

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG
MENGUNAKAN E-COMMERCE SEBAGAI ALAT TRANSAKSI DI
INDONESIA**

Rahmat Syauqi Alif
Fakultas Hukum,
Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat
rahmatsyauqialif253@gmail.com,

ABSTRACT

The rapid development of telecommunications technology and computer technology has resulted in a multifunctional internet. The internet is a medium that is used for various activities, including browsing (browsing, surfing), searching for data and news, sending messages to each other via email, and trading. Apart from that, the development of business law is currently developing very rapidly. Apart from that, technological developments are increasingly advanced and the law must also keep up with the times. In Indonesia, the term for an act called online buying and selling transactions (e-commerce) is starting to develop. In relation to consumer protection law in Indonesia, it has been regulated in Law no. 8 of 1998 concerning Consumer Protection. E-commerce transactions make it easy for consumers to buy and sell goods and services according to consumer needs. This has brought many benefits, but also raises concerns about violations of consumer rights. UU no. 8 of 1999 aims to guarantee legal certainty in e-commerce transactions.

Keywords: *Legal Protection, E-Commerce, Online Transactions*

ABSTRAK

Perkembangan yang pesat dari teknologi telekomunikasi dan teknologi komputer menghasilkan internet yang multifungsi. Internet adalah media yang dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan, antara lain untuk menjelajah (browsing, surfing), mencari data dan berita, saling mengirim pesan melalui email, dan perdagangan. Selain itu juga perkembangan hukum bisnis saat ini berkembang sangat pesat. Selain itu perkembangan teknologi yang semakin maju dan hukum pun harus mengikuti perkembangan jaman. Di Indonesia mulai berkembang istilah suatu perbuatan yang disebut transaksi jual beli secara online (e-commerce). Dalam hubungannya dengan hukum perlindungan konsumen di Indonesia, telah diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1998 tentang Perlindungan Konsumen. Transaksi e-commerce memberikan kemudahan bagi konsumen dalam kegiatan jual beli barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan konsumen. Hal ini telah membawa banyak keuntungan, namun juga menimbulkan kekhawatiran akan terjadinya pelanggaran hak-hak konsumen. UU No. 8 Tahun 1999 bertujuan untuk menjamin kepastian hukum dalam transaksi e-commerce.

Kata Kunci: *Perlindungan Hukum, E-Commerce, Transaksi Online*

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi saat ini telah mencapai tingkat kecanggihan luar biasa, memungkinkan manusia melakukan berbagai hal hanya dengan satu perangkat. Pergeseran ini secara bertahap turut mengubah perilaku manusia dalam kehidupan sehari-hari secara keseluruhan. Bukti paling nyata dari kemajuan teknologi ini adalah internet, yang dalam sejarahnya telah melahirkan dunia baru yang dikenal sebagai *cyberspace*. *Cyberspace*, menurut Wiwik Meilarati (2017), merupakan dunia komunikasi berbasis komputer (*computer-mediated communication*) yang mewujud dalam bentuk realitas virtual (*virtual reality*). Sebagai media informasi dan komunikasi elektronik, internet telah banyak dimanfaatkan untuk beragam aktivitas. Ahmad M. Ramli (2004) menyebutkan beberapa pemanfaatan internet antara lain untuk menjelajah atau mencari data dan berita (*Browse, surfing*), berkirim pesan melalui email, hingga kegiatan perdagangan.

Saat ini, istilah "online" merujuk pada kondisi perangkat yang terhubung ke jaringan internet. Koneksi internet tidak lagi terbatas pada komputer, melainkan sudah mudah diakses melalui telepon genggam (HP). Kemudahan ini semakin mempercepat dan menyederhanakan komunikasi antar wilayah, menghilangkan batasan waktu yang sebelumnya ada (Patricia, 2024). Pertumbuhan pengguna internet yang sedemikian pesat adalah suatu kenyataan yang membuat internet menjadi media yang efektif bagi perusahaan maupun perseorangan untuk memperkenalkan dan menjual barang atau jasa kepada konsumen. Perdagangan secara elektronik atau yang dikenal dengan e-commerce merupakan model bisnis modern yang tidak perlu menghadirkan pelaku bisnis secara fisik atau face to face dan tidak memakai tanda tangan asli. Transaksi cukup dilakukan dengan menggunakan media elektronik yaitu media internet. Pihak yang memberikan penawaran dalam perdagangan secara elektronik adalah pihak penjual yang dalam hal ini menawarkan barang-barang dagangannya melalui Website yang dirancang agar menarik untuk disinggahi. Semua pihak pengguna internet (netter) dapat dengan bebas masuk untuk melihat-lihat toko Virtual tersebut atau untuk membeli barang yang mereka butuhkan atau minati. Ini ditandai dengan banyaknya seminar - seminar yang diadakan oleh beberapa institusi dibidang teknologi serta beberapa pengamat yang terkait dengan industri e-commerce. Kegiatan e-commerce melalui sistem elektronik saat ini telah menjadi bagian dari perniagaan nasional dan internasional. Kenyataan ini menunjukkan bahwa konvergensi dibidang teknologi informasi, media, dan informatika (telematika) berkembang terus tanpa dapat dibendung, seiring dengan ditemukannya perkembangan baru dibidang teknologi informasi, media, dan komunikasi (Sommaliagustina, 2018).

Transaksi *e-commerce* ini diartikan sebagai transaksi dagang yang terjadi antara penjual dan pembeli untuk menyediakan barang, jasa atau mengambil alih hak. Kontrak ini dilakukan dengan menggunakan media elektronik (*digital medium*) tanpa dihadiri para pihak yang melakukan transaksi. Medium ini terdapat di dalam jaringan umum dengan sistem terbuka, yaitu internet atau world wide web, transaksi ini terjadi terlepas dari batas wilayah dan syarat nasional (Hairi, 2011). Pemanfaatan media *e-commerce* dalam dunia perdagangan sangat membawa dampak pada masyarakat, bukan hanya masyarakat Indonesia saja melainkan

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

Dengan adanya *e-commerce* tidak hanya produsen atau para penjual yang diuntungkan. Di sisi lain sangat menguntungkan terhadap para konsumen, karena konsumen bisa melakukan pencarian barang atau jasa dan mempunyai banyak pilihan untuk bisa mendapatkan barang atau jasa yang mereka inginkan tanpa harus mendatangi toko para penjual dan konsumen bisa mendapatkan informasi secara *up to date* dan terus menerus tetapi di sisi lain ada pelanggaran akan hak-hak konsumen yang terjadi dalam transaksi *e-commerce* ini seperti, ketidaksesuaian jenis dan kualitas barang yang dijanjikan, ketidaktepatan waktu pengiriman barang, ketidakamanan transaksi pembayaran, dan lainnya. Dalam praktek *e-commerce* perlu dipastikan sesuai dengan prinsip syariah, seperti tidak mengandung riba, menciptakan perlindungan konsumen, bertanggung jawab, serta memperhatikan keamanan dan etika berbisnis. Banyak sekali orang-orang yang tidak menyadari tentang hal sekecil apapun dalam bertransaksi mampu mengundang perbuatan riba, begitu pula dalam transaksi *e-commerce*. Hal ini harus diutamakan dan diperhatikan dalam transparansi transaksi dan kejelasan harga karena merupakan hal yang sangat penting. Sebagaimana dijelaskan, riba sendiri merupakan pertambahan atau keuntungan yang diperoleh dari transaksi pinjaman uang dengan cara yang dianggap tidak adil atau merugikan salah satu pihak (Umam, 2017). Hal ini juga diatur secara tegas dalam Al-Qur'an sehingga larangan riba ini tidak bisa disepelekan bahkan dianggap dosa besar bila dilakukan. Seperti yang dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah Ayat 275 Allah Swt berfirman:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ
اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ
وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا
خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya: *“Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.”*

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

Selain itu, hak atas keamanan dan perlindungan dari bahaya dan perlakuan kejam juga diberikan. Mahkamah Konstitusi mempertahankan hak atas privasi sebagai bagian dari perlindungan data pribadi dalam Putusan Nomor 20/PUU-XIV/2016. Namun, perlindungan data dan privasi adalah dua konsep yang berbeda. Hak atas perlindungan data pribadi adalah hak asasi manusia, dan termasuk dalam hak privasi, termasuk privasi informasi dan privasi data, menurut Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 5/PUU-VIII/2011. Hak privasi juga dilindungi oleh perjanjian hukum internasional sebagai hak asasi manusia. Pelanggan harus memberikan informasi pribadi seperti nama lengkap, nomor telepon, dan detail lain yang relevan untuk mendaftar di platform *e-commerce*.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian yuridis normatif, dimana suatu pendekatan yang mengacu pada hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku, menggunakan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan kasus. Sumber data yaitu menggunakan data primer dan sekunder, serta bahan hukum menggunakan bahan hukum sekunder dan tersier.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Berjalan secara Maksimal dapat Melindungi Konsumen dalam Transaksi E- Commerce.

Di Indonesia pengaturan *e-commerce* selain diatur dalam Undang-Undang Hukum Perdata, pengaturan lainnya juga terdapat pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Dalam konteks hukum perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia, yaitu UU No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha telah diatur dengan jelas dan tegas. Untuk hak dan kewajiban konsumen diatur dalam Pasal 4 dan 5 UU Perlindungan Konsumen, sedangkan untuk hak dan kewajiban pelaku usaha diatur dalam Pasal 6 dan 7 UU Perlindungan Konsumen.

Dalam pasal-pasal tersebut diatur bagaimana proporsi atau kedudukan konsumen dan pelaku usaha dalam suatu mekanisme transaksi bisnis atau perdagangan.

Dalam transaksi *e-commerce*, aspek hukum perlindungan konsumen yang berkaitan langsung dengan konsumen adalah yang mengenai aspek perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dan tanggung jawab pelaku usaha. Aspek perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam UU Perlindungan Konsumen diatur dalam Pasal 8 sampai dengan Pasal 17. Aspek ini dapat diberlakukan apabila dapat dibuktikan bahwa barang dan/jasa yang diperdagangkan melalui *e-commerce* melanggar ketentuan ini. Selanjutnya terkait dengan hal ini pula tentang dilarangnya iklan yang menyesatkan konsumen maupun Jurnal Commerce Lawhl, 146146~152 yang mengelabui, seolah-olah barang dan/atau jasa yang ditawarkan mempunyai kondisi yang baik namun pada kenyataannya tidak. Dalam transaksi *e-commerce*, aspek tanggung jawab juga berlaku untuk pelaku usaha, dalam hal ini merchant, apabila konsumen menemui barang dan/atau jasa yang dibelinya tidak sesuai perjanjian. Aspek tanggung jawab pelaku usaha dalam UU Perlindungan Konsumen diatur dalam Pasal 19 sampai dengan Pasal 28. Aspek ini berlaku pada saat pelaku usaha melakukan perbuatan yang menyebabkan kerugian bagi konsumen. Kerugian ini dapat berupa kerusakan, pencemaran barang dan/atau jasa yang diperdagangkan oleh pelaku usaha. Aspek tanggung jawab ini tidak hanya berlaku bagi pelaku usaha dalam memproduksi barang dan/atau jasa, namun juga bagi pelaku usaha periklanan serta importir barang atau penyedia pelaku jasa asing (Yadi *et al.*, 2022).

2. Perlindungan Hukum Yang Diberikan kepada Konsumen Yang Seharusnya Diatur dalam Transaksi *E-Commerce*.

Perlindungan hukum merupakan cara untuk melindungi konsumen yang diberikan oleh hukum atau Undang-undang untuk mencegah adanya pelanggaran atau hal-hal yang dapat merugikan kepentingan konsumen. Dalam penelitian ini, konsumen pengguna transaksi *E-Commerce* mendapatkan perlindungan hukum berdasarkan ketentuan Peraturan PerUndang-undangan yaitu Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK), Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UUITE).

Dengan demikian berikut ini akan diuraikan perlindungan hukum kepada konsumen berdasarkan Peraturan PerUndang-undangan tersebut diatas, yaitu:

1) Perlindungan Hukum Ditinjau dari UUPK

Konsumen dalam berbagai segi merupakan pihak yang lemah kedudukannya bila dibandingkan pelaku usaha, konsumen seringkali tidak memiliki posisi tawar jika berhadapan dengan pelaku usaha. Oleh karena itu, diperlukan suatu aturan yang dapat melindungi kepentingan konsumen agar tidak dirugikan atau diperlakukan sewenang-wenang oleh pelaku usaha. UUPK menjami adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen seperti tercantum dalam Pasal 1 Angka(1) UUPK.

Dalam UUPK, di samping mengatur hak-hak konsumen, diatur pula kewajiban pelaku usaha sebagaimana ditentukan dalam Pasal 7 UUPK antara lain yang berkenaan dengan perlindungan hukum bagi konsumen pengguna transaksi *E-Commerce* yaitu:

- a. Aspek hukum perlindungan konsumen dalam ketentuan Pasal 7 huruf b menyebutkan bahwa pelaku usaha berkewajiban memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
 - b. Pasal 7 huruf d. Pasal 7 huruf d menyatakan bahwa pelaku usaha berkewajiban untuk menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan atau jasa yang berlaku.
- 2) Perlindungan Hukum Ditinjau dari Undang- Undang Informasi dan Transaksi Elektronik

Undang-Undang No 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik mengatur beberapa ketentuan yang merupakan bentuk perlindungan hukum kepada konsumen pengguna transaksi E- Commerce. Bentuk perlindungan hukum tersebut adalah sebagai berikut:

a. Pasal 2 UU ITE

Undang-undang ini berlaku untuk setiap orang yang melakukan perbuatan hukum sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini, baik yang berada di wilayah hukum Indonesia maupun di luar wilayah hukum Indonesia yang memiliki akibat hukum di Indonesia atau di luar hukum Indonesia yang merugikan kepentingan Indonesia.

b. Pasal 9 UU ITE

Dalam pasal ini pelaku usaha yang menawarkan produk melalui system elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen dan produk yang ditawarkan. Yang dimaksud dengan informasi yang lengkap dan benar adalah:

1. Informasi yang memuat identitas serta status subjek hukum dan kompetensinya baik sebagai produsen, pemasok, penyelenggara ataupun perantara.
2. Informasi lain yang menjelaskan hal tertentu yang menjadi syarat sahnya perjanjian serta menjelaskan barang dan atau jasa dalam yang ditawarkan seperti nama, alamat dan deskripsi barang/jasa (Rusmawati, 2013).

D. KESIMPULAN

Di era *e-commerce*, interaksi dinamis antara perlindungan konsumen dan transaksi digital telah membuka berbagai tantangan dan peluang. Penelitian ini memulai perjalanan yang komprehensif untuk mengungkap kompleksitas yang dihadapi oleh konsumen di pasar digital Indonesia yang terus berkembang. Melalui analisis hukum yang ketat, studi kasus, survei, dan wawancara dengan para pemangku kepentingan, penelitian ini menyoroti kontur tantangan konsumen, efektivitas undang-undang perlindungan konsumen saat ini, dan jalan untuk perbaikan. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya perlindungan konsumen sebagai landasan ekosistem *e-commerce* yang berkembang. Terbukti bahwa meskipun undang-undang perlindungan konsumen sudah ada, masih ada kesenjangan yang mencolok dalam hal penegakan, kesadaran, dan penerapan

praktis. Konsumen menghadapi masalah yang berkaitan dengan pelanggaran privasi data, iklan yang menipu, produk palsu, dan kesulitan dalam menyelesaikan sengketa. Tantangan-tantangan ini tidak hanya mengikis kepercayaan konsumen, tetapi juga menghambat realisasi potensi penuh perdagangan digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Wawan Muhwan Hariri, Hukum Perikatan: Dilengkapi Hukum Perikatan Dalam Islam, (Bandung: Pustaka Setia, 2011), hlm. 337.
- Desi Sommaliagustina,” PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN E- COMMERCE DI INDONESIA”, *Journal Equitable*, Vol. 3, No. 2 Tahun 2018,
- Khotibul Umam, “Pelarangan Riba Dan Penerapan Prinsip Syariah Dalam Sistem Hukum Perbankan Di Indonesia,” *Mimbar Hukum* 29, no. 3 (2017),
- Didik Kusuma Yadi, Muhammad Sood, Dwi Martini,” PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE MENURUT TATA HUKUM INDONESIA”, *Jurnal Commerce Law*, Vol. 2, No. 1, Juni 2022
- Dianne Eka Rusmawati,” PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE”, *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 7, No. 2, Mei-Agustus 2013
- Elyana Patricia Elyana Patricia, PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM E-COMMERCE DI INDONESIA, *Jurnal Dimensi Catra Hukum*, Vol. 2 No.1, Juni 2024