

Analisis Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Berbelanja Melalui Sistem E-Commerce Untuk Meningkatkan Kepercayaan Konsumen

Mardiana Tafonao¹ Khomaini² Winta Hayati³

Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Pembinaan Masyarakat Indonesia, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia^{1,2,3}

Email: mardianatafonao@gmail.com¹ khomaini1980@gmail.com² wintahayati0303@gmail.com³

Abstract

Shopping transactions through electronic media or e-commerce are one of the forms of trade transactions that are most influenced by the development of information technology, problems that can occur in online transactions, among others, namely that the quality of the goods ordered does not match what was promised by the business actor, the delivery time does not match the agreed time, in the process of shipping goods is also prone to damage, therefore consumer protection is all efforts that ensure legal certainty to provide protection to consumers. With the existence of consumer protection, it is hoped that the arbitrary actions of business actors that harm consumers can be eliminated. Therefore, the author conducts a study and research on the legal protection of consumers in conducting shopping transactions through the e-commerce system. In this research, the research method that the author uses is literature review and interviews with a normative juridical research approach with legislation carried out based on the main law. Based on the results obtained, the author can conclude that legal protection of consumers in e-commerce transactions is caused by a lack of human resources, and a low level of consumer education. consumers have several main rights including the right to basic needs, security, service, and clear information. to increase consumer confidence in e-commerce transactions there need to be additional steps taken by the government and industry to establish consumer protection institutions and e-commerce consumer learning education.

Keywords: Consumer Protection, E-commerce Shopping Transactions

Abstrak

Permasalahan dalam penelitian ini Bagaimana tindak pidana Judi bola online berdasarkan uu no 19 tahun 2016 tentang informasi dan transaksi elektronik, Bagaimana penegakan hukum terhadap tindak piTransaksi Berbelanja melalui media elektronik atau e-commerce merupakan salah satu bentuk transaksi perdagangan yang paling banyak dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi, permasalahan yang dapat terjadi pada transaksi online antara lain, yaitu bahwa kualitas barang yang dipesan tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh pelaku usaha, waktu pengiriman tidak sesuai dengan waktu yang telah disepakati, dalam proses pengiriman barang juga rawan terjadi kerusakan maka dengan itu Perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Dengan adanya perlindungan konsumen maka diharapkan Tindakan sewenang-wenang pelaku usaha yang merugikan konsumen dapat ditiadakan. Oleh karena itu, penulis melakukan studi dan penelitian tentang perlindungan hukum terhadap konsumen dalam melakukan transaksi berbelanja melalui sistem e-commerce. Dalam penelitian ini metode penelitian yang penulis gunakan adalah kajian Pustaka dan wawancara dengan pendekatan penelitian yuridis normatif dengan perundang-undangan yang dilakukan berdasarkan hukum utama. Berdasarkan hasil yang diperoleh, penulis dapat menyimpulkan bahwa perlindungan hukum pada konsumen dalam bertransaksi e-commerce disebabkan oleh kurangnya sumber daya manusia, dan tingkat pendidikan konsumen yang rendah. konsumen memiliki beberapa hak utama termasuk hak atas kebutuhan dasar, keamanan, layanan, dan informasi yang jelas. untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dalam bertransaksi e-commerce perlu ada langkah-langkah tambahan yang diambil oleh pemerintah dan industri Untuk membentuk Lembaga perlindungan konsumen dan edukasi belajar konsumen e-commerce.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, Transaksi Berbelanja E-commerce



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

PENDAHULUAN

Teknologi Internet Mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap perekonomian dunia. Internet membawa perekonomian dunia memasuki babak baru yang lebih populer dengan istilah digital economics atau perekonomian digital. Internet bukan lagi suatu hal yang baru dalam fase pertumbuhan dan perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi yang sangat pesat ini telah membawa banyak perubahan bagi pola kehidupan sebagai masyarakat Indonesia. Pola kehidupan tersebut terjadi hampir disemua bidang, baik sosial, budaya, perdagangan dan bidang lainnya. Dalam bidang perdagangan, internet mulai banyak dimanfaatkan sebagai media aktivitas bisnis terutama karena kontribusinya terhadap efisiensi. Teknologi Informasi atau information technology (IT) telah mengubah masyarakat, telah menciptakan jenis-jenis dan peluang-peluang bisnis yang baru, serta menciptakan pekerjaan dan karir baru dalam pekerjaan manusia. Salah satu bagian yang paling berkembang dari bidang teknologi informasi adalah internet (interconnection networking), yang pada awalnya diciptakan sebagai saluran swasta untuk kepentingan kegiatan penelitian dan akademisi, internet sekarang lebih banyak dieksploitasi oleh bisnis untuk berbagai macam pelayanan komersial.

Transaksi Berbelanja melalui media elektronik atau e-commerce merupakan salah satu bentuk transaksi perdagangan yang paling banyak dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi. Melalui transaksi perdagangan ini konsep pasar tradisional dimana (penjual dan pembeli secara fisik bertemu) berubah menjadi konsep telemarketing (perdagangan jarak jauh melalui internet) e-commerce telah mengubah cara konsumen dalam memperoleh produk yang diinginkannya. Teknologi internet mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap perekonomian dunia. Internet perekonomian dunia memasuki babak baru yang lebih populer dengan istilah digital economics atau perekonomian digital. Internet tersebut bukan lagi suatu hal yang baru dalam fase pertumbuhan dan perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi yang sangat pesat ini telah membawa banyak perubahan bagi pola kehidupan sebagai masyarakat Indonesia. Pola kehidupan tersebut terjadi hampir disemua bidang perdagangan, baik sosial, budaya, perlindungan dan bidang lainnya, dalam bidang perdagangan, internet mulai banyak dimanfaatkan sebagai media aktivitas bisnis terutama karena kontribusinya terhadap efisiensi.

Kehadiran *E-commerce* memberikan banyak manfaat solusi serta penolong yang luar biasa kepada konsumen, karena mereka tidak perlu mengeluarkan waktu yang banyak untuk berpergian untuk berbelanja yang disamping itu harga yang barang ditawarkan juga relative murah. Dewasa ini, transaksi *e-commerce* menjadi tantangan yang positif sekaligus menjadi tantangan yang negatif. Dapat dikatakan positif dikarenakan oleh keadaan itu dapat memberi manfaat dimana konsumen memiliki kebebasan untuk menentukan jenis dan kualitas barang/jasa sesuai dengan kebutuhannya. Namun dikatakan negatif karena kondisi tersebut menyebabkan posisi konsumen menjadi lebih lemah dari posisi pelaku usaha yang dapat mengakibatkan kekecewaan dan kerugian. Selain itu, permasalahan yang dapat terjadi pada transaksi online antara lain, yaitu bahwa kualitas barang yang dipesan tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh pelaku usaha, waktu pengiriman tidak sesuai dengan waktu yang telah disepakati, dalam proses pengiriman barang juga rawan terjadi kerusakan. Permasalahan lain dalam berbelanja melalui sistem *e-commerce* yaitu produk yang telah dipesan oleh konsumen tidak sesuai dengan jumlah pesanan Ketika konsumen menerima pesannya. maka konsumen mengirim ulasan dan mengajukan banding kepada pelaku

usaha untuk mengembalikan Sebagian dana yang sudah ditransfer oleh konsumen. Namun pelaku usaha tersebut tidak ada respon sama sekali. Lemahnya kedudukan konsumen dengan pelaku usaha dalam melakukan transaksi belanja tentu sangat merugikan konsumen dan telah melanggar hak konsumen.

Perkembangan Internet yang semakin maju merupakan salah satu faktor pendorong berkembangnya *e-commerce* di Indonesia. Perkembangan *e-commerce* di atur dalam undang-undang No. 11 Tahun 2008 Tentang informasi dan transaksi elektronik yang disingkat UU ITE. Sebagai konsumen, kita harus jeli dalam membeli suatu barang. Biasanya disuatu transaksi jual-beli secara *e-commerce* terjadi suatu perjanjian antara pelaku usaha dan konsumen. Jual-beli merupakan salah satu jenis perjanjian yang diatur dalam KUHPerdata, sedangkan *e-commerce* pada dasarnya merupakan model transaksi jual beli modern yang mengimplikasikan inovasi teknologi seperti internet sebagai media transaksi. Kehendak para pihak yang diwujudkan dalam kesepakatan ialah merupakan dasar mengikatnya suatu perjanjian, kehendak itu dapat dinyatakan dengan berbagai cara baik lisan maupun tertulis dan mengikat para pihak dengan segala akibat hukumnya. Dengan munculnya undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik (UU ITE) memberikan dua hal penting yakni, pertama pengakuan transaksi elektronik dan dokumen elektronik dalam kerangka hukum perikatan dan hukum pembuktian, sehingga kepastian hukum transaksi elektronik dapat terjamin, dan yang kedua diklasifikasinya tindakan-tindakan yang termasuk kualifikasi pelanggaran hukum terkait penyalahgunaan Teknologi Informasi (TI) disertai dengan sanksi pidananya. Dengan adanya pengakuan terhadap transaksi elektronik dan dokumen elektronik maka setidaknya kegiatan *e-commerce* mempunyai basis legalnya.

Walaupun Sudah ada undang-undang yang mengatur masalah perdagangan secara *e-commerce*. Namun, kadangkala konsumen masih saja dalam posisi yang lemah. Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen sering kali disebabkan karena tingkat pengetahuan hukum dan kesadaran konsumen akan hak yang masih rendah, kondisi seperti ini oleh pelaku usaha dimanfaatkan untuk meraup keuntungan sebesar-besarnya dengan tidak mengidalkan kewajiban-kewajiban yang sudah seharusnya melakat pada para pelaku usaha. Seharusnya konsumen memiliki hak penuh untuk mendapatkan perlindungan. Tetapi banyak konsumen yang belum menyadari bahwa ada undang-undang yang mengatur tentang perlindungan konsumen. Seperti halnya mengenal pembelian melalui pembelian internet secara online atau dengan *e-commerce*. Sedangkan jasa lebih memprioritaskan tentang baik atau buruknya pelayanan yang diberikan sebagai alat pemuas kebutuhan. Melalui Analisis Yuridis, penelitian ini bertujuan Untuk Mengkaji dan Menganalisis Secara Yuridis Pengaturan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Yang Melakukan Transaksi Melalui Sistem *E-commerce* di Indonesia, dan Untuk Mengetahui Permasalahan dan Tantangan Yang Dihadapi Konsumen Dalam Bertransaksi Melalui *E-commerce* Terkait Perlindungan Hukumnya. Beserta merumuskan upaya-upaya yang dapat dilakukan untuk memperkuat perlindungan hukum bagi konsumen *e-commerce* demi meningkatkan kepercayaan konsumen.

Istilah "Hukum Konsumen" dan "Hukum Perlindungan Konsumen" yang membedakan antara keduanya adalah bahwa hukum konsumen bersifat umum terkait dengan penyediaan barang dan/atau jasa sedangkan hukum perlindungan konsumen lebih khusus mengatur dan melindungi konsumen dalam kaitnya penyediaan barang dan/atau jasa yang di masyarakat. Tetapi belum jelas apa yang masuk kedalam materi keduanya, dan apakah perbedaan antara keduanya. Tidak dapat dipungkiri bahwa posisi konsumen merupakan posisi yang lemah dan cenderung menjadi korban dalam hubungan jual beli dengan produser. Oleh karena itu, konsumen haruslah dilindungi. Salah satu sifat dan tujuan hukum adalah memberikan perlindungan kepada masyarakat. Jadi, dapat dikatakan bahwa sebenarnya, baik hukum

konsumen maupun hukum perlindungan konsumen merupakan dua bidang hukum yang sulit dipisahkan dan ditarik batasnya. Az. Nasution berpendapat bahwa hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen, yang memuat asas-asas yang bersifat mengatur dan mengandung sifat yang melindungi konsumen. Hukum konsumen diartikan sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur hubungan dan masalah penyediaan dan pengguna produk (barang dan jasa) antara penyedia dan penggunanya, dalam kehidupan bermasyarakat. Selain itu, Az. Nasution juga mengakui bahwa asas-asas kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah konsumen tersabar dalam berbagai bidang hukum. Jadi, dikatakan dapat bahwa hukum konsumen berskala lebih luas dari pada hukum perlindungan konsumen.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian ini adalah menggunakan yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan yang dilakukan berdasarkan bahan hukum utama dengan cara mengolah teori-teori, konsep-konsep, asas-asas hukum serta peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam melakukan transaksi berbelanja melalui sistem E-commerce. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data skunder. Data skunder merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian. Data yang diperoleh akan dianalisis sesuai permasalahan yang ada. Data skunder dalam penelitian ini terdiri dari 3 (tiga) jenis bahan hukum yaitu bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Teknik pengumpulan data merupakan hal yang perlu diperhatikan dalam suatu penelitian untuk melancarkan proses seseorang peneliti dalam mengemukakan data yang dibutuhkan. Berikut Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu studi pustaka dan wawancara. Analisis data merupakan hak yang sangat penting dalam suatu peneliti. Analisis data dilakukan secara kualitatif yaitu menganalisis tentang perlindungan hukum terhadap konsumen berdasarkan konsep terhadap bahan-bahan hukum tertulis yang sejenis hukum kepentingan analisis, serta pendapat-pendapat hukum dan peraturan perundang-undangan yang berkaitan masalah hukum yang diteliti.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Yang Melakukan Transaksi Melalui Sistem E-commerce di Indonesia

Perlindungan hukum bagi konsumen adalah suatu masalah yang besar, dengan persaingan global yang terus berkembang. Perlindungan hukum sangat dibutuhkan dalam persaingan dan banyaknya produk serta layanan yang menempatkan konsumen dalam posisi tawar yang lemah. Perlindungan hukum bagi konsumen dalam bentuk perlindungan hukum yang diberikan oleh negara. Perlindungan Konsumen menurut Undang-Undang ITE (Informasi Teknologi Elektronik) dan PP (Peraturan Pemerintahan) PSTE (Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik), transaksi jual beli online tersebut diakui sebagai transaksi elektronik yang sah dan dapat dipertanggungjawabkan. Persetujuan untuk membeli barang secara online dengan cara melakukan klik persetujuan atas transaksi merupakan bentuk Tindakan penerimaan yang menyatakan persetujuan dalam kesepakatan pada transaksi elektronik. Kontrak elektronik dianggap sah apa bila:

1. Terdapat kesepakatan para pihak
2. Dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan
3. Terdapat hal tertentu; dan
4. Objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum.

Dengan demikian, perlindungan hukum terhadap konsumen dapat menggunakan instrumen UU ITE dan PP PSTE sebagai dasar hukum dalam menyelesaikan permasalahan. Perlindungan hukum bagi konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum kepada konsumen. Dengan diterapkannya perlindungan hukum bagi konsumen dalam e-commerce lintas negara, kedudukan konsumen yang tadinya cenderung menjadi sasaran pelaku usaha untuk meraih keuntungan sebesar-besarnya, dengan adanya intervensi negara diharapkan kepentingan konsumen dalam transaksi e-commerce lintas negara dapat perlindungan dari praktek-praktek yang merugikan konsumen. Alasan mengapa perlindungan hukum bagi konsumen e-commerce dibutuhkan untuk memfasilitasi transaksi konsumen secara online. Tujuannya untuk memberlakukan semua transaksi dengan cara yang sama tanpa melihat media yang dipilih. Jadi, penting menghilangkan rintangan hukum yang ada dan untuk membahas masalah-masalah baru yang utama bagi media elektronik. Namun, kurangnya regulasi dalam e-commerce telah menghambat perkembangan dalam transaksi e-commerce. Misalnya, kekhawatiran terhadap keabsahan hukum kontrak dan tanda tangan digital. Demikian juga ketidakpastian tentang pelaksanaan kontrak online dan ganti rugi yang tepat untuk konsumen, serta penerapan undang-undang perlindungan konsumen yang ada menjauh dari jaringan ini. Jadi, agar e-commerce itu aman, dapat dipercaya, dan fair.

Konsumen harus cermat terhadap klausul-klausul tertentu dalam kontrak yang digunakan secara luas oleh pelaku usaha, yang isinya membatasi hak konsumen yang terdapat dalam undang-undang perlindungan konsumen. Di Indonesia, perlindungan hukum bagi konsumen dalam kontrak transaksi e-commerce lintas negara belum diatur secara khusus. Berkembangnya secara perdagangan dari dunia nyata ke dunia maya menimbulkan cara perlindungan bagi konsumen yang berbeda pula, sehingga konsumen dalam transaksi e-commerce lintas negara belum terlindungi secara maksimal. Indonesia telah membuat dan mengesahkan undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik, yang mengatur mengenai informasi elektronik, penyelenggaraan sistem elektronik, transaksi elektronik, nama domain, Hak kekayaan Intelektual (HKI), dan perlindungan hak pribadi, penyalahgunaan teknologi informasi, penyelesaian sengketa, peran pemerintah dan masyarakat, penyidikan, dan ketentuan pidana. Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik mengatur transaksi secara umum. Namun, belum mengatur perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce secara khusus, tergambar pada pasal-pasal yang tidak ada menyinggung transaksi yang dibuat oleh konsumen dan pelaku usaha.

Perlindungan hukum terhadap konsumen di Indonesia atas pemanfaatan barang atau jasa dari produsen/pelaku usaha diatur dalam undang-undang perlindungan konsumen Nomor 8 Tahun 1999 (UUPK). Undang-undang ini telah disahkan pada tanggal 20 April 1999. Masih banyak masyarakat konsumen yang belum pernah mendengar tentang keberadaan UUPK. Selain itu, ketidaktahuan konsumen *e-commerce* akan hak-haknya menjadi salah satu penghambat terlaksananya perlindungan hukum bagi dirinya. Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam melakukan transaksi *e-commerce* mutlak diperlukan. Perlindungan konsumen itu sendiri menurut pasal 1 ayat (1) UUPK menyebutkan "perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen". Sri Redjeki Hartono mengemukakan bahwa perlindungan terhadap konsumen dipandang secara materil dan formal makin terasa sangat penting, mengingat makin lajunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktifitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka sasaran usaha. Dalam rangka mengejar kedua hal tersebut, akhirnya baik langsung maupun tidak langsung, maka konsumen yang pada umumnya merasakan dampaknya. Dengan

demikian upaya-upaya untuk memberikan perlindungan yang memadai terhadap kepentingan konsumen merupakan suatu hal yang penting dan mendesak untuk segera dicari solusinya, terutama di Indonesia, mengingat sedemikian kompleksnya permasalahan yang menyangkut perlindungan konsumen, lebih-lebih era perdagangan yang semakin bebas

Permasalahan dan Tantangan Yang Dihadapi Konsumen dalam Melakukan Transaksi Melalui Sistem E-commerce Terkait Perlindungan Hukumnya

Konsumen memiliki beberapa hak utama termasuk hak atas kebutuhan dasar, keamanan, dan informasi. Mereka harus mendapatkan informasi yang baik tentang produk dan layanan yang mereka beli. Namun, konsumen juga menghadapi tantangan seperti iklan palsu, tekanan yang tidak beralasan, dan Teknik penjualan yang tidak adil. Adapun permasalahan yang dihadapi konsumen yaitu konsumen tidak yakin dengan kualitas produk yang mereka belanjakan dengan uangnya. Sistem e-commerce telah mengubah cara konsumen berbelanja, tetapi juga telah menimbulkan beberapa tantangan dan masalah hukum bagi mereka. Berikut beberapa masalah dan tantangan yang paling umum yang dihadapi konsumen saat melakukan transaksi melalui sistem e-commerce:

1. Penipuan dan penyalahgunaan, dengan meningkatnya transaksi online, penipuan dan penyalahgunaan telah menjadi masalah yang semakin signifikan. Konsumen harus berhati-hati saat memberikan informasi pribadi dan data keamanan online, karena informasi tersebut dapat dicuri dan digunakan untuk penipuan.
2. Ketidaksesuaian produk, dalam transaksi e-commerce, konsumen tidak dapat melihat atau meraba produk sebekum membelinya. Ini berarti bahwa mereka mungkin tidak tahu apakah produk sesuai dengan deskripsi atau gambar yang diberikan. Jika produk tidak sesuai dengan harapan konsumen, mereka tidak dapat mengembalikannya atau mendapatkan penggantian.
3. Ketidaksesuaian layanan pelanggan, banyak situs e-commerce tidak memiliki layanan pelanggan yang cukup baik, yang dapat membuat sulit bagi konsumen untuk mengatasi masalah atau pertanyaan yang mereka miliki. Ini dapat mencakup masalah dengan pengiriman, pengembalian, atau produk yang tidak sesuai dengan harapan.
4. Ketidaksesuaian kebijakan privasi, banyak kebijakan privasi yang tidak jelas atau tidak lengkap, yang dapat membuat konsumen tidak yakin tentang bagaimana data mereka akan digunakan. Ini dapat mencakup masalah dengan pengumpulan data, atau bagaimana data akan dibagikan dengan pihak ketiga.
5. Ketidaksesuaian kebijakan pengembalian, banyak situs e-commerce memiliki kebijakan pengembalian yang tidak jelas atau tidak lengkap, yang dapat membuat sulit konsumen untuk mengembalikan produk yang tidak sesuai dengan harapan. Ini dapat mencakup masalah dengan batas waktu pengembalian, syarat-syarat pengembalian, atau bagaimana pengembalian akan diproses.
6. Ketidaksesuaian kebijakan pengiriman, banyak situs e-commerce memiliki kebijakan pengiriman yang tidak jelas atau tidak lengkap, seperti waktu pengiriman tidak sesuai waktu yang sudah ditentukan sebelumnya. Ketidaksesuaian kebijakan pengiriman dapat membuat sulit bagi konsumen untuk memahami syarat pengiriman.

Secara keseluruhan, konsumen harus berhati-hati saat melakukan transaksi sistem e-commerce dan memahami kebijakan dan syarat-syarat yang terkait. Konsumen juga harus memahami hak-hak mereka dan cara melaporkan masalah. Dalam melakukan transaksi melalui sistem e-commerce ini, konsumen mengalami beberapa masalah yaitu keterlambatan dalam pengiriman paket, barang tidak sesuai dengan foto atau deskripsi, mendapatkan barang

yang rusak, dan lainnya. Mereka mencoba menghubungi layanan pelanggan dengan mengajukan pengembalian dana atau pengiriman ulang barang namun tidak ada respon dari pihak pelaku usaha. Dengan semua itu konsumen merasa bahwa mereka sangat dirugikan dengan hal tersebut. Maka dalam hal itu, pelaku usaha harus memberi kenyamanan dan informasi yang jelas dan benar kepada konsumen agar meningkatkan kepercayaan mereka berbelanja melalui online. Dengan pesatnya perkembangan *e-commerce* menimbulkan dampak negative bagi konsumen yang menempatkan konsumen dalam posisi tawar yang lemah. Beberapa permasalahan yang timbul berkenaan dengan hak-hak konsumen dalam transaksi *e-commerce*, antara lain:

- 1) Konsumen tidak dapat langsung mengidentifikasi, melihat, atau menyentuh barang yang akan dipesan;
- 2) Ketidakjelasan informasi tentang produk yang ditawarkan dan/atau tidak adanya kepastian apakah konsumen telah memperoleh berbagai informasi yang layak diketahui, atau yang seharusnya dibutuhkan untuk mengambil suatu keputusan dalam bertransaksi;
- 3) Tidak jelasnya status subjek hukum, dari pelaku usaha;
- 4) Tidak ada jaminan keamanan bertransaksi dan privasi serta penjelasan terhadap risiko-risiko yang berkenaan dengan sistem yang digunakan, khususnya dalam hal pembayaran secara elektronik baik dengan menggunakan *credit card* maupun *electronic cash*;
- 5) Pembebanan risiko yang tidak berimbang, karena umumnya terhadap jual beli di internet, pembayaran telah lunas dilakukan oleh konsumen sedangkan barang belum tentu diterima atau akan menyusul kemudian, karena jaminan yang ada adalah jaminan pengiriman barang bukan penerimaan barang;
- 6) Transaksi yang bersifat lintas batas negara *borderless*, menimbulkan pertanyaan mengenai yurisdiksi hukum negara mana yang sepatutnya diberlakukan.

Narberth Reich, pernah merumuskan bahwa masalah yang sering dihadapi konsumen adalah meliputi sikap pelaku usaha yang bertindak curang pada saat kontrak jual beli dilakukan, seperti ketidakjelasan isi dari kontrak standar, produk cacat dan ketidakpuasan atas jasa yang ditawarkan, iklan yang menyesatkan, serta pemasalahan layanan purna jual. Kasus-kasus yang berhubungan dengan transaksi *e-commerce*, khususnya mengenai cacat produk, informasi dalam *web-advertising* yang tidak jujur, atau keterlambatan pengiriman barang, sering dialami konsumen dalam kasus. Mengingat kerangka kebijakan yang melindungi konsumen dalam berbagai macam transaksi di internet tampaknya belum dirumuskan oleh pemerintah Indonesia, maka sangatlah diperlukan keadilan hukum terhadap hak konsumen dan tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi di internet, serta mekanisme penyelesaian yang dapat dilakukan oleh konsumen. Praktik transaksi *e-commerce* banyak menimbulkan berbagai permasalahan hukum dalam melakukan transaksi *e-commerce*. Perlindungan hukum terhadap hak-hak konsumen dalam *transaksi e-commerce* tidak dapat diberikan oleh satu aspek hukum saja, melainkan oleh satu sistem perangkat hukum yang mampu memberikan perlindungan yang simultan dan komprehensif. Dengan demikian teknologi yang diciptakan oleh manusia tidak selalu menghasilkan hal-hal yang positif tetapi dapat juga menghasilkan berbagai dampak negative. Disini salah satu arti penting perlunya peraturan di bidang teknologi informasi, untuk dapat memberikan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce*.

Upaya-Upaya Yang Dapat Dilakukan Untuk Memperkuat Perlindungan Hukum Bagi Konsumen E-commerce Demi Meningkatkan Kepercayaan Konsumen

Upaya-upaya untuk memperkuat perlindungan hukum bagi konsumen *e-commerce* guna meningkatkan kepercayaan konsumen mencakup berbagai inisiatif dari pemerintah,

industri, dan lembaga swadaya masyarakat. Berikut adalah beberapa langkah konkret yang dapat diambil:

1. Penguatan Regulasi dan Kebijakan . Penguatan regulasi dan kebijakan adalah proses penting yang dapat membantu mempromosikan kesejahteraan masyarakat, melindungi lingkungan, dan memastikan keadilan kesetaraan. Dengan mengimplementasikan aturan dan kebijakan yang tepat, pemerintah dan organisasi dapat membantu menciptakan lingkungan yang lebih aman, adil, dan berkelanjutan semua orang. Pembaruan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Memperbarui dan menyesuaikan undang-undang perlindungan konsumen untuk mengakomodasi perkembangan teknologi dan praktik e-commerce. Ini termasuk pengaturan yang lebih ketat terkait penipuan online, privasi data, dan mekanisme pengembalian barang. Implementasi Perlindungan Data Pribadi, Penerapan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi yang ketat untuk memastikan bahwa data konsumen dilindungi dari penyalahgunaan dan pelanggaran.
2. Penegakan hukum yang efektif. Penguatan Lembaga Pengawas, Memperkuat lembaga pengawas seperti Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan Kementerian Komunikasi dan Informatika untuk lebih proaktif dalam menegakkan hukum dan menindak pelanggaran. Dan Sanksi yang Tegas, Penerapan sanksi yang tegas bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan perlindungan konsumen untuk memberikan efek jera dan meningkatkan kepatuhan.
3. Peningkatan Transparansi dan Akuntabilitas. Transparansi Informasi: Mewajibkan platform e-commerce untuk memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang produk, harga, syarat dan ketentuan, serta kebijakan pengembalian barang. Sistem Rating dan Ulasan: Mengembangkan dan memelihara sistem rating dan ulasan yang kredibel sehingga konsumen bisa membuat keputusan yang lebih terinformasi berdasarkan pengalaman pengguna lain.
4. Peningkatan Keamanan Transaksi. Teknologi Keamanan: Investasi dalam teknologi keamanan seperti enkripsi data dan otentikasi dua faktor untuk melindungi transaksi dan data konsumen Kerjasama dengan Bank dan Penyedia Layanan Pembayaran: Kolaborasi dengan bank dan penyedia layanan pembayaran untuk memastikan transaksi yang aman dan penyelesaian sengketa yang cepat.
5. Edukasi dan Pemberdayaan Konsumen. Kampanye Kesadaran: Meluncurkan kampanye edukasi untuk meningkatkan kesadaran konsumen tentang hak-hak mereka dan cara bertransaksi yang aman di platform e-commerce. Program Pelatihan: Menyediakan program pelatihan dan workshop bagi konsumen untuk mengenali penipuan online dan langkah-langkah yang dapat diambil jika menghadapi masalah.
6. Penyelesaian Sengketa yang Efisien. Pusat Resolusi Sengketa: Mendirikan pusat resolusi sengketa khusus untuk e-commerce yang dapat menyelesaikan keluhan konsumen secara cepat dan efektif. Layanan Pengaduan Online: Menyediakan platform pengaduan online yang mudah diakses konsumen untuk melaporkan masalah yang mereka hadapi dan mendapatkan solusi yang cepat.
7. Kolaborasi Internasional. Standar Internasional: Mengadopsi standar internasional dalam perlindungan konsumen dan keamanan e-commerce untuk transaksi lintas batas. Kerjasama dengan Negara Lain: Bekerja sama dengan negara lain untuk menangani kasus-kasus penipuan lintas negara dan memastikan perlindungan yang komprehensif bagi konsumen internasional.
8. Audit dan Sertifikasi. Sertifikasi Keamanan dan Privasi: Mengembangkan program sertifikasi untuk platform e-commerce yang memenuhi standar keamanan dan privasi tertentu, memberikan konsumen keyakinan lebih dalam melakukan transaksi. Audit

Berkala: Melakukan audit berkala terhadap platform e-commerce untuk memastikan kepatuhan terhadap regulasi dan praktik perlindungan konsumen. Dengan menerapkan langkah-langkah tersebut, diharapkan perlindungan hukum bagi konsumen e-commerce dapat diperkuat, yang pada gilirannya akan meningkatkan kepercayaan konsumen dalam bertransaksi secara online.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan tersebut dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukum pada konsumen dalam bertransaksi e-commerce disebabkan oleh: kurangnya sumberdaya manusia baik customer service, IT, Marketing, dan lain-lain. E-commerce yang terkadang masih mengalami masalah, serta miskomunikasi antara customer service dengan konsumen akibat tingkat pemahaman dari konsumen berbeda-beda, tingkat pendidikan konsumen yang rendah, konsumen merasa awam mengenai istilah yang disampaikan saat berbelanja melalui sistem di e-commerce tersebut yang mengakibatkan tidak tersampaikan informasi dengan baik. Untuk melindungi hukum yang lebih kuat bagi konsumen dalam lingkungan e-commerce, Saat ini ada beberapa hukum dan regulasi yang bertujuan untuk melindungi konsumen dalam transaksi e-commerce, seperti undang-undang perlindungan konsumen, undang-undang privasi online, dan undang-undang perlindungan data. Namun, masih ada kebutuhan untuk meningkatkan perlindungan hukum ini untuk memastikan bahwa konsumen merasa aman dan percaya saat berbelanja secara online. Untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dalam bertransaksi e-commerce perlu ada langkah-langkah tambahan yang diambil oleh pemerintah dan industri. Ini termasuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam transaksi e-commerce. Memberikan konsumen lebih banyak control atas data pribadi mereka, dan memberikan akses yang lebih baik ke pengadilan bagi konsumen yang mengalami kerugian akibat transaksi e-commerce yang tidak adil. Selain itu, perlu ada upaya yang lebih besar untuk meningkatkan kesadaran konsumen tentang hak-hak dan perlindungan mereka saat berbelanja online. Meningkatkan pendidikan konsumen tentang risiko dan manfaat transaksi e-commerce.

DAFTAR PUSTAKA

- A.Halim Berkatullah, (2009), *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Transaksi E-commerce Lintas Negara Dalam Hukum Nasional dan Internasional*, Buku, Pascasarjana FH UII, Yogyakarta, hal. 86.
- Abuyazid Bustomi, (2018), *Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian*, Jurnal, hal. 162.
- Agus Swandono, (2016), *Ruang Lingkup Hukum Perlindungan Konsumen*, Repostory, ut.id. Diindek Oleh Google.
- Ahmadi Muri, Sutarman Yodo, (2000), *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta, Diadit Media, Hal.26.
- Alfie Perdana, dkk, (2014), *Penyelesaian Wanprestasi Dalam Perjanjian Jual Beli Melalui Media Elektronik*, Jurnal, Ilmu Hukum S2. Hal. 2
- Amelia Andini, (2017), *Pengaruh Transaksi Online Shopping, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E-commerce*, Jurnal Ilmu Hukum, dan Riset Manajemen, hal. 8-9.
- AS. Adrianis, (2021), *Analisis Mekanisme Transaksi Jual-Beli Melalui E-commerce*, <https://Repostory.lainpare.ac.id>.
- Az. Nasution, (2000), *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar*, Jakarta, Diadit Media, Jurnal, Hal. 21,29,37,38, 234.
- Bagus Hanindy Mantri, (2007), *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi*

- E-commerce, Tesis, Universitas Diponegoro Semarang, Hal. 25.
- Cahyani, A. (2023), Analisis Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Berbelanja Melalui Sistem E-commerce, *Jurnal Hukum Digital*, Hal. 42, 62.
- Edmon Makarim, (2003), *Kompilasi Hukum Telematika*, Jakarta, PT.Raja Grafindo Persada, Hal. 375.
- Endang Sri Wahyuni, (2003), *Aspek Sertifikat dan Keterkaitnya Dengan Perlindungan Konsumen*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, Hal. 90.
- Fuad Ihsan, 2008, *Dasar-Dasar Kependidikan Komponen MKDK*, Jurnal, Universitas Bengkulu, Jakarta, Hal. 4
- Grogory E. Maggs, 1998, *Internet Solution to Consumer Protection Problems*, Carolina Selatan, Buku, hal. 887.
- Gunawan Wijaya, (2002), *Alternatif Penyelesaian Sengketa*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, Hal. 75.
- Gunawan Wijaya, Ahmad Yani, (2000), *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, PT. Gramedia Pustaka, Jakarta, Hal. 34.
- Heru Susilo, (2017), *Implementasi E-commerce Sebagai Media Penjualan Online, Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang*, Tesis. Hal.4
- Husni Syawali, Neni Imaniayati, (2005), *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung, Hal.7
- IH. Ramadhan, Er Nurwati, (2022), *Analisis Ancaman Phishing Dalam Layanan E-commerce*, Skripsi, Sains dan Teknologi, Yogyakarta, Hal.32
- Inosentius Samsul, (2004), *Perlindungan Konsumen Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, Universitas Indonesia, Hal.20
- Jay MS, (2000), *Peran E-commerce Dalam Sector Ekonomi dan Industry*, Makalah, Internet, Jakarta, Hal.7
- Jimly Asshiddiqie, *Undang-Undang Dasar 1945, Konstitusi Negara Kesejahteraan dan Realitas Masa Depan*, Pidato Pengukuhan Jabatan Guru Besar Tetap Madya, Jakarta, 1998, Hal. 1 dan 2.
- Job, Putnam, (2017), *Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan*, Jurnal. Hal. 58
- Johy R.E. Tampi, Danny D.S. Mukuan, (2021), *Kepercayaan Konsumen, Kualitas Layanan, Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shoppe*, Jurnal, USR. Hal. 80
- Joseph Teguh Sabtoso, (2021), *Membangun Kepercayaan Konsumen Bagi Pembisnis*, Semarang, Artikel Details.
- Lastini, (2016), *Perbuatan Yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha Menurut Undang-Undang, No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, Sripsi, *Lex Privatum*, vol .4, No. 6, Hal. 70
- Lingga Ery Susanto, *Perlindungan Konsumen*, WWW.scribd.com, Diakses Pada Tanggal 02 April 2014.
- M. Sanusi Arsyad, (2000), *Transaksi Bisnis Dalam Elektronik Commerce: Studi Tentang Permasalahan-Permasalahan Hukum dan Solusinya*, Tesis Magister, Yogyakarta, Universitas Islam Indonesia *E-commerce dan E-business: Bagaimana Solusi Hukumnya*, *Mimbar Hukum*, No. 39/X, Hal. 16.
- Maulinda Ayu Fatikasari, 2017, *Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Klausula Baku Pada Karcis Parkir*, Malang, Skripsi, Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Malang, Hal. 15
- Mcknight et al, (2016), *Menyatakan Bahwa Ada Dua Dimensi Kepercayaan Konsumen*, Hal. 41
- Mcknight et al, (2017), *Faktor-Faktor Yang Dapat Mempengaruhi Konsumen*, Hal.42.
- Muhammad Suyanto, (2003), *Strategi Periklanan Pada E-commerce Perusahaan Top Dunia*,

- Yogyakarta, Andi Media, Hal. 58.
- Nobert, Reich, Protection Of Consumers Economic Interests by the EC." Sydney law review, no. March 1992. Hlm. 25, 42.
- Onno W. Purbo, Aang Arif Wahyudi, (2021), Mengenal E-commerce, Jakarta, Elex Media Komputindo, Hal. 143.
- Panggih P. Dwi Atmojo, (2002), Internet Untuk Bisnis, Yogyakarta, Dirkomnet Treaning, Hal. 6.
- RD Agustanti, AN Setiawan, (2021) Tindakan Pidana Penipuan Pada Transaksi E-commerce di Masa Pandemi Covid-19, Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum, Jakarta, Hal. 186.
- Rhenald Kasali, 2012 Manajemen Periklanan dan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia, Cetakan ke III, Jakarta, Pustaka Utama Grafika, Hal. 21
- Setia Putra, (2014), Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui Media E-commerce, Jurnal, Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Riau, Hal. 291.
- Shofie Yusuf, (2003), Penyelesaian Sengketa Konsumen Menurut UUPK, Teori Penegakkan Hukum, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, Hal. 15.
- Sidharta, (2000), Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, Jakarta, PT. Grasindo, hal. 2.
- Siti Nor Khasanah, (2007), Efektifitas Penerapan E-commerce Pada Perhotelan, Skripsi Fakultas Ekonomi UIN. Malang, Hal. 44.
- Sitorus, (2018), Tinjauan Umum Tentang Pelaku Usaha dan Konsumen, Skripsi, Universitas Indonesia. Hal.24-26.
- Sri Redjeki Hartono, (2000), Kapita Selekta Hukum Ekonomi, Bandung, Mandar Maju, Hal.78.
- Suharnoko, (2004), Hukum Perjanjian: Teori dan Analisis Kasus, Kencana, Jakarta, Hal. 3.
- Syakir Sula, (2006), SySarliah Marketing, Bandung: PT. Mizan Pustaka, Hal. 157.
- Tim Litbang, (2001), Apa dan Bagaimana E-commerce, Cetakan Pertama, Yogyakarta, Andi, hal. 63.
- Yusuf Shofia, (2003), Penyelesaian Sengketa Konsumen Menurut UUPK, Teori dan Peneggakan Hukum, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, Hal. 13.
- Zulham, (2013), Hukum Perlindungan Konsumen: Kencana Perdana Media Group. Hal.47-48.