

## **Kajian Normatif Pada Konsepsi Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi *E-Commerce***

**Hidayat Galih Saputro**

Balai Pemasarakatan Kelas I Semarang

*\*galihbaik@gmail.com*

### **ABSTRAK**

Penafsiran mengenai hukum umumnya beralih dari tafsiran mengenai konsepsi. Suatu akidah hukum dan penegakan hukum dengan terbuka yang membutuhkan sebuah pemisah yang statis mengenai sebuah konsep hukum. Penulisan ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami tentang perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli nline di Indonesia. Metode Penelitian yang digunakan ialah penelitian normatif dengan pendekatan undang-undang dan pendekatan konseptual. Jenis data meliputi bahan primer dan bahan sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan konsumen yang melakukan transaksi *E-commerce* di atur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 perubahan atas UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Selain itu melihat praktik *E-Commerce* yang semakin berkembang di Indonesia, tentu menjadi satu kemudahan bagi konsumen dalam membeli suatu produk barang atau jasa. Namun tidak sedikit juga hak-hak konsumen dilanggar, disebabkan karena kurangnya pemahaman tentang regulasi atau perlindungan hukum bagi konsumen sendiri, sehingga dibutuhkan suatu kajian khusus tentang Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Praktik *E-Commerce* di Indonesia

**Kata Kunci:** Hukum; Perlindungan Konsumen; Transaksi *E-Commerce*

### **A. PENDAHULUAN**

Perkembangan zaman yang begitu pesat saat ini di Indonesia telah banyak merubah berbagai macam aspek kehidupan, salah satunya dalam perdagangan atau perniagaan yang sebelumnya dilakukan secara tradisional yaitu aktivitas jual beli atau tawar menawar pada sebuah barang ataupun jasa yang dilakukan antara pedagang dan pembeli. Dalam konteks pembeli biasa disebut dengan istilah konsumen yang merupakan serapan bahasa Inggris dari kata *consumer* ataupun *consument* dalam bahasa Belanda.

Secara harfiah, definisi dari kata *consumer* atau *consument* merupakan seluruh individu yang memakai jasa atau barang tertentu dari pihak penyedia (produsen). Lalu apabila ditinjau dari Peraturan yang ada seperti KUHPerdara, tak bisa ditemukan pengertian dari kata konsumen, melainkan hanya ada pengistilahan kata penyewa yaitu dalam Pasal 1550 juncto Pasal 1548 KUHPerdara, kemudian dalam Pasal 1744 KUHPerdara disebut dengan penerima hibah, dan dalam Pasal 1460, Pasal 1513 juncto Pasal 1457 KUHPerdara disebut dengan Pembeli. Serta dalam Pasal 246 KUHD juga disebut dengan tertanggung.<sup>1</sup>

Makin berkembangnya teknologi informasi yang pesat turut mempengaruhi proses transaksi perniagaan masyarakat yang biasanya hanya dilakukan secara luring atau tatap muka (langsung), saat ini telah muncul aktivitas jual beli secara daring atau dunia maya (tidak langsung) yang merupakan salah satu perkembangan zaman yang tidak bisa terhindarkan. Perubahan yang terjadi secara signifikan tersebut

<sup>1</sup> Barkatullah dan Abdul Halim, 2019, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Lintas Negara Di Indonesia*, Pasca Sarjana FH UII, Yogyakarta, Hlm. 27.

mempengaruhi perkembangan aktivitas jual beli masyarakat. Dimana banyak masyarakat yang memanfaatkannya secara masal.

Kemunculan fenomena tersebut melahirkan produk teknologi baru yaitu media elektronik yang dikhususkan untuk dunia perdagangan yang biasa disebut dengan *E-Commerce* atau transaksi perdagangan melalui media elektronik yang mana dengan kehadiran *E-Commerce* tersebut telah merubah masyarakat dan menciptakan peluang usaha dan jenis produk-produk baru yang tentunya bisa menciptakan lapangan kerja yang luas bagi masyarakat.

Seiring perkembangan *E-Commerce* tersebut, para ahli hukum dan bisnis turut mengembangkan makna dan pengertian dari transaksi perdagangan melalui media elektronik itu, seperti pada pendapat Perry dan Scheneider<sup>2</sup> (dalam Siswanto) menjelaskan jika *E-Commerce* merupakan aktivitas bisnis yang dilaksanakan melalui pemanfaatan transmisi data elektronik via internet dan *World Wide Web (WWW)*. Sedangkan menurut Van h se mengatakan bahwa *E-Commerce* merupakan Proses yang melibatkan pertukaran kepemilikan atau hak untuk menggunakan barang dan jasa melalui perangkat elektronik yang berkomunikasi secara interaktif dalam jaringan.<sup>3</sup>

Berdasarkan dari definisi-definisi tersebut, maka bisa disimpulkan jika dengan perkembangan zaman yang modern dan berkembang saat ini, *E-Commerce* ini pada subtansinya membahas tentang adanya transaksi, baik yang melibatkan barang atau jasa maupun maupun pertukaran informasi yang dilakukan melalui internet atau media elektronik.

Pada era 4.0 saat ini, perkembangan teknologi informasi membuat percepatan akses dan transaksi secara singkat dan praktis yang mengakibatkan pergeseran pada pemilik bisnis dengan pengguna jasanya, hal tersebut dibuktikan dari jumlah pengguna aplikasi *E-Commerce* di Indonesia tumbuh dengan pesat berdasarkan data dari *Wearesocial* tahun 2022 pengguna aplikasi *E-Commerce* per Bulan Oktober-Desember 2022 mencapai 181 juta jiwa atau hampir setengah populasi Indonesia. Tingginya tingkat penggunaan aplikasi *E-Commerce* dipicu oleh perkembangan infrastruktur dan mudahnya mendapatkan *smartphone* atau perangkat genggam.

Internet telah menciptakan sebuah inovasi baru pada bidang ekonomi dengan hadirnya *digital economic*. *E-commerce* menjadi salah satu produk di bidang ekonomi yang mempunyai kontribusi besar dalam meningkatkan devisa negara. Berdasarkan keterangan dari *World Trade Organization (WTO)*, ruang lingkup *e-Commerce* diantaranya bidang pemasaran, produksi, distribusi dan penjualan barang atau jasa.<sup>4</sup>

Meskipun perkembangan industri khususnya yang berkaitan dengan internet sangat pesat, tak menjamin jika kehadiran *E-Commerce* di Indonesia tidak memiliki permasalahan, salah satunya seperti pengetahuan masyarakat terhadap regulasi *E-Commerce* sangat minim, sehingga banyak terjadi tindak kejahatan penipuan pada transaksi perniagaan secara daring, lalu produk-produk palsu serta pada promosi yang berlebihan atau melenceng dari nilai pemasaran. Sehingga menyebabkan keributan antara Produsen dan Konsumen. Hal tersebut dapat terjadi saat aturan, etika serta prosedur dalam transaksi jual beli di dunia maya hanya berdasarkan dari keinginan penyedia barang dan jasa saja, tanpa memperhatikan aturan main

---

<sup>2</sup> Sunarso Siswanto, 2019, *Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik*, Rineka Cipta, Jakarta, hlm. 5

<sup>3</sup> *Ibid*

<sup>4</sup> Kurniawan, 2011, *Hukum Perlindungan Konsumen: Problematika Kedudukan dan Kekuatan Putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)*, Universitas Brawijaya Press, Malang, Hlm.42.

(hukum) dalam melakukan Transaksi Jual Beli Online dengan turut mempertimbangan aspek perlindungan kepada konsumen.

Poin utama dalam upaya perlindungan hukum bagi konsumen yaitu memastikan jika keberadaan konsumen dan pelaku usaha tersebut saling membutuhkan satu sama lain. Bentuk perlindungan terhadap masyarakat memiliki banyak dimensi, salah satunya yaitu perlindungan hukum. Perlindungan hukum terhadap konsumen dilakukan untuk melindungi kepentingan individu tersebut atas kedudukannya sebagai manusia yang memiliki hak serta kewenangan untuk bertindak sesuai dengan kepentingannya.

Berdasarkan ulasan tersebut, pokok-pokok permasalahan dalam penulisan ini yakni bagaimana kajian hukum terhadap studi normatif pada konsep perlindungan konsumen dalam transaksi *E-Commerce* di Indonesia.

## **B. METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah yuridis-normatif dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konsep, sedangkan teknik analisis yang digunakan adalah analisis dengan menggunakan interpretasi gramatikal dan interpretasi sistematis.<sup>5</sup> Selain itu studi ini berdasarkan referensi penulis yang di dapat dari sumber – sumber penelitian lain, buku penunjang, artikel ilmiah, materi internet, dan segala sumber pengetahuan yang relevan dan sesuai dengan materi yang ingin disampaikan.

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

### **1. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Indonesia**

Dalam pelaksanaan perlindungan hukum bagi konsumen, pemerintah Indonesia menerbitkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Keberadaan Undang-undang tersebut hadir sebagai bentuk dan upaya pemerintah dalam hal ini negara dalam melindungi secara hukum bagi para konsumen.

Definisi dari hukum perlindungan konsumen merupakan seluruh azas-azas serta kaidah yang menata dan melindungi konsumen pada hubungan dan permasalahan dalam penyediaan dan pemakaian produk konsumen antara penyedia dan penggunaannya dalam bermasyarakat. Apabila dikaji secara detail jika pada perlindungan konsumen memiliki pembatas antara relasi konsumen dan pihak penyedia. Lain dari pengertian tersebut, menurut AZ Nazution jika hukum perlindungan konsumen adalah asas atau kaidah yang mempunyai sifat untuk mengatur dan turut melindungi konsumen, yang berarti akumulasi azas-azas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur relasi dan permasalahan antara berbagai pihak yang berhubungan pada barang dan/atau jasa konsumen di kehidupan bermasyarakat sehari-hari.<sup>6</sup>

Jika dilihat dari kedua pengertian diatas, maka bisa diinferensikan jika hukum perlindungan konsumen merupakan upaya dalam melindungi hak konsumen serta mewajibkan kepada penyedia barang atau jasa supaya menjaga relasi yang baik

<sup>5</sup> Jonathan Sarwono, 2006, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Graha Ilmu, Yogyakarta

<sup>6</sup> AZ. Nazution, 1990, *Konsumen dan Hukum: Tinjauan Sosial, Ekonomi, dan Hukum Pada Perlindungan Konsumen cet 1*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, hlm. 65.

dalam melaksanakan kegiatan usaha atau bisnis, serta tak melukai upaya undang-undang atau dalam artian menjunjung tinggi prinsip dalam kegiatan usaha yang sesuai dengan aturan maupun norma hukum yang berlaku. Hukum Perlindungan Konsumen juga merupakan rumpun dari hukum perdata, dimana indikasi-indikasi keperdataan masuk kedalamnya sehingga praktik *E-Commerce* benar-benar harus sesuai dengan aturan yang berlaku demi menjaga perlindungan bagi konsumen dan pihak produksi juga memperhatikan aturan-aturan dalam hukum perdata, dimana dapat memahami kaidah-kaidah di dalam KUHPerdata.<sup>7</sup>

Hukum perjanjian turut mengatur mengenai perlindungan hukum kepada konsumen, dimana terletak pada garansi pengembalian atau penukaran barang jika barang yang diterima tak sesuai dengan yang dipesan. Pasal 19 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 menyebutkan jika dalam hal mengganti kerugian yang dilakukan oleh pelaku usaha kepada konsumen, pelaku usaha (penjual) memberikan ganti rugi atas pencemaran, kerusakan, atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang atau jasa yang dihasilkan atau diperjualbelikan.

Hal ini tentu sejalan dengan Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen yang dimana menyebutkan bahwa konsumen memiliki hak-hak dalam melakukan transaksi jual beli. Perlindungan konsumen dalam transaksi nline merupakan suatu hal yang sangat penting antar hubungan pelaku bisnis dalam hal ini penjual dan konsumen sebagai pembeli barang atau jasa. Untuk menjamin adanya kepastian hukum dalam melakukan perlindungan konsumen diatur pada Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dijelaskan tentang hak-hak konsumen adalah sebagai berikut :

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

Dengan adanya hak-hak konsumen yang dipayungi leh undang-undang, tentu menjadi satu hal yang baik agar para konsumen juga merasa dilindungi oleh negara. Sebagaimana yang kita ketahui bahwa tujuan dilindungi hak-hak konsumen ialah mengangkat hak martabat konsumen dalam bertransaksi yakni dengan cara menghindarkan dari hal-hal yang dapat merugikan konsumen dalam pemakaian barang atau jasa. Kemudian yang perlu ditekankan ialah betapa urgensinya perlindungan konsumen baik secara formil maupun materil, apalagi melihat perkembangan Teknologi dan Informasi yang semakin canggih. Selain itu, di dalam

---

<sup>7</sup> *Ibid*

Undang-undang Hukum Perlindungan Konsumen juga menjunjung tinggi asas-asas sebagai acuan dan dasar bagi konsumen dalam bertransaksi.

Menurut Pasal 2 UUPK, terdapat lima (5) asas yaitu asas kemanfaatan, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum. Melihat substansi dari pasal 2 UUPK, peneliti menyimpulkan bahwa perumusan terhadap asas-asas perlindungan konsumen mengacu kepada falsafah negara, dimana membangun Indonesia melalui sumber daya manusia, jadi lahirnya asas UUPK tidak lain ialah merupakan landasan filosofi pembangunan nasional.<sup>8</sup>

Di era modern saat ini, perdagangan *E-commerce* sudah tumbuh semakin pesat. Selain memberikan dampak positif bagi pertumbuhan dan perkembangan ekonomi masyarakat di Indonesia, juga akan menimbulkan permasalahan-permasalahan yang harus segera ditemukan cara penyelesaiannya menggunakan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Bagi masyarakat Indonesia permasalahan hukum terkait perlindungan konsumen terhadap transaksi jual beli online di Indonesia sangatlah penting. Pentingnya permasalahan hukum tersebut terutama dalam memberikan perlindungan terhadap para pelaku bisnis yang melakukan transaksi jual beli online. Pengaruh globalisasi dengan penggunaan sarana teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola hidup masyarakat dan berkembang dalam tatanan kehidupan baru serta mendorong terjadinya perubahan sosial, budaya, pertahanan, keamanan, penegakan hukum dan tentunya dalam bidang ekonomi. Demikian pesatnya perkembangan dan kemajuan teknologi informasi, yang merupakan salah satu penyebab perubahan kegiatan kehidupan manusia dalam berbagai bidang yang secara langsung telah mempengaruhi lahirnya bentuk-bentuk perbuatan hukum baru.

Praktik *E-Commerce* di Indonesia tentu tidak berjalan mulus begitu saja, memiliki berbagai masalah. Kalau Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK) menjadi payung bagi para konsumen, Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) sebagai dasar hukum dalam melakukan Transaksi melalui media elektronik. Permasalahan dalam transaksi elektronik berbagai macam jenis, melihat beberapa kasus juga yang beragam, sehingga perlu dikaji lebih luas tentang regulasi transaksi elektronik yang sudah diatur di dalam Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008. Adapun masalah-masalah yang sering timbul ialah:

1) Mengenai Privasi Data Konsumen

Permasalahan yang muncul dalam transaksi elektronik adalah pelanggaran terhadap privasi dari data tentang seseorang atau dengan kata lain disebut "data pribadi" pelanggaran ini biasanya dalam bentuk penyalahgunaan informasi yang dikumpulkan atas anggota-anggota suatu organisasi/lembaga atau atas pelanggaran-pelanggaran dari suatu perusahaan.

2) *Registrasi Online* / Pendaftaran Online

Masalah kedua yang sering terjadi dalam *E-Commerce* ialah pendaftaran online. Tidak sedikit kita melihat bahwa banyak situs-situs menggunakan pendaftaran online dalam melakukan penjualan barang atau jasa, sehingga hal tersebut mewajibkan para konsumen yang ingin membeli produk tersebut harus masuk ke dalam situs tersebut dan melakukan pendaftaran online terlebih dahulu. Berawal dari sini, permasalahan inti dapat terjadi yaitu mayoritas pengguna internet hanya mengikuti alur pada situs tersebut, tanpa tahu menahu tentang menjaga data pribadinya,

<sup>8</sup> Moeljatno, 2017, *Asas-asas Hukum Pidana*, Rineka Cipta, Jakarta, hlm. 173

sehingga data-data sensitif seperti nama, alamat dan nomor kartu kredit dapat diakses dan dibobol oleh pelaku *cybercrime*. Tentu saja jika hal ini terjadi sangat membahayakan bagi para konsumen yang ingin melakukan transaksi elektronik.

Belum ada regulasi khusus yang memang diciptakan untuk perlindungan hukum bagi para konsumen yang melakukan transaksi elektronik, namun di beberapa peraturan memiliki sinkronisasi substansi yang memang dapat digunakan sebagai dasar hukum melindungi data pribadi konsumen. Seperti di dalam Pasal 26 ayat 1 UU No 19 Tahun 2016 menjelaskan bahwa Dalam pemanfaatan Teknologi Informasi, perlindungan data pribadi merupakan salah satu bagian dari hak pribadi (*privacy rights*).

Dalam upaya menyikapi terkait perkembangan perdagangan online di Indonesia, Pemerintah mengeluarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Pada Pasal 1 ayat 2 UU ITE, disebutkan bahwa "Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer dan/atau media elektronik lainnya".

*E-Commerce* juga diatur di dalam UU No.7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (UU Perdagangan). UU Perdagangan ini merupakan manifestasi dari keinginan untuk memajukan sektor perdagangan yang dituangkan dalam kebijakan perdagangan dengan mengedepankan kepentingan nasional. Hal ini sangat jelas dalam Pasal 2 huruf (a) tersebut yang menyatakan bahwa "kebijakan perdagangan disusun berdasarkan asas kepentingan nasional". Kepentingan nasional tersebut antara lain meliputi: mendorong pertumbuhan ekonomi, mendorong daya saing perdagangan, melindungi produksi dalam negeri, memperluas pasar tenaga kerja, melindungi konsumen, menjamin kelancaran/ketersediaan barang dan jasa, penguatan UMKM dan lain sebagainya.

Jika kita melihat pasal 65 ayat (1) pada Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 juga menegaskan bahwa pelaku usaha wajib memberikan informasi secara benar. Dan di dalam pasal 65 ayat (4) pun menyebutkan bahwa minimal informasi tersebut berupa identitas dan legalitas pelaku usaha, persyaratan teknis barang atau jasa yang dipasarkan, harga dan cara pembayaran barang atau jasa serta cara penyerahan barang atau jasa. Namun yang menjadi dasar utama tentang *E-Commerce* ini ialah Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Pemerintah Indonesia berupaya menjaga harmonisasi antara pelaku usaha dan konsumen secara baik dan benar, berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku. Menurut peneliti, jika kita mengkaji tentang *E-Commerce* tidak terlepas juga dari esensi Transaksi secara konvensional, karena yang membedakan hanyalah adanya media elektronik yang digunakan sebagai jembatan transaksi antara pelaku usaha dan konsumen.

Indonesia melalui produk-produk hukumnya sangat memperhatikan perlindungan konsumen, baik melalui Undang-undang Perlindungan Konsumen yaitu UUPK Nomor 8 Tahun 1999, Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik maupun ketentuan undang-undang lainnya, seperti KUHPerdara yang membicarakan hukum perjanjian/kontrak dan hukum perikatan.

Peneliti menyimpulkan bahwa hadirnya suatu perjanjian dalam transaksi jual beli secara online atau *E-Commerce* menunjukkan bahwa suatu perdagangan yang dilakukan secara online oleh pelaku usaha harus memiliki kejelasan dalam memasarkan suatu barang atau jasa kepada konsumen, sehingga untuk menghindari

permasalahan-permasalahan yang bisa terjadi, negara melalui payung hukumnya sangat teliti dan adil dalam menetapkan serta mengawasi proses perdagangan yang dilakukan melalui media elektronik. Hal ini merupakan upaya dalam melindungi konsumen dan juga menjadi acuan bagi para pelaku usaha di media-media elektronik untuk tidak sewenang-wenangnya dalam melakukan transaksi, sehingga tidak menimbulkan masalah antara pelaku usaha dan konsumen.

Melihat berbagai regulasi yang telah ada di negara Indonesia tentang perlindungan konsumen dalam hal transaksi jual beli secara elektronik, sebagaimana dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014, KUHPerdara, maupun regulasi lain yang mengatur proses transaksi jual beli secara nline. Hal ini menunjukkan bahwa upaya yang dilakukan oleh negara dalam menjaga suatu kredibilitas digital *economic* untuk tetap dipercaya oleh masyarakat, dengan mengedepankan asas serta prinsip dalam suatu perdagangan, baik yang sifatnya konvensional maupun yang berbentuk perdagangan elektronik atau *E-Commerce*.

## **2. Konsep Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi *E-Commerce***

Setiap manusia pada dasarnya memiliki hak untuk memenuhi kebutuhannya, termasuk ialah hak untuk dilindungi secara hukum. Berkaitannya dengan perlindungan, di dalam ilmu ekonomi juga menjelaskan bahwa konsep bertransaksi di dalam dunia perdagangan menjunjung tinggi nilai dan prinsip hukum, yaitu mengayomi maupun melindungi hak-hak pelaku usaha dan konsumen.

Rosmawati dalam bukunya Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen, mendefinisikan perlindungan konsumen sebagai segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Sedangkan Zulham dalam bukunya yang berjudul Hukum Perlindungan Konsumen menjelaskan bahwa untuk memudahkan pemahaman tentang cakupan perlindungan konsumen. Maka cakupan perlindungan konsumen dibedakan menjadi dua aspek, yakni Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati dan Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.<sup>9</sup>

### **1. Perlindungan Hukum Preventif**

Perlindungan hukum secara preventif dapat diartikan sebagai upaya dalam mengantisipasi terjadinya persengketaan antara pelaku usaha dan konsumen. Preventif sendiri dimaknakan secara harfiah sebagai upaya atau tindakan pencegahan. Menurut Philipus M. Hadjon, perlindungan hukum preventif adalah bentuk perlindungan hukum dimana rakyat diberi kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang administrasi.

Usaha-usaha yang dapat dilakukan melalui perlindungan hukum preventif adalah usaha pembinaan dan usaha pengawasan. Kedua usaha tersebut dalam

---

<sup>9</sup> Febriantoro Wicaksono, "Kajian Dan Strategi Pendukung Perkembangan *E-Commerce* bagi Umkm Di Indonesia". Dikutip dalam *Jurnal Manajerial*, Vol. 3 No.5 Juni 2018, Hlm 185. <http://ejournal.upi.edu>

perlindungan konsumen secara preventif ini merupakan bentuk pertanggungjawaban pemerintah dalam mengupayakan terjadinya perselisihan antara konsumen dan pelaku usaha dalam melakukan transaksi, baik secara konvensional maupun melalui media elektronik.

Pada Pasal 29 ayat (1) UUPK yaitu: "Pemerintah bertanggungjawab atas pembinaan penyelenggara perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha". Pasal ini menjelaskan bahwa dalam segala aktifitas yang dijalankan dalam transaksi perdagangan memiliki aturan main atau ketentuan yang dilakukan baik oleh pelaku usaha maupun konsumen. Jadi pemerintah dapat melakukan pembinaan terlebih dahulu kepada masyarakat untuk melindungi hak-hak masyarakat, upaya-upaya yang dapat dilakukan sangat beragam, mulai dari sosialisasi, penyuluhan hingga pengabdian kepada masyarakat.

Pembinaan secara preventif sangat dibutuhkan saat ini, sebagai modal atau dasar para pengguna barang atau jasa melalui sistem online dapat terealisasi dengan aman tanpa adanya sengketa-sengketa yang terjadi. Melihat regulasi di dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK) menunjukkan bahwa pemerintah sedang berupaya menurunkan tingkat perilaku sewenang-wenangnya di dalam transaksi jual beli secara online. Pada Pasal 29 UUPK menjelaskan bahwa perlindungan terhadap hak konsumen dilakukan oleh pemerintah sebagai penghormatan dalam menjaga kedamaian masyarakat dalam melakukan aktifitas ekonomi melalui elektronik. Tentunya hal-hal seperti ini perlu dilakukan karena melihat tingginya angka terjadinya kecurangan di dalam transaksi jual beli online di Indonesia, artinya masih banyak pelaku usaha yang berbuat sewenang-wenangnya terhadap konsumen, dan masih sangat banyak konsumen yang tidak memahami perlindungan hukum ketika melakukan transaksi jual beli secara online.

## 2. Upaya Represif dalam Perlindungan Konsumen

Secara harfiah represif dimaknai sebagai penekanan, dalam melindungi konsumen upaya represif yang dimaksudkan adalah tindakan yang ditujukan untuk mengantisipasi terjadinya sengketa atau upaya dalam menyelesaikan sengketa. Penyelesaian sengketa dalam UUPK diatur dalam Pasal 45 ayat (2) yaitu, "Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa". Melihat bunyi pasal diatas tentu menerangkan bahwa upaya represif menggambarkan kepada masyarakat bahwa negara melalui hukum menjunjung tinggi nilai-nilai keadilan untuk mencapai suatu perdamaian di masyarakat. Upaya represif ini lebih berfokus kepada permasalahan yang sedang atau telah terjadi, sehingga membutuhkan penyelesaian sengketa. Penyelesaian sengketa dalam hal perdagangan melalui media elektronik dapat dilakukan melalui jalur litigasi dan jalur non-litigasi.

Proses litigasi merupakan proses penyelesaian sengketa secara umum, tidak hanya berlaku bagi permasalahan dalam lingkungan bisnis saja, melainkan hampir semua penyelesaian hukum dilakukan melalui jalur pengadilan. UUPK melalui pasal 48 menyatakan bahwa proses penyelesaian sengketa melalui jalur pengadilan dilakukan menurut peradilan umum dengan mengacu pada pasal 45 UUPK yang berbunyi; setiap konsumen dapat menggugat pelaku usaha jika merasa diragukan melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan perkara antara pelaku usaha dan konsumen. Untuk lebih lanjutnya tentang proses penyelesaian melalui jalur litigasi dalam hal *e-commerce* atau transaksi melalui media elektronik terdapat dalam

pasal 38 ayat (1) Undang-undang ITE menyebutkan bahwa setiap rang memiliki hak untuk menggugat siapa saja yang merugikan dirinya dalam hal transaksi melalui media elektronik.

Kemudian untuk non-legitasi merupakan jalur di luar pengadilan yang menjadi saran dalam menyelesaikan persengketaan terkait transaksi jual beli secara konvensional maupun online. Non-litigasi merupakan proses lain yang diberikan oleh undang-undang sebagai bentuk menjunjung tinggi nilai-nilai keadilan hukum untuk mencapai supremasi hukum Indonesia yang baik. Namun proses jalur non-litigasi banyak macamnya, sehingga peneliti harus menjelaskan terlebih dahulu guna memudahkan pembaca dalam memahami perlindungan konsumen melalui jalur non-litigasi.

Penyelesaian sengketa melalui jalur non litigasi dapat ditempuh melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Lembaga BPSK merupakan suatu badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. Selain itu Tugas dan wewenang BPSK dalam menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha ketentuannya terdapat dalam Pasal 52 UUPK. Dengan adanya BPSK maka penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan secara cepat, mudah dan murah. Cepat karena UU menentukan dalam tenggang waktu 21 hari kerja BPSK wajib memberikan putusannya. Mudah karena proses administratif dan proses pengambilan putusan yang sangat sederhana.

Selain itu, menurut peneliti terkait perlindungan konsumen melalui transaksi *e-commerce* cukup mengesankan melihat banyaknya regulasi yang jelas dalam memberikan perlindungan. Seperti di dalam Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) pada pasal 18 ayat (4).

Melihat penjelasan dalam ayat (4) dan (5) pada pasal 18 UU ITE diatas, menggambarkan secara jelas bahwa perlindungan konsumen sangat dilindungi oleh perundang-undangan yang berlaku, sehingga tingkat kesadaran para pelaku transaksi *e-commerce* perlu mempelajari dan memahami secara jelas, baik dengan cara membaca literatur-literatur, atau melakukan konsultasi dengan ahli di bidang hukum maupun teknologi, guna menjaga secara utuh hak-hak mereka dari rang-orang yang tidak bertanggung jawab dalam transaksi di media elektronik.

#### **D. PENUTUP**

Pancasila merupakan ideologi negara yang harus dijunjung tinggi oleh setiap warga negara Indonesia, sehingga prinsip dalam perlindungan konsumen tidak lepas dari negara yang menjaga hak-hak masyarakatnya. Prinsip perlindungan terhadap konsumen pada penelitian ini ada dua, yakni prinsip yang menggunakan konsep preventif serta prinsip dengan konsep represif. Kedua konsep perlindungan konsumen merupakan upaya negara dalam menjaga dan melindungi serta menjunjung tinggi harkat dan martabat masyarakatnya. Perilaku pelaku usaha dan konsumen dijaga oleh Undang-undang Perlindungan Konsumen, proses aktifitas melalui media elektronik juga diawasi oleh UU ITE bahkan dalam menyelesaikan perkara secara litigasi maupun non-litigasi pun dijelaskan secara lengkap di dalam undang-undang tersebut. Artinya Indonesia telah melakukan upaya terbaiknya dalam hal regulasi, hanya saja penegakkannya masih dinilai minim oleh masyarakat. Tentu banyak faktor yang menjadi barometer untuk dikatakan regulasi terkait perlindungan konsumen sudah sebaik yang tertulis.

Konsep perlindungan hukum terhadap konsumen dilakukan melalui dua cara, yaitu preventif dan represif. Preventif dalam arti perlindungan hukum bagi

masyarakat yang bertujuan mencegah terjadinya sengketa. Bentuk pencegahannya ialah dengan adanya upaya pembinaan serta pengawasan yang dilakukan oleh pemerintah, seperti yang telah dijelaskan di dalam Pasal 29 dan 30 UUPK. Sedangkan upaya represif adalah tindakan yang dilakukan ketika terjadinya persengketaan, artinya lebih fokus pada penyelesaian sengketa. Penyelesaian secara litigasi mengacu pada UUPK Pasal 48 dan tentu melalui dasar pada Pasal 45 UUPK. Sedangkan secara non-litigasi melalui UU ITE Pasal 39 ayat (2).

## DAFTAR PUSTAKA

- Barkatullah dan Halim Abdul, 2019, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Lintas Negara Di Indonesia*, Pasca Sarjana FH UII, Yogyakarta, Hlm. 27.
- Febriantoro Wicaksono, "Kajian Dan Strategi Pendukung Perkembangan *E-Commerce* bagi Umkm Di Indonesia". Dikutip dalam *Jurnal Manajerial*, Vol. 3 No.5 Juni 2018, Hlm 185. <http://ejournal.upi.edu>
- Hadjon, Philipus M, 1993, "*Beberapa Catatan tentang Hukum Administrasi*" dalam *Yuridika No. 1 dan 2 Tahun VIII*, Fakultas Hukum Universitas Airlangga, Surabaya
- Hadjon, Philipus M. et.al, 2014, *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*, Gadjahmada University Press, Yogyakarta
- Kurniawan, 2011, *Hukum Perlindungan Konsumen: Problematika Kedudukan dan Kekuatan Putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)*, Universitas Brawijaya Press, Malang, Hlm.42.
- Moeljatno, 2017, *Asas-asas Hukum Pidana*, Rineka Cipta, Jakarta, hlm173
- Nazution AZ, 1990, *Konsumen dan Hukum: Tinjauan Sosial, Ekonomi, dan Hukum Pada Perlindungan Konsumen, cet 1*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, hlm. 65.
- Sarwono Jonathan, 2006, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Graha Ilmu, Yogyakarta