikatan yang lama pun hapus pula. Dalam perlindungan Konsumen pemenuhan ini sangat amat diperhatikan dalam pemenuhan prestasi antar konsumen dan produsen salah satunya adalah *ecommerce*.⁶

Rumusan Masalah

1. Bagaimana penerapan perlindungan dalam transaksi *e-commerce* ?
2. Sejauh mana tantangan dalam perlindungan konsumen di era digital yaitu perjanjian konsumen yang berlaku di platform *e-commerce*?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini dibuat dengan tujuan menilai seberapa efektif peraturan dan undang - undang perlindungan konsumen yang ada dalam melindungi hak - hak konsumen di dalam sistem hukum perdata. Penelitian ini juga bertujuan mengidentifikasi masalah dan kesenjangan dalam penerapan hukum perlindungan konsumen serta mencari cara - cara untuk memperbaiki atau memperbarui regulasi yang ada serta mengkaji hak - hak konsumen yang diakui dalam hukum perdata serta memastikan bahwa hak - hak tersebut dipenuhi dalam praktik.

Manfaat Penelitian

Penelitian tentang perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* memiliki manfaat yang signifikan, baik untuk konsumen, pelaku usaha, maupun pembuat kebijakan. Penelitian ini juga dibuat dengan harapan dapat meningkatkan kesadaran konsumen, dengan manfaat - manfaat ini penelitian tentang perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* berpotensi memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perbaikan sistem perlindungan konsumen.

⁴ Yessy Kusumadewi, S.H., M.H. dan Grace Sharon, S.H., M.H. (2022) *Hukum Perlindungan Konsumen*, Lembaga Fatimah Azzahrah.

⁵ Zulham, S.Hi., M.Hum. (2013) *Hukum perlindungan konsumen*. Kencana.

⁶ J.Satrio, S.H., (1992) *Hukum Perjanjian*, PT. Citra Aditya Bakti

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan metode yuridis normatif, yaitu pendekatan yang memfokuskan pada studi dan analisis terhadap norma-norma hukum yang ada, seperti undang-undang, peraturan pemerintah, keputusan pengadilan, dan doktrin hukum. Dalam metode ini, peneliti menggali dan menelaah teks-teks hukum untuk memahami struktur, makna, dan penerapan aturan hukum yang berlaku. Proses ini melibatkan identifikasi dan interpretasi norma hukum dari sumber-sumber hukum primer dan sekunder. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji konsistensi, efektivitas, dan penerapan norma-norma hukum dalam sistem hukum yang berlaku serta untuk mengevaluasi relevansi aturan hukum dalam konteks sosial saat ini. Kajian formal yang digunakan dalam penelitian ini adalah kajian hukum normatif, dan penelitian ini secara khusus mengkaji undang-undang sebagai norma positif dalam sistem perundang-undangan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif, penelitian ini mendeskripsikan topik yang diteliti dan memberikan informasi mengenai pengaturan dan penegakan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam kegiatan jual beli melalui platform *e-commerce*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penerapan dan langkah-langkah yang diambil untuk perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce*

Perdagangan berbasis teknologi canggih memberi warna yang baru dalam reformasi perdagangan konvensional dimana interaksi antara penjual dan pembeli dapat dilakukan tanpa harus bertatap muka secara langsung. Sistem perdagangan digital ini pun telah menggeser transaksi jual beli secara langsung sehingga dibutuhkan suatu aturan yang mengatur tentang perlindungan konsumen. Perdagangan yang berbasis teknologi internet atau *e-Commerce* telah mentransformasi perdagangan baik berupa jasa/bareng, semakin banyak masyarakat mengandalkan perdagangan *e-Commerce*. *E-commerce* adalah kegiatan - kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, manufaktur, *service providers*, dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan - jaringan komputer. Dalam sebuah sistem *e-commerce* setidaknya terdapat 4 komponen yang diperlukan dalam transaksi online : *Store / Marketplace*, Penjual dan Pembeli, *Payment Gateway*, dan Jasa Pengiriman. Sistem hukum yang berlaku saat ini yang belum mempertimbangkan pengaruh - pengaruh dari pemanfaatan internet. Sedangkan bisnis modern yang bersifat kontemporer sudah dipengaruhi oleh pemanfaatan internet.⁷ Dengan sistem *e-commerce* ini seorang penjual (*seller*) tidak harus bertemu langsung dengan pembeli dalam suatu transaksi dagang. Menurut Bajaj dalam bukunya yang berjudul *E-commerce : The cutting edge of business* menyebutkan sejumlah keuntungan (*advantage*) yang bisa diperoleh dari *e-commerce* ini, antara lain:

1. Penghematan waktu
2. Mengurangi kemungkinan melakukan kesalahan dalam pengetikan dan sebagainya karena sudah disiapkan model standar yang tidak pernah diketik ulang
3. Karena waktu bisnis dapat digunakan seefisien mungkin, maka sangat memungkinkan untuk mendapat lebih banyak informasi mengenai bisnisnya sehingga menunjang efektivitas dan efisiensi suatu perusahaan atau bisnis.⁸

Apabila konsumen merasa tidak nyaman dengan kelakuan pelaku usaha/penjual pada saat melakukan transaksi atau pembelian di pasar tradisional/konvensional, maka konsumen

⁷ Aptika, Admin. (2017) Sistem E-Commerce dan Perlindungan Konsumen. <https://jurnal.penerbitdaarullahuda.my.id/index.php/MAJIM/article/view/830/869>

⁸ Bajaj, Kamlesh K. Nag, Debjani. (2005) *E-Commerce : The Cutting Edge of Business*, Tata McGraw-Hill

dapat langsung menyampaikan pengaduan, seperti jika terjadi pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku ekonomi atau penjual, misalnya produk yang dikirim oleh pelaku ekonomi tidak sesuai dengan pesanan konsumen, produk yang dibeli konsumen tidak terkirim, atau produk rusak. Ada beberapa kemungkinan penyebabnya, seperti seperti keterlambatan pengiriman, barang rusak atau cacat, dll. Biasanya sulit bagi konsumen untuk mengajukan keluhan kepada operator ekonomi dan penjual. Misalnya konsumen tidak mengetahui keberadaan pelaku ekonomi, atau pelaku ekonomi tidak menerima pengaduan. Hal ini dapat terjadi setelah produk dikirimkan, atau jika ada niat jahat dari pihak bisnis yang memberi tahu bahwa perusahaan yang melanggar tidak menerima pembayaran. Posisi konsumen yang rentan seringkali dieksploitasi oleh pelaku ekonomi untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Faktor Ketidaktahuan konsumen, ketidakjelasan informasi mengenai produk dan jasa yang diberikan oleh badan ekonomi, serta konsumen yang tidak memahami struktur transaksi merupakan faktor yang melemahkan posisi konsumen. Oleh karena itu, untuk menciptakan lingkungan usaha yang sehat bagi konsumen yang melakukan usaha melalui *e-commerce*, perlu dicari bentuk peraturan hukum yang baru dan tepat yang dapat mengatur seluruh aktivitas konsumen. Melihat kasus yang terjadi di Amerika yaitu antara *Federal Trade Commission* (FTC) dengan Wyndham Kasus ini bermula pada tahun 2012, ketika FTC menggugat Wyndham setelah beberapa kebocoran data yang mencuri informasi pribadi pelanggan, termasuk nomor kartu kredit. FTC menuduh Wyndham gagal menerapkan langkah-langkah keamanan siber yang memadai, seperti penggunaan kata sandi yang lemah dan kurangnya enkripsi data. Pengadilan mendukung FTC, menegaskan tanggung jawab perusahaan untuk menjaga data pelanggan dan bahwa kegagalan dalam memenuhi standar keamanan dapat mengakibatkan sanksi. Keputusan ini menjadi preseden penting dalam penegakan hukum perlindungan konsumen terkait privasi dan keamanan data, mengingatkan perusahaan tentang pentingnya praktik keamanan siber yang baik.⁹

Dengan permasalahan yang hampir mirip, salah satu kasus yang terjadi di Indonesia yaitu Kasus Nomor 235/Pdt.G/2020/PN.Jkt.Pst suatu gugatan yang diajukan oleh Komunitas Konsumen Indonesia (KKI) terhadap Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) dan PT Tokopedia. Gugatan ini berkaitan dengan insiden kebocoran data pribadi pengguna *e-commerce* Tokopedia. Insiden Kebocoran Data: Sebanyak 91 juta data akun Tokopedia dilaporkan diretas dan dijual di forum dark web dengan harga \$5000.23 dan tidak ada penyelesaian dalam kasus kebocoran data ini. Hal ini terjadi karena Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Pusat, dengan Nomor 235/Pdt.G/2020/PN.Jkt.Pst menolak gugatan Komunitas Konsumen Indonesia dikarenakan KKI menggugat dengan tergugat pertamanya adalah Kementerian Kominfo yang dimana Kementerian kominfo dianggap masuk sebagai pejabat negara sehingga jika ingin digugat maka harus digugat ke Pengadilan Tata Usaha Negara.¹⁰ Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) No. 8 Tahun 1999 dan Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 berperan penting dalam melindungi hak-hak konsumen di Indonesia, terutama dalam konteks *e-commerce*. UUPK menetapkan hak fundamental bagi konsumen, termasuk hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang atau jasa yang dibeli (Pasal 4).¹¹ Selain itu, pelaku usaha diwajibkan untuk memberikan informasi yang akurat dan bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen (Pasal 19).¹² Di sisi lain, Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 mengatur penyelenggaraan sistem dan

⁹ FTC Files Complaint Against Wyndham Hotels For Failure to Protect Consumers' Personal Information, Credit Card Data of Hundreds of Thousands of Consumers Compromised, Millions of Dollars Lost to Fraud

¹⁰ Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Nomor 235/Pdt.G/2020/PN.Jkt.Pst

¹¹ Rusmawati, Dianne Eka. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi E - Commerce. *Fiat Justisia Jurnal Ilmu Hukum* Volume 7 No. 2, Mei-Agustus 2013

¹² UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

transaksi elektronik, termasuk kewajiban pelaku usaha untuk menyediakan informasi lengkap tentang produk yang ditawarkan, sehingga konsumen dapat membuat keputusan yang tepat. Salah satu poin penting dalam peraturan ini adalah hak konsumen untuk mengembalikan barang jika tidak sesuai dengan yang dijanjikan dalam iklan (Pasal 49 ayat (3)), yang memastikan prosedur pengembalian yang jelas dan mudah diakses.¹³ Dengan adanya kedua regulasi ini, konsumen diharapkan dapat bertransaksi dengan lebih aman dan nyaman, sementara pelaku usaha diwajibkan untuk bertindak transparan dan bertanggung jawab.

Proses perlindungan konsumen dalam *e-commerce* melibatkan beberapa langkah penting. Pertama, pelaku usaha diwajibkan untuk menyediakan informasi yang jelas dan lengkap tentang produk, termasuk spesifikasi, harga, dan syarat kontrak, sehingga konsumen dapat membuat keputusan yang tepat sebelum bertransaksi. Kedua, keamanan dalam transaksi sangat penting, sistem pembayaran harus aman dan transparan, menggunakan payment gateway terpercaya untuk menghindari penipuan. Ketiga, jika barang yang diterima tidak sesuai atau mengalami kerugian, konsumen berhak atas kompensasi, ganti rugi, atau penggantian barang sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku, seperti yang diatur dalam Pasal 45A UU ITE. Keempat, penyelesaian sengketa dapat dilakukan melalui jalur litigasi atau non-litigasi; banyak konsumen yang lebih memilih mediasi karena prosesnya yang lebih cepat dan efisien. Terakhir, pendidikan konsumen diperlukan untuk meningkatkan pemahaman mereka mengenai hak-hak dalam transaksi *e-commerce*, termasuk cara berbelanja yang aman dan mengenali penipuan.¹⁴ Perlindungan *e-commerce* di Indonesia didasarkan pada beberapa regulasi, terutama Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) yang memberikan kerangka hukum untuk transaksi digital. Meskipun ada berbagai peraturan yang ditetapkan, seperti Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019, tantangan utama terletak pada implementasi dan pengawasan yang kurang optimal. Banyak pelaku usaha yang tidak sepenuhnya mematuhi regulasi ini, sehingga mengakibatkan perlindungan konsumen menjadi tidak efektif. Selain itu, kompleksitas dalam penegakan hukum dan kurangnya sumber daya manusia untuk pengawasan juga menjadi hambatan dalam memastikan hak-hak konsumen dilindungi secara memadai dalam ekosistem *e-commerce* di Indonesia.¹⁵

Di Eropa, perlindungan konsumen dalam *e-commerce* diatur oleh serangkaian regulasi yang ketat dan komprehensif, yang bertujuan untuk menciptakan lingkungan transaksi yang aman dan adil bagi konsumen. Salah satu regulasi paling signifikan adalah *General Data Protection Regulation* (GDPR), yang mulai berlaku pada tahun 2018. GDPR memberikan perlindungan yang kuat terhadap data pribadi konsumen dengan menetapkan persyaratan yang ketat bagi perusahaan dalam pengumpulan, penggunaan, dan penyimpanan data. Selain itu, *Directive on Consumer Rights* adalah regulasi penting yang memberikan perlindungan tambahan kepada konsumen dalam *e-commerce*. Directive ini mengharuskan pelaku usaha untuk menyediakan informasi yang jelas dan transparan mengenai produk dan layanan, termasuk harga, biaya tambahan, dan ketentuan pengembalian barang. Konsumen juga diberikan hak untuk membatalkan pembelian dalam jangka waktu 14 hari setelah menerima barang, yang dikenal sebagai "*cooling-off period*." Ini memberi konsumen kesempatan untuk mengevaluasi produk tanpa resiko kehilangan uang. Dalam hal penyelesaian sengketa, Eropa memiliki mekanisme yang lebih efisien dan ramah konsumen, termasuk lembaga mediasi dan arbitrase yang dirancang untuk menyelesaikan perselisihan dengan cepat dan tanpa biaya

¹³ Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

¹⁴ Maulana, Muhammad Johansyah. Perlindungan Konsumen dalam E-Commerce Terkait Kerugian. *Journal of Law, Administration, and Social Science* Volume 4 No.2, 2024

¹⁵ Restiawan, Komang.Purwanto, I Wayan Novy. (2022) Perlindungan Bagi Pengguna E - Commerce dalam Perluasan Ekonomi Global, Jurnal Kertha Semaya, Vol. 10 No. 2 hlm. 475-484

tinggi. Sistem ini memungkinkan konsumen untuk menyelesaikan masalah dengan pelaku usaha secara efektif, tanpa harus melalui proses pengadilan yang rumit. Dengan semua regulasi dan mekanisme ini, Eropa menciptakan lingkungan yang lebih aman dan terpercaya bagi konsumen untuk bertransaksi secara online, meningkatkan kepercayaan dan partisipasi mereka dalam pasar digital.¹⁶

Sementara itu, di Amerika Serikat, perlindungan *e-commerce* didasarkan pada kombinasi undang-undang federal dan negara bagian, menciptakan kerangka hukum yang kompleks namun komprehensif. *Federal Trade Commission* (FTC) memiliki peran penting dalam melindungi hak-hak konsumen, dengan mengawasi berbagai aspek transaksi online, termasuk iklan, penipuan, dan praktik bisnis yang tidak adil. FTC mengeluarkan regulasi yang mengharuskan perusahaan untuk memberikan informasi yang jujur dan tidak menyesatkan kepada konsumen, serta memerangi praktik penipuan yang dapat merugikan konsumen. Selain itu, FTC juga mengelola pengaduan konsumen dan menyediakan sumber daya pendidikan untuk membantu konsumen memahami hak-hak mereka dalam bertransaksi online. Meskipun ada banyak undang-undang yang mendukung perlindungan konsumen, penerapan hukum seringkali bervariasi antar negara bagian. Setiap negara bagian dapat menetapkan undang-undang perlindungan konsumen sendiri, yang menciptakan tantangan bagi konsumen yang melakukan transaksi lintas negara bagian. Misalnya, beberapa negara bagian mungkin memiliki undang-undang yang lebih ketat mengenai privasi data atau hak pengembalian barang, sementara yang lain mungkin tidak. Hal ini bisa membingungkan bagi konsumen yang tidak selalu menyadari perbedaan ini.¹⁷

Perjanjian konsumen yang berlaku di platform *e-commerce* dalam melindungi konsumen

Perkembangan teknologi khususnya internet telah mengubah konsep jual beli, proses jual beli kini dilakukan antara pembeli dan penjual tanpa perlu bertemu langsung. Jual beli melalui internet dilakukan secara online dan disebut *e-commerce*. Secara sederhana, *e-commerce* diartikan sebagai transaksi elektronik. Transaksi perdagangan elektronik, yaitu transaksi antara pembeli dan penjual untuk menyerahkan barang, jasa atau memperoleh hak. Kontrak ini dibuat dengan menggunakan informasi elektronik (digital) tanpa kehadiran pihak komersial. Hambatan ini terdapat pada jaringan yang luas dan sistem terbuka yaitu Internet, *World Wide Web*, dan transaksi berjalan tanpa mengenal batas wilayah dan peraturan nasional¹⁸. Kepercayaan merupakan elemen krusial dalam transaksi *e-commerce*, terutama mengingat interaksi langsung antara pembeli dan penjual yang jarang terjadi. Portal *e-commerce* di masa awal menghadapi tantangan terkait rendahnya kepercayaan konsumen akibat risiko penipuan, kualitas produk yang tidak pasti, dan masalah keamanan data. Untuk mengatasi masalah ini, perusahaan Internasional seperti eBay dan Amazon mengembangkan model perdagangan berbasis kepercayaan yang kuat, termasuk verifikasi ID penjual, dukungan penyelesaian sengketa, dan mekanisme pembayaran yang aman. Peringkat serta ulasan pengguna juga berperan penting dalam membantu pembeli membuat keputusan berdasarkan pengalaman orang lain. Perusahaan Internasional lainnya seperti Alibaba dan Amazon juga mempunyai metode penyelesaian tersendiri untuk menghadapi tantangan. Di Alibaba, penjual melalui proses verifikasi ketat sebelum disetujui, sementara Amazon meluncurkan inisiatif seperti

¹⁶ Herryani, Mas Rara Tri Retno, Njoto, Harsono. (2022) Perlindungan Hukum Terhadap Kebocoran Data Pribadi Konsumen Online Marketplace, *Jurnal Transparansi Hukum*, Vol.5 No.1

¹⁷ Tjipto, Felix Pratama. (2021) Comparative Law Analysis of Consumer Protection Law in E-Commerce Transaction Between Indonesia and United States, *UIRLawReview* Volume 5 Issue 2

¹⁸ Fista, Yanci Libria. dkk. (2023). Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi *E-commerce* Ditinjau dari Perspektif Undang- Undang Perlindungan Konsumen *Jurnal Binamulia Hukum* Volume 12, Nomor 1, Juli 2023

Amazon A to Z Guarantee dan Amazon Prime untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain itu, aplikasi perdagangan sosial seperti Instagram dan Pinterest menggunakan rekomendasi influencer untuk membangun kepercayaan dan diferensiasi dalam pengalaman berbelanja pengguna.¹⁹

Pasal 1 angka 2 UU PK mendefinisikan konsumen sebagai orang yang mempergunakan barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik untuk kepentingan dirinya sendiri, keluarganya, atau orang lain, untuk orang banyak, bukan untuk usaha. Konsumen diartikan sebagai pengguna akhir atas produk yang dipasok oleh pengusaha, yaitu pihak yang menerima barang untuk dipakai, bukan untuk diperdagangkan atau dijual, adalah suatu badan hukum yang berkedudukan atau melakukan kegiatan di wilayah hukum Negara Republik Indonesia²⁰. Berbagai peraturan hukum melindungi perjanjian konsumen di platform *e-commerce* di Indonesia, yang bertujuan untuk memberikan perlindungan yang kuat bagi konsumen, memungkinkan mereka melakukan transaksi online dengan lebih percaya diri dan aman, serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap platform *e-commerce* dan mendorong pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia. Dengan perlindungan hukum yang kuat, konsumen dapat merasa lebih aman dan yakin bahwa mereka melakukan transaksi dengan lebih aman dan percaya diri. Peraturan yang ada terkait dengan tentang perlindungan konsumen antara lain Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen), Undang-undang Nomor Tahun 2014 tentang Perdagangan (KUHD), UU Nomor 11 Tahun 2008 diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE). Serta, peraturan pelaksana lainnya. Selain itu, pada juga terdapat Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi.

Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sesuai dengan situasi saat ini. Semua tindakan yang bertujuan untuk menjamin kepastian hukum untuk melindungi hak-hak konsumen didefinisikan sebagai Perlindungan Konsumen menurut Pasal 1 angka (1) UUPK. Segala upaya untuk menjamin adanya kepastian hukum untuk melindungi konsumen dikenal sebagai perlindungan konsumen. Pasal 1 ayat (1) UU PK memiliki pengertian perlindungan konsumen yang memadai dan diharapkan untuk melindungi konsumen dari tindakan pelaku usaha yang merugikan konsumen semata-mata untuk kepentingan perlindungan konsumen. Az. Nasution menjelaskan bahwa hukum perlindungan konsumen mencakup semua prinsip dan aturan yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan penggunaan produk konsumen antara penyedia dan penggunaanya dalam masyarakat. Johannes Gunawan menyatakan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen dapat dilakukan baik sebelum transaksi (tidak ada konflik/pre purchase) maupun setelah transaksi²¹. Ketentuan Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa hak-hak konsumen meliputi; (1) hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; (2) hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; dan (3) hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/ atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Dalam transaksi jual beli online, ada banyak pihak yang terlibat, seperti penjual, pembeli, perusahaan pengiriman atau kurir, dan layanan pembayaran. Pasal 4 UU Perlindungan

¹⁹ George, A. Shaji. (2024). *Emerging Models of E-Commerce: A Comprehensive Analysis of Trust-based, Quick, Virtual, Community, and Social Commerce*.

²⁰ *ibid.*

²¹ *ibid.*

Konsumen menyebutkan dua ketentuan yang paling sering dilanggar oleh pengusaha. Dalam jual beli online. Pertama, Pasal 4 huruf a menyatakan hak konsumen terhadap keamanan, kenyamanan, dan keselamatan saat menggunakan barang atau jasa. Kedua, Pasal 4 huruf c menyatakan bahwa konsumen berhak atas informasi yang akurat, jelas, dan jujur tentang status dan garansi barang atau jasa yang mereka peroleh²². Dalam bukunya yang berjudul *Hukum Perjanjian*, Prof. R. Subekti, S.H. menjelaskan bahwa wanprestasi merujuk pada kelalaian atau kealpaan dalam memenuhi kewajiban perjanjian, yang dapat terdiri dari empat kondisi sebagai berikut:

1. Tidak melakukan apa yang disanggupi untuk dilakukan.
2. Melaksanakan apa yang dijanjikannya, tetapi tidak sesuai dengan kesepakatan.
3. Melakukan apa yang dijanjikannya, tetapi terlambat.
4. Melakukan tindakan yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukan.²³

Jika salah satu dari kondisi di atas terjadi, pembeli atau konsumen memiliki hak untuk menggugat pelaku usaha (penjual atau penyedia layanan) melalui jalur hukum perdata. Gugatan tersebut dapat diajukan dengan alasan terjadinya wanprestasi, di mana produk atau barang yang diterima tidak sesuai dengan spesifikasi yang diiklankan di laman online atau media elektronik lainnya. Upaya yang dapat dilakukan agar Konsumen dapat menuntut ganti rugi:

1. Litigasi, sesuai dengan Pasal 38 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), yang menyatakan bahwa pihak dapat menggugat jika mereka merugikan pihak lain saat menjalankan transaksi elektronik. Sebagaimana disebutkan dalam Pasal 5 ayat (1), (2), dan (3) UU ITE, konsumen dapat menggunakan bukti elektronik sebagai bukti di pengadilan, seperti transfer atau bukti pembayaran, SMS atau pesan media sosial yang menunjukkan kesepakatan pembelian, serta nama, alamat, nomor telepon, dan nomor rekening perusahaan.
2. Non Litigasi. Selain penyelesaian gugatan perdata, pihak dapat menggunakan arbitrase atau lembaga lain untuk menyelesaikan sengketa, seperti yang dijelaskan dalam Pasal 39(2) ITE. Lembaga swadaya masyarakat, Direktorat Perlindungan Konsumen Disperindag, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), dan pelaku usaha sendiri secara kekeluargaan adalah beberapa contoh organisasi yang dapat digunakan untuk menyelesaikan sengketa melalui jalur non-litigasi.

Dalam konteks ini, penting bagi konsumen untuk memahami hak-hak mereka dalam bertransaksi. Konsumen berhak mendapatkan barang atau layanan yang sesuai dengan deskripsi dan kualitas yang dijanjikan. Jika pelaku usaha gagal memenuhi kewajiban ini, konsumen dapat menuntut ganti rugi atau meminta pengembalian barang. Kesadaran akan hal ini mendorong pelaku usaha untuk lebih bertanggung jawab dan transparan dalam berbisnis, serta menjaga reputasi mereka di pasar. Selain itu, perlindungan hukum ini bertujuan untuk menciptakan keadilan dan keseimbangan dalam hubungan antara konsumen dan pelaku usaha.

KESIMPULAN

Perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia masih memiliki beberapa kelemahan dan tantangan. Meskipun telah ada beberapa peraturan yang mengatur tentang perlindungan konsumen, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK)

²² Maulana, Muhammad Johansyah (2024). Perlindungan Konsumen dalam E-commerce terkait kerugian. *Journal of Law, Administration, and Social Science* Vol 4 No.2, 2024

²³ Subekti, R. P. S. H. *Hukum Perjanjian*, Jakarta : PT Intermedia (2000)

dan Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019, namun masih diperlukan peningkatan kesadaran dan pemahaman konsumen tentang hak-hak mereka dalam bertransaksi online. Dalam transaksi *e-commerce*, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang jelas dan akurat tentang produk, harga, dan syarat kontrak. Konsumen juga memiliki hak untuk mengajukan gugatan jika terjadi pelanggaran hak-hak mereka. Namun, masih banyak konsumen yang tidak mengetahui hak-hak mereka dan tidak tahu bagaimana cara mengajukan gugatan. Selain itu, masih ada beberapa tantangan yang dihadapi oleh konsumen dalam transaksi *e-commerce*, seperti: Keterbatasan akses informasi tentang produk dan jasa Keterbatasan kemampuan konsumen dalam memahami syarat kontrak Keterbatasan kemampuan konsumen dalam mengajukan gugatan Keterbatasan kemampuan konsumen dalam memperoleh kompensasi jika terjadi pelanggaran hak-hak mereka.

Saran

Untuk meningkatkan perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia, beberapa saran dapat diberikan. Pertama, pemerintah dan pelaku usaha harus meningkatkan kesadaran dan pemahaman konsumen tentang hak-hak mereka dalam bertransaksi online melalui kampanye dan edukasi yang efektif. Hal ini dapat dilakukan dengan menyediakan informasi yang jelas dan akurat tentang produk, harga, dan syarat kontrak, serta menyediakan jalur yang efektif dan mudah diakses untuk mengajukan gugatan jika terjadi pelanggaran hak-hak mereka. Selain itu, pelaku usaha harus meningkatkan kualitas dan keamanan transaksi *e-commerce* dengan menggunakan teknologi yang lebih canggih dan aman. Pemerintah juga harus membentuk lembaga yang independen dan efektif untuk menangani sengketa konsumen dan pelaku usaha. Peningkatan penelitian dan pengembangan tentang perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* juga sangat penting untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman konsumen. Pemerintah dan pelaku usaha juga harus meningkatkan kemampuan konsumen dalam memahami syarat kontrak dengan menyediakan informasi yang jelas dan akurat. Selain itu, pemerintah dan pelaku usaha harus meningkatkan kemampuan konsumen dalam mengajukan gugatan dengan menyediakan jalur yang efektif dan mudah diakses. Pemerintah dan pelaku usaha juga harus meningkatkan kemampuan konsumen dalam memperoleh kompensasi jika terjadi pelanggaran hak-hak mereka dengan menyediakan mekanisme yang efektif dan adil. Dengan demikian, diharapkan perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia dapat ditingkatkan dan konsumen dapat bertransaksi dengan lebih aman dan nyaman. Pemerintah, pelaku usaha, dan konsumen harus bekerja sama untuk mencapai tujuan ini dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat Indonesia.

Ucapan Terimakasih

Dalam proses penyusunan artikel ini penting untuk menyampaikan ucapan terima kasih kepada para pihak yang berkontribusi dalam proses penyusunan artikel ini. Kami ucapkan terima kasih kepada akademisi yang telah memberikan wawasan berharga serta referensi yang mendalam dalam mengkaji artikel ini. Terima kasih juga kepada pembaca telah meluangkan waktu untuk memahami isu - isu penting dalam perlindungan konsumen di dunia *e-Commerce*. Semoga artikel ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat dan mendorong diskusi lebih lanjut dalam hak perlindungan konsumen di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

Fista, Yanci Libria, dkk. (2023). *Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen*. Jurnal Binamulia Hukum Volume 12, Nomor 1, Juli 2023.

- FTC Files Complaint Against Wyndham Hotels For Failure to Protect Consumers' Personal Information, Credit Card Data of Hundreds of Thousands of Consumers Compromised, Millions of Dollars Lost to Fraud
- George, A. Shaji. (2024). Emerging Models of E-Commerce: A Comprehensive Analysis of Trust-based, Quick, Virtual, Community, and Social Commerce. 01. 40-48. 10.5281/zenodo.13743092.
- J. Satrio, S.H. (1992). Hukum Perjanjian. PT. Citra Aditya Bakti.
- Kristiyanti, C.T.S. (2022). Hukum Perlindungan Konsumen. Sinar Grafika.
- Maulana, Muhammad Johansyah (2024). Perlindungan Konsumen dalam E-commerce terkait Kerugian. Journal of Law, Administration, and Social Science Vol 4 No. 2, 2024.
- Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.
- Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Nomor 235/Pdt.G/2020/PN.Jkt.Pst
- Rusmawati, Dianne Eka. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi E - Commerce. Fiat Justisia Jurnal Ilmu Hukum Volume 7 No. 2, Mei-Agustus 2013
- Subekti, R.P.S.H. (2000). Hukum Perjanjian. PT. Intermasa.
- Tjipto, Felix Pratama (2021). Comparative Law Analysis of Consumer Protection Law in E-Commerce Transaction Between Indonesia and United States, UIR LawReview Volume 5 Issue 2
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Yessy Kusumadewi, S.H., M.H. dan Grace Sharon, S.H., M.H. (2022). Hukum Perlindungan Konsumen. Lembaga Fatimah Azzahrah.
- Zulham, S.Hi., M.Hum. (2013). Hukum Perlindungan Konsumen. Kencana.