

STUDI NORMATIF TERHADAP KONSEP PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE* DI INDONESIA

Muhammad Fadli Asri¹, Uswatul Fajar Nurfatimah², Musdalifah Asiyatum Syafaat³

¹Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong, ²Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong.

³Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong
e-mail: muhfadlifadli2015@gmail.com

Abstrak. Artikel ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami tentang perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli online 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.

Abstract. This article aims to find out and understand the legal protection of consumers in online buying and selling transactions in Indonesia. The research method used is normative research with a legal approach and a conceptual approach. Types of data include primary materials and secondary materials. The results of the study show that the protection of consumers who conduct E-commerce transactions is regulated in Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection and Law Number 19 of 2016 amendments to Law Number 11 of 2008 concerning Information and Electronic Transactions. In addition, Seeing the growing practice of E-Commerce in Indonesia, of course it becomes an convenience for consumers in buying a product or service. However, not a few consumers' rights are also violated, due to a lack of understanding of regulations or legal protection for consumers themselves, so a special study is needed on Legal Protection Against Consumers in E-Commerce Practices in Indonesia.

Keywords: Law, Consumer Protection, E-commerce Transactions.

PENDAHULUAN

Di zaman teknologi saat ini khususnya di Indonesia, perkembangan terjadi pada seluruh aspek kehidupan termasuk di dalamnya kegiatan perdagangan. Sebelumnya, kegiatan perdagangan dilakukan secara konvensional yaitu dengan bertemu antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli atau tawar menawar suatu barang atau jasa. Istilah konsumen berasal dari alih bahasa dari kata *consumer* (Inggris Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda). Pengertian dari *consumer* atau *consument* itu tergantung dalam posisi mana ia berada. Secara harfiah, arti kata *consumer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang. Tujuan penggunaan barang atau jasa nanti menentukan termasuk konsumen kelompok mana pengguna tersebut. Begitu pula Kamus Bahasa Inggris-Indonesia memberi arti kata *consumer* sebagai pemakai atau konsumen. Jika dilihat pada KUHPPerdata, tidak ditemukan definisi dari konsumen, yang ada hanya istilah penyewa (Pasal 1550 jo Pasal 1548 KUHPPerdata), penerima hibah (Pasal 1744 KUHPPerdata) dan pembeli (Pasal 1460, Pasal 1513 jo Pasal 1457 KUHPPerdata), sedangkan di dalam KUHD pun hanya ditemukan istilah tertanggung (Pasal 246).

Seiring perkembangan zaman dan teknologi semakin pesat, proses jual beli yang biasa dilakukan secara langsung atau tatap muka mengalami perubahan. Salah satu perubahan yang signifikan dengan mengikuti perkembangan teknologi ialah munculnya produk teknologi baru yakni media elektronik (*E-commerce*). Teknologi informasi atau Information Technology (IT) telah mengubah masyarakat, telah menciptakan jenis-jenis dan peluang-peluang bisnis yang baru serta menciptakan jenis pekerjaan dan karier baru dalam pekerjaan manusia. Pertumbuhan internet yang semakin pesat menjadi salah satu media utama yang efektif dan efisien bagi para penjual untuk memperkenalkan dan menjual barang atau jasa kepada calon konsumen dari seluruh dunia. Dapat dikatakan, bahwa kemajuan teknologi informasi memberikan inovasi baru terkait transaksi online dalam dunia perdagangan dan bisnis. Dengan melihat perkembangan *E-Commerce*, para ilmuwan atau pakar hukum dan bisnis juga mengembangkan definisi dari pada Transaksi Melalui Media Elektronik. Misalnya Perry & Scheneider (2009) *E-Commerce* adalah Kegiatan bisnis dilakukan dengan menggunakan transmisi data elektronik via internet dan *World Wide Web*. Sedangkan menurut Van hoose 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. Melihat kedua definisi diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa dengan perkembangan zaman yang modern dan berkembang saat ini, *E-Commerce* ini pada substansinya membahas tentang adanya transaksi, baik yang melibatkan barang atau jasa maupun maupun pertukaran informasi yang dilakukan melalui internet atau media elektronik.

Perkembangan teknologi pada era revolusi industri 4.0 lebih menekan secara positif untuk melakukan transaksi yang lebih cepat, mudah dan praktis yang disediakan oleh penyedia barang atau jasa kepada konsumennya. Penggunaan dan Pengaplikasian *E-Commerce* di Indonesia sangat pesat dari tahun ke tahun. Terhitung sejak 2018 lalu Data dari *wearesocial* menunjukkan bahwa per Januari 2018 pengguna internet di Indonesia mencapai 132,7 juta dengan tingkat penetrasi terhadap populasi sebesar 50% (populasi 262 juta) seperti dapat dilihat pada gambar 1. Data pengguna social media aktif sejumlah 130 juta sedangkan pengguna *mobilephone* yang terdaftar sejumlah 177,9 juta atau 67% terhadap jumlah populasi. Dari survei ini juga ditemukan pengguna aktif social media yang mengakses menggunakan perangkat mobile yaitu sejumlah 120 juta jiwa. Tingginya tingkat penggunaan internet dipicu oleh perkembangan infrastruktur dan mudahnya mendapatkan smartphone atau perangkat genggam.

Pada masa ini internet telah memberikan suatu terobosan baru di sektor ekonomi melalui *digital economic*. *E-commerce* merupakan salah satu produk di bidang ekonomi yang memiliki peran besar dalam meningkatkan devisa negara. Menurut *World Trade Organization (WTO)*, ruang lingkup *e-Commerce* meliputi bidang pemasaran, produksi, distribusi dan penjualan barang atau jasa. Hadirnya *E-Commerce* merupakan bentuk perubahan perdagangan modern atau canggih, dimana proses transaksi jual beli tidak harus dilaksanakan secara langsung, melainkan melalui koneksitas internet. Pengembangannya cukup pesat sehingga eksistensi transaksi secara konvensional mulai berkurang. Walaupun pengembangan di dunia industri terkhusus melalui internet sangat pesat, tidak berarti bahwa hadirnya *E-Commerce* di Indonesia cukup mudah, karena terdapat berbagai kendala-kendala, seperti dalam tahapan implementasinya. Indonesia yang secara geografis sangat besar dan luas menjadi kendala utama untuk dikatakan sebagai negara yang maju atau sukses dalam mengaplikasikan *E-Commerce*. Masih sangat banyak daerah-daerah yang tidak merasakan kecanggihan IPTEK, dan masih sangat minim masyarakat yang mengetahui regulasi *E-Commerce* sehingga tidak sedikit terjadi penipuan dalam perdagangan online, pemalsuan produk hingga pemasaran yang berlebihan atau melenceng dari nilai pemasaran, sehingga mengakibatkan keributan antara Produsen dan Konsumen. Hal ini bisa terjadi ketika regulasi, etika dan cara berniaga di dunia maya hanya sesuai keinginan pelaku usaha saja, tanpa memerhatikan aturan main (hukum) dalam melakukan Transaksi Jual Beli Online.

Kunci pokok perlindungan hukum bagi konsumen adalah bahwa konsumen dan pelaku usaha saling membutuhkan. Produksi tidak ada artinya kalau tidak ada yang mengkonsumsinya dan atau mempergunakannya dan produk yang dikonsumsi secara aman dan memuaskan, pada gilirannya akan merupakan promosi gratis bagi pelaku usaha. 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 pemaparan diatas, sangat terlihat bahwa masih banyak masyarakat yang tidak mengenal dan memahami secara baik aturan, norma maupun teknik dalam menggunakan *E-Commerce*, sehingga pada penelitian ini memfokuskan kajian hukum terhadap ***Studi Normatif Terhadap Konsep Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia.***

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian Normatif. Pada jenis penelitian ini dibutuhkan wawasan yang luas atau induktif serta memahami berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku di Indonesia, dengan melakukan berbagai jenis atau cara dalam menyelesaikan pokok masalah dalam penelitian ini, salah satu teknik yang paling cocok ialah berfokus pada pendekatan undang-undang.

Menurut Suharsimi Arikunto (2000: 134), instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang di pilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya. Setelah mengetahui definisi dari pengumpulan data, peneliti melanjutkan pada tahap proses pengumpulan data, yakni mengumpulkan informasi-informasi atau kajian yang relevan dengan topik penelitian melalui studi literatur, lalu dikonsultasikan dengan ahli dalam bidang ilmu yang dibutuhkan.

Pengumpulan data yang digunakan peneliti tentu beragam, karena disesuaikan dengan kebutuhan kajian. Selain dari studi kepustakaan, peneliti juga melakukan observasi kasus *E-Commerce* yang terjadi melalui media sosial *Facebook*. Selanjutnya dilakukan *Interview* atau wawancara. Tujuannya ialah mendapatkan informasi guna membantu penyelesaian peneliti dengan kebutuhan penelitian. Selain itu peneliti menggunakan sumber data secara Primer dan Sekunder. Sumber data primer meliputi data-data yang ditemukan oleh peneliti sendiri, bukan orang lain, misalkan hasil dari pengealaman peneliti, atau berdasarkan pengetahuan peneliti. Data sekunder meliputi data yang didapatkan bukan lahir dari pengetahuan atau pengalaman peneliti, seperti didaptnkan dari studi kepustakaan, baik dalam berbentuk buku, artikel, jurnal maupun laporan-laporan penelitian orang lain atau suatu lembaga.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Indonesia

1. Hukum Perlindungan Konsumen dan Pengaturannya di Indonesia

Produsen dan Konsumen merupakan dua pihak yang saling berkaitan erat dalam dunia ekonomi, baik yang bersumber dari praktik transaksi konvensional maupun online. Dalam dunia ekonomi, tentu pelaku usaha dan bisnis memiliki Standar Operasional Prosedur (SOP), baik yang diciptakan untuk kemaslahatan usaha dan bisnis, maupun untuk perseorangan maupun bagi perusahaan. Hadirnya Standar Operasional Prosedur (SOP) juga menjadi pedoman dalam melakukan suatu usaha atau bisnis, sebagai acuan dalam berniaga. Namun pertanyaan kemudian ialah apakah dengan adanya Standar Operasional Prosedur (SOP) merupakan sesuatu yang tepat sebagai kiblat dalam wirausaha? tentu tidak. Karena bisa saja Standar Operasional Prosedur (SOP) hanya berstatus sebagai kebijakan atau ketentuan umum bagi pelaku usaha maupun bisnis, hanya mengatur ketentuan umum bagi suatu perusahaan.

Untuk itu, negara Indonesia melalui tangan hukum nya menjadi jembatan dalam menentukan regulasi umum tentang dunia ekonomi, baik yang sifatnya konvensional maupun yang mengikuti perkembangan zaman atau yang disebut online. Misalnya dalam perlindungan konsumen, pemerintah melalui Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) sejak 20 April 1999 telah disahkan dan berlaku hingga saat ini. Undang-undang Perlindungan Konsumen hadir sebagai bentuk dan upaya pemerintah dalam hal ini negara dalam melindungi secara hukum bagi para konsumen.

Hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk konsumen antara penyedia dan penggunaannya dalam bermasyarakat. Jika ditinjau secara mendalam bahwa dalam perlindungan konsumen terdapat batasan antara hubungan konsumen dan pelaku usaha. Berbeda dengan definisi diatas, AZ Nazution berpendapat bahwa hukum perlindungan konsumen merupakan azas atau kaidah yang bersifat mengatur dan juga melindungi konsumen, artinya keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan/atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup.

Melihat definisi dari kedua pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa hukum perlindungan konsumen merupakan upaya dalam melindungi hak konsumen serta mengharuskan kepada pelaku usaha agar menjaga hubungan yang baik dalam melakukan kegiatan usaha atau bisnis, dan tidak mencederai 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 kaidah-kaidah keperdataan ikut termuat 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 KUHPperdata. Hukum perjanjian juga mengatur tentang perlindungan hukum terhadap *customer*, dimana terletak pada garansi pengembalian atau penukaran barang jika barang yang diterima tidak sesuai dengan yang dipesan. Pasal 19 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 menyebutkan bahwa dalam hal ganti 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 online 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 oleh 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 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.

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:

1.1. Mengenai Privasi Data Konsumen

Mengenai privasi konsumen, mayoritas masyarakat Indonesia tidak memedulikan hal ini, bahkan hampir setiap akun media sosial tidak di privasikan. Berbeda dengan negara luar yang tingkat pelanggaran atau terjadinya kasus-kasus *cybercrime* / Kejahatan Siber melalui internet yang menganjurkan masyarakatnya menggunakan privasi pada akun media sosialnya. Perlu digaris bawahi juga bahwa penjelasan mengenai privasi dan kerahasiaan itu dua hal yang berbeda. Privasi yang dimaksudkan disini ialah suatu konsep yang lebih luas jangkauannya, seperti hak untuk dibiarkan sendiri, hak tetap mandiri, hak untuk dapat mengontrol peredaran informasi dari siapa saja dan lain-lain.

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.

1.2. 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, 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.

Sependek pengetahuan peneliti, 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*). Hak pribadi mengandung pengertian sebagai berikut:

- a. *Hak pribadi merupakan hak untuk menikmati kehidupan pribadi dan bebas dari segala macam gangguan.*
- b. *Hak pribadi merupakan hak untuk dapat berkomunikasi dengan Orang lain tanpa tindakan memata-matai.*
- c. *Hak pribadi merupakan hak untuk mengawasi akses informasi tentang kehidupan pribadi dan data seseorang.*

Jika terjadi penggunaan data pribadi seseorang tanpa izin dari orang yang bersangkutan, maka orang yang dilanggar haknya itu dapat mengajukan gugatan atas kerugian yang ditimbulkan. Sedangkan, hal yang berkaitan dengan penjabaran tentang data elektronik pribadi, UU ITE mengamanatkannya lagi dalam ***Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (“PP PSTE”)***.

Definisi data pribadi terdapat dalam Pasal 1 angka 29 *Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik*: Data Pribadi adalah setiap data tentang seseorang baik yang teridentifikasi dan/atau dapat diidentifikasi secara tersendiri atau dikombinasi dengan informasi lainnya baik secara langsung maupun tidak langsung melalui Sistem Elektronik dan/atau nonelektronik.

2. Upaya Hukum Terhadap Konsumen Yang Mengalami Kerugian Dalam Melakukan Transaksi Jual Beli Online (*E-Commerce*) ?

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.

Ada beberapa poin pentingnya undang-undang ITE dalam melakukan transaksi melalui media elektronik, yaitu:

1. UU ITE berlaku bagi setiap orang yang melakukan perbuatan hukum, baik yang berada diwilayah Indonesia maupun diluar wilayah Indonesia. Sehingga jangkauan UU ITE ini tidak hanya bersifat lokal saja tetapi juga internasional.
2. Adanya klasifikasi yang diberikan sehingga menjamin perlindungan terhadap konsumen secara hukum, seperti ketika ada tindakan-tindakan yang melanggar aturan yang berlaku, maka pelaku usaha dapat dituntut secara hukum
3. Kepastian hukum dalam proses transaksi elektronik juga dapat terjamin, sehingga meminimalisir kekhawatiran para konsumen dalam melakukan *e-commerce*.

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. Misalnya; dalam konsep hukum perjanjian. Perjanjian jual beli media elektronik tidak lepas dari konsep perjanjian secara mendasar yang terdapat dalam Pasal 1313 KUHPerdara yaitu: "*Perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih*". Di pasal 1320 KUHPerdara menegaskan bahwa suatu perjanjian dinyatakan sah ketika terpenuhi empat syarat, yaitu pertama adanya kesepakatan antara pihak yang melakukan perjanjian, kecakapan dalam melakukan perjanjian, adanya suatu objek perjanjian, dan alasan atau sebab yang halal untuk melakukan perjanjian. Ketika syarat pertama dan kedua tidak terpenuhi maka perjanjian dapat dibatalkan, dan apabila syarat ketiga dan keempat tidak terpenuhi maka perjanjian yang disigahkan batal demi hukum.

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, KUHPerdata, maupun regulasi lain yang mengatur proses transaksi jual beli secara online. 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*.

B. 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 (2018), 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 (2016) 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.

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 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.

a) Upaya pembinaan secara preventif di dalam perlindungan konsumen

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.

Melihat situasi sekarang, meningkatnya angka pandemi covid-19 tentu membatasi setiap orang untuk menjalankan usaha mereka, sehingga dibutuhkan ide-ide yang kreatif untuk mencukupi kebutuhan hidup. Tidak dapat dipungkiri bahwa setiap aktifitas ekonomi yang sifatnya konvensional saat ini sangat sulit diharapkan hasilnya, apalagi dengan adanya penerapan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) tentunya menjadi kesulitan sendiri bagi masyarakat dalam melakukan pekerjaan mereka. Namun disisi lain, perkembangan digitalisasi ekonomi saat ini sangat pesat sehingga tidak sedikit dari masyarakat beralih profesi seperti tingkat perdagangan elektronik atau *E-Commerce* di Indonesia memperlihatkan peningkatan yang pesat, baik dilakukan melalui media sosial maupun media elektronik lainnya.

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.

Selain pasal diatas, tentunya pemerintah juga bekerja sama dengan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat (LPKSM) untuk melakukan pemberdayaan dalam hal pembinaan kepada konsumen. Terkait hal tersebut, Peraturan Pemerintah nomor 58 tahun 2001 tentang pembinaan dan pengawasan penyelenggara perlindungan konsumen disebutkan bahwa pembinaan perlindungan konsumen yang diselenggarakan oleh pemerintah adalah sebagai upaya untuk menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilakukannya kewajiban masing-masing dengan asas keadilan dan asas keseimbangan kepentingan. Selain itu di dalam pasal 29 PP No. 58 Tahun 2001 menjelaskan bahwa ada dua hal yang dijadikan tugas penting dalam pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjadi tanggungjawab pemerintah yang dilaksanakan oleh menteri. Dua hal tersebut adalah pertama menciptakan usaha yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen melalui penyusunan kebijakan perlindungan konsumen, peningkatan peranan Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) melalui peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM) dan Lembaga, Peningkatan Kesadaran pelaku usaha dan Konsumen dalam bertransaksi, peningkatan pemberdayaan konsumen dalam hal pendidikan, penelitian dan keterampilan dan peningkatan berkualitas barang atau jasa yang dipasarkan. Kedua yaitu menekankan kepada LPKSM melalui Pasal 5 dalam Peraturan Pemerintah ini adalah teknis pelaksanaan perlindungan yang berkordinasi dengan menteri, terkait pasyarakatan peraturan perundang—undangan dan informasi seputar perlindungan konsumen dan peningkatan SDM melalui pendidikan, keterampilan dan pelatihan serta yang tersebutkan di dalam Pasal 6 ialah meningkatkan kualitas pegawai negeri sipil di bidang perlindungan konsumen, peningkatan kualitas tenaga peneliti dan penguji barang dan/atau jasa dan peningkatan penelitian dan pengembangan teknologi penelitian terhadap sistem mutu barang dan/ atau jasa beserta penerapannya.

Peneliti menyarankan bahwa upaya preventif yang dijelaskan diatas agar dihidupkan kembali dalam skala rutin, artinya pemerintah melalui lembaga-lembaga swadaya yang sudah diamanahkan dapat melakukan sosialisasi turin atau penyuluhan berbentuk wrokshop, agar masyarakat yang awam dalam menggunakan media elektronik terkhusus yang berkecimpun di bidang *e-commerce* betul-betul memahami hak-hak

mereka, karena banyak pelaku usaha masih semenah-menah dalam berdagang dan masih sangat banyak konsumen tidak mengetahui hak-hak mereka yang dilindungi oleh undang-undang. Tentunya sosialisasi tersebut di masa pandemi ini tidak dapat dilakukan secara langsung melainkan bisa dilakukan secara virtual tetapi dengan skala rutin tentunya akan terasa manfaatnya bagi masyarakat terkhusus masyarakat awam yang baru memahami penggunaan media-media sosial atau elektronik lainnya. Jadi adanya tindakan preventif dalam perlindungan konsumen menjadi suatu langkah baik dalam mencegah terjadinya perbuatan curang dalam transaksi perdagangan melalui media elektronik.

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.

2.1. Jalur Litigasi (Proses melalui Pengadilan)

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 dirugikan melaalui lembaga yang ebrtugas 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 orang memiliki hak untuk menggugat siapa saja yang merugikan dirrinya dalam hal transaksi melalui media elektronik. Melalui pasal 38 ayat (1) ini memberikan gambaran jelas kepada siapa saja yang melakukan perdagangan elektronik untuk berhati-hati dalam melakukan transaksi media elektronik, dan sebagai penekanan juga kepada para pelaku usaha untuk tidak mengambil hak

konsumen dalam proses *e-commerce* yang dijalankan. Sebagai antisipasi dari adanya permasalahan, sebagai pelaku usaha maupun konsumen peneliti menyarankan untuk lebih sering membuka literatur-literatur yang berhubungan dengan pengaturan dalam *e-commerce*.

2.2. Jalur Non-litigasi

Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa non-litigasi 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.

- a. Proses adaptasi. Maksudnya ialah tindakan yang dilakukan oleh kedua belah pihak untuk bertemu dalam rangka membuat kesepakatan demi tercapainya suatu mufakat. Tindakan ini dilakukan karena keadaan sebelumnya, yaitu adanya “perbuatan melawan hukum” yang dilakukan oleh salah satu pihak sehingga terjadilah suatu permasalahan di dalam transaksi yang dilakukan. Proses adaptasi ini bisa dibilang sebagai upaya dalam menghapus keadaan sebelumnya yakni “adanya perbuatan melawan hukum”, dengan begitu kejadian sebelumnya dapat disepakati untuk ditiadakan dan dianggap sebagai hasil mufakat dalam melakukan penyelesaian sengketa di luar pengadilan.
- b. Proses negosiasi. Maksudnya ialah adanya tindakan yang dilakukan oleh kedua belah pihak secara langsung, guna menyelesaikan perkara yang terjadi. Proses ini juga bisa diwakilkan oleh masing-masing perwakilan kedua belah pihak atau yang disebut secara tidak langsung.
- c. Proses mediasi. Seperti namanya “mediasi”, proses ini dipimpin oleh seorang mediator yang cakap di bidang hukum, guna dapat menghasilkan solusi yang tidak mendiskriminasi salah satu pihak, demi terwujudnya keadilan untuk kedua pihak.
- d. Proses konsiliasi. Konsiliasi merupakan tindakan pihak-pihak tertentu yang berwenang, dan menunjuk seseorang yang dapat memimpin proses konsiliasi. Proses ini bisa dinamakan mirip dengan proses litigasi / di dalam pengadilan, bedanya adalah yang memimpin dalam konsiliasi adalah bukan hakim namun bertindak seperti hakim layaknya di dalam pengadilan.

- e. Proses arbitrase. Arbitrase atau jalur alternatif dalam mengambil tindakan, maksudnya adalah pihak atau lembaga berwenang dapat menunjuk pihak/arbitor dalam proses penyelesaian sengketa. Nilai hukum di dalam arbitrase adalah memiliki kekuatan hukum sehingga tidak dapat dilakukan banding atau kasasi jika telah ada putusan hukum dalam proses arbitrase.

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. Lembaga BPSK, merupakan badan publik yang menjalankan kekuasaan kehakiman yang bersifat eksklusif dibidang perlindungan konsumen. Meskipun BPSK merupakan pengadilan semu, tetapi keberadaannya bukanlah sekedar tampil sebagai pengakuan hak konsumen untuk mendapatkan perlindungan secara patut, melainkan juga untuk melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku (*onesided standard form contract*) oleh pelaku usaha. 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. Murah terletak pada biaya perkara yang terjangkau.

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) disebutkan bahwa "*Para pihak memiliki kewenangan untuk menetapkan forum pengadilan, arbitrase atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif yang berwenang menangani sengketa yang mungkin timbul dari transaksi elektronik. Lanjut pada pasal (5) menjelaskan pula bahwa Apabila para pihak tidak melakukan pilihan forum sebagaimana dimaksud pada ayat (4) penetapan kewenangan pengadilan, arbitrase atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya yang berwenang menangani sengketa yang mungkin timbul dari transaksi tersebut.*

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 orang-orang yang tidak bertanggung jawab dalam transaksi di media elektronik.

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. Pada era modern atau pesanta perkembangan digitalisasi, terutama di bidang *digital economic* saat ini, kedua prinsip diatas perlu disosialisasikan secara rutin kepada masyarakat, baik secara langsung (sosialisasi/pengabdian tatap muka) maupun secara virtual dengan melihat penerapan PPKM saat ini. 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).

Selain itu peneliti juga mengharapkan kesadaran yang maksimal dari setiap orang untuk menjaga hak-hak mereka, caranya dengan mempelajari regulasi yang ada. Teknis dalam belajar tentang perlindungan konsumen ini sangat banyak, bisa dilakukan dengan konsultasi hukum kepada ahli hukum jika ingin memahami secara jelas UUPK. Bisa juga belajar Ilmu teknologi dan Komunikasi kepada ahli IT sebagai upaya dalam menjaga akun atau menghindari permasalahan *tricking maupun hacking* dari orang tidak bertanggungjawab yang menggunakan media elektronik secara ganas. Ketika khalayak masyarakat mengerti tentang hukum, tentunya antisipasi-antisipasi dalam transaksi

curang dapat diatasi, apalagi dengan dukungan pengetahuan dan pemahaman setelah melakukan konsultasi dengan ahli teknologi. Kesadaran dalam hal memahami aturan merupakan unsur utama dalam meningkatkan kualitas diri di era modern. Prof. Madya Dr. Salawati Binti Mat Basir (Dosen Internasioanl Development Law di Universitas Kebangsaan Malaysia) dalam salah satu pengajiannya beliau menyampaikan bahwa kesuksesan diri lahir dari kesadaran diri, proses pengembangan diri dimulai dengan kesadaran diri kita untuk sukses, sehingga dalam berproses pengembangan, seseorang akan selalu sadar dalam berproses, dapat membedakan benar dan salah, baik dan buruk.

Peneliti juga menyarankan kepada pemerintah untuk dilakukan sosialisasi yang rutin terhadap masyarakat tentang perlindungan hukum terhadap konsumen, walaupun dengan keadaan pandemi sekarang, sosialisasi tersebut tetap dilaksanakan secara virtual. Bentuk lain yang dapat dijalankan adalah penyuluhan hukum bisa dilakukan melalui pengabdian kepada masyarakat, tentu lembaga-lembaga seperti LPKSM di setiap daerah dapat difungsikan untuk mewujudkan tujuan dari adanya hukum perlindungan konsumen, yaitu menjaga hak-hak masyarakat, mengatur secara baik proses transaksi secara media elektronik, sehingga elektabilitas dari *E-Commerce* tetap dinilai sebagai usaha yang baik dan menguntungkan bagi setiap pihak, yakni pelaku usaha, konsumen maupun negara yang dalam hal ini dapat meningkatkan devisa atau keuangan negara.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Barkatullah & Halim Abdul. (2009). *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Lintas Negara Di Indonesia*, Yogyakarta: Pasca Sarjana FH UII, Hlm. 27.

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

Nazution AZ. (1990). *Konsumen dan Hukum: Tinjauan Sosial, Ekonomi, dan Hukum Pada Perlindungan Konsumen*, cet 1, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan. hal. 65.

Nugroho Susanti Adi. (2011). *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya* . Kencana Prenada Media Group. hal.18.

Sjahdeini Sutan Remy. (2001). 'Hukum Cyber Sistem Pengamanan E-commerce' (*Peran Penegak Hukum Dalam Kaitannya Dengan Transaksi Perbankan*).

Sunarso Siswanto.(2009). *Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik*. Jakarta: Rineka Cipta. hal. 5.

B. Jurnal

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

Ranto Roberto. Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik. Dalam **Jurnal Ilmu Hukum Alethea**, Volume 9 Nomor 2. Hal.156.

Rohendi Acep, Perlindungan Hukum dalam Transaksi E-Commerce, dalam **Jurnal Ecodemica**, Vol.III No.2 September 2015, hal. 476.

C. Artikel Website

Oktavira Bernadetha Aurelia. [Hukum Online.com](http://HukumOnline.com)

Pratama Cahya Dicky. (2018). "Konsep Perlindungan Konsumen". Kompas.com.

<https://www.dosenpendidikan.co.id/>

<https://ejournal.uksw.edu>

<http://repositori.usu.ac.id/>

D. Perundang-undangan

Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHPerdata)

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Undang-undang Nomor 19 TAHUN 2016 Tentang Perubahan Atas UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 Tentang tentang pembinaan dan pengawasan penyelenggara perlindungan konsumen

Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik