

## PELINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI DAGANG ANTARA PEMILIK USAHA DAN KARYAWAN UMKM BRONSU/BRONSUGAR

Absonia Mebi Yunika Putri

Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

[absoniamebi1@gmail.com](mailto:absoniamebi1@gmail.com)

### Abstrak

Transaksi dagang melalui sistem elektronik di Indonesia terus berkembang. Sebagai transaksi yang memiliki karakteristik khusus yang melibatkan para pihak lintas yuridiksi tanpa harus bertemu fisik, sangat diperlukan perlindungan hukum bagi konsumen. Melalui metode penelitian yuridis normatif, tulisan ini mengkaji perlindungan konsumen dalam transaksi dagang melalui sistem elektronik dan penyelesaian sengketanya. Hasil penelitian menunjukkan perlindungan terhadap konsumen pada transaksi dagang melalui sistem elektronik belum dapat dilakukan secara optimal karena pengaturannya masih tersebar dalam beberapa Undang-Undang (UU) yang memerlukan peraturan pelaksanaan. Di samping itu UU No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen belum mampu menjangkau perlindungan konsumen dalam transaksi dagang secara elektronik secara keseluruhan, khususnya dalam hal para pihak memiliki perbedaan yuridiksi. Sedangkan dalam hal sengketa konsumen, para pihak dapat menempuh jalur pengadilan maupun di luar pengadilan sesuai kesepakatan para pihak, namun alternatif penyelesaian sengketa secara online dapat dilaksanakan secara penuh. Penelitian ini menyarankan kepada pemerintah untuk segera membentuk Peraturan Pemerintah tentang transaksi dagang melalui sistem elektronik dan mengatur mengenai penyelesaian sengketa secara online.

Kata kunci: perlindungan hukum; konsumen; transaksi dagang

### Abstract

*Trade transactions through electronic systems in Indonesia continue to grow. As a transaction that have special characteristics that involve parties across jurisdictions without having to meet physically, legal protection is needed for consumers. Through the method normative juridical research, this paper examines consumer protection in transactions trade through electronic systems and dispute resolution. The results of the study show protection for consumers in trade transactions through electronic systems has not yet can be done optimally because the settings are still scattered in several Laws (UU) that require implementing regulations. In addition, Law no. 8 of 1999 concerning Consumer Protection has not been able to reach protection consumers in electronic trading transactions as a whole, especially in the parties have different jurisdictions. Meanwhile, in the case of consumer disputes, the parties can take the court or out of court according to the agreement parties, but alternative online dispute resolution can be implemented online full. This research suggests to the government to immediately form a regulation Government regarding trade transactions through electronic systems and regulates online dispute resolution.*

*Keywords: legal protection; consumer; trade transactions*

### Pendahuluan

Saat globalisasi ekonomi terjadi, batas-batas wilayah suatu negara akan semakin kabur sehingga menimbulkan ketertarikan antar ekonomi nasional dengan ekonomi internasional. Globalisasi ekonomi memiliki pengaruh yang positif dan negatif. Pengaruh positif globalisasi dalam bidang ekonomi akan memberikan peluang produk negeri ke pasar internasional secara kompetitif, sedangkan pengaruh negatif globalisasi ekonomi adalah membuka peluang masuknya produk luar negeri ke dalam pasar nasional. Globalisasi sebagai akibat pesatnya kemajuan di bidang transportasi dan komunikasi ternyata menimbulkan semakin besarnya ketergantungan antar bangsa, kemudian juga timbulnya tingkat kompetensi yang semakin tajam. Persaingan yang semakin keras membawa tuntutan pada kualitas produk dan tingkat efisiensi yang semakin tinggi. Dalam pandangan dunia bisnis, globalisasi tidak hanya sekedar berdagang di beberapa negara di dunia, tetapi berdagang di seluruh dunia dengan cara baru, yang menjaga keseimbangan antara kualitas produksi dengan kebutuhan khas yang bersifat lokal dari konsumen, cara baru ini dipengaruhi oleh saling ketergantungan antar bangsa yang saling meningkat, berlakunya standar standar dan kualitas baku internasional, melemahnya ikatan-

ikatan etnosentrik yang sempit, peningkatan peran swasta dalam bentuk korporasi internasional, melemahnya ikatan-ikatan nasional dibidang ekonomi dan peranan informasi sebagai kekuatan baru.1Sebagai contoh di Indonesia, produk elektronik asal China saat ini mulai mendapatkan kepercayaan masyarakat. Hal ini karena produk-produk asal China sudah mulai menunjukkan kualitasnya dan mampu bersaing dengan beberapa merk dagang yang lain. Seiring dengan meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap produk asal China, Midea Electronics sebagai salah satu produk keluaran China, yakin hingga akhir 2013 ini mampu terus meningkatkan jumlah penjualannya. Untuk produk Midea sendiri, pihaknya memprediksi penjualan elektronik hingga akhir tahun ini bisa tumbuh sebesar 18 persen, bahkan pada 2014 pihaknya tetap optimis mampu tumbuh hingga 22 persen. Bukan hanya China, Indonesia yang masih belum tergolong negara maju, tidak kalah tertinggal. Banyak produk ternama didunia mempercayakan Indonesia untuk memproduksi sebagian bahkan seluruh produk mereka. Hal ini tentu saja membanggakan, terutama di saat banyak orang Indonesia menginginkan serta mempercayai produk luar negeri yang di anggap lebih baik, ternyata orang luar negeri mempercayai produk Indonesia sebagai buatan yang terbaik dan mereka memilih negara kita untuk memproduksi barang dan benda yang namanya sudah mendunia. Dan berikut 7 (tujuh) produk Indonesia yang mendunia, adalah sebagai berikut:3

1. Seragam NATO;
2. Boneka barbie;
3. Airbridget bandara;
4. Knalpot mercedes benz;
5. Radio magno;
6. Alat pembasmi kanker otak;
7. Sepeda polygon.

Manajemen dunia usaha dalam menghadapi kompetensi global bukan merupakan hal yang dianggap enteng, justru menuntut pihak-pihak yang terlibat mencurahkan kinerja yang baik dan solid, jika kondisi ini tidak terwujud, maka pengusaha kita akan tertinggal oleh derap langkahnya pengusaha ditingkat nasioanal maupun internasional. Dunia usaha sebagai penggerak utama ekonomi yang handal dan sehat, perlu di kembangkan “competitive advantage” disamping itu harus didukung oleh pemerintahan yang baik. Pemerintah baik yang dimaksud adalah pemerintahan yang telah melaksanakan prinsip-prinsip “good governance” serta didukung pula oleh lembaga dan pranata hukum yang baik serta peraturan perundang-undangan yang baik pula.(Mansyur & Rahman, 2016).

Indonesia sebagai negara hukum kesejahteraan senantiasa mempunyai cita-cita luhur sebagaimana di kemukakan dalam pembukaan UUD 1945 diatas. Salah satu bentuk langkah kongkrit dalam melaksanakan cita-cita luhur yang menjadi amanah negara adalah melindungi segenap atau seluruh warga negaranya dari perbuatan tidak baik yang bisa saja merugikan rakyatnya. Hukum perlindungan konsumen merupakan upaya hukum untuk melindungi konsumen (warga negara) dari perbuatan curang oknum pelaku usaha baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Oleh karena itu, hukum perlindungan konsumen merupakan upaya kongkrit yang dilakukan oleh negara dan pemerintah untuk melindungi konsumen (warga negara) sebagaimana amanah dari konsepsi negara hukum kesejahteraan yang termuat dalam amanah konstitusi UUD 1945.Salah satu konsideran UndangUndang Nomor 8 Tahun 1999, isu perlindungan konsumen merupakan suatu hal yang ada keterkaitan ekspansi dunia usaha yang

menglobal. Semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah, dan keamanan barang dan atau jasa yang diperoleh di pasar. Untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) masih belum menunjukkan adanya keberpihakan dan terakomodasinya keluhan-keluhan konsumen. Lemahnya pelaksanaan Undang-Undang Pelindungan

Konsumen ternyata telah dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis global dan pelaku usaha nasional untuk menjual produksinya yang unsafe dan understandard. Kondisi ini semakin diperburuk dengan lemahnya dan tidak memadainya pendidikan konsumen terhadap akibat buruk dari penggunaan barang-barang yang tidak aman dan dibawah standar. Oleh, karena itu semua pihak menginginkan penegakan hukum perlindungan konsumen yang sebaik-baiknya. Semestinya korporasi harus mewujudkan perlindungan konsumen sebagai strategi untuk menarik simpati konsumen termasuk agar produk yang di hasilkan dapat diterima oleh konsumen. Apa yang terjadi selama ini di Indonesia justru bertolak belakang dari idealisme tersebut, setiap kali kita menyaksikan tindakan-tindakan korporasi yang melanggar hukum dan merugikan rakyat banyak korporasi (pengusaha) hampir selalu tidak tersentuh oleh hukum, banyak kasus yang telah terjadi seperti kasus biskuit beracun, kasus ajinomoto, kasus keracunan obat, dan lain-lain, yang jelas-jelas telah mencuat kepermukaan, namun terkesan birokrasi pemerintah membiarkan dalam arti tidak mengambil tindakan terhadap korporasi yang merugikan masyarakat, bahkan membantah, tidak mengklarifikasi, menutupi, kurang bukti atau seakan-akan mengambil tindak namun tidak ada kelanjutannya.

Manfaat dari aspek penegakan hukum perlindungan konsumen adalah untuk memberikan kenyamanan terhadap masyarakat (konsumen), karena dengan dilaksanakannya penegakan hukum perlindungan konsumen maka dampak hukum bagi korporasi (pelaku usaha) sebagai produsen akan berhati-hati akan resiko hukum, secara tidak langsung korporasi-korporasi akan berusaha untuk meningkatkan kualitas mutu produksinya. Tingkah laku orang di masyarakat akan berorientasi kepada berbagai hal dan patokan. Sulit diterima bahwa tingkah laku orang dalam masyarakat itu bebas, melainkan sebaliknya didisiplinkan oleh pembatasan-pembatasan. Oleh Parsons dikatakan bahwa tingkah laku seperti tersebut tunduk kepada suatu skema tertentu yang disebut sebagai relational scheme. Oleh karena itu, salah satu upaya untuk meningkatkan mutu produksi nasional adalah dengan memberlakukan standardisasi nasional, memberikan tanggung jawab kepada pelaku usaha (produsen) untuk senantiasa menjaga mutu produksinya, dan menegakan hukum perlindungan konsumen dalam meningkatkan mutu produksi nasional. Penegakan hukum perlindungan konsumen harus dipahami secara holistik dan komprehensif mulai dari upaya hukum preventif seperti penyuluhan kepada masyarakat sampai kepada pemberlakuan standardisasi nasional terhadap mutu produksi dan penegakan hukum represif di muka peradilan dan pemberian sanksi-sanksi kepada pelaku usaha yang melanggar hukum.

Kesadaran pelaku usaha dalam standardisasi mutu produksi senantiasa ditaati oleh pelaku usaha sebagaimana ketentuan hukum yang berlaku sangat diharapkan karena standardisasi mutu adalah acuan atau pedoman bagi para pelaku usaha untuk menjaga sifat mutu produksi yang unsafe dan understandard, sebagaimana diketahui bahwa barang yang unsafe dan understandard dapat membahayakan masyarakat (konsumen) Standardisasi pada hakikatnya merupakan

larangan dan kewajiban kepada pelaku usaha, konsep larangan dalam standardisasi mutu produksi adalah larangan memproduksi suatu produk dengan kualitas yang tidak baik atau dibawah standar dan konsep kewajiban adalah kewajiban bagi pelaku usaha untuk memproduksi suatu produk dengan kualitas yang baik. Standardisasi mutu produksi sebagai standar etika dalam perlindungan konsumen menimbulkan pertanyaannya, seberapa efektifkah sosialisasi dan pendidikan etika kepada para pelaku usaha sedangkan pelaku usaha dalam dunia usaha adalah mencari keuntungan; pada persoalan perlindungan konsumen sangat susah jika hanya mengharapkan nurani dari pelaku usaha. Pesan-pesan moral dalam etika bisnis seperti kejujuran, keadilan, itikad baik harus diaktualisasikan dalam sebuah kebijakan yang harus diindahkan. Standar meningkatkan keunggulan kompetitif dan kualitas kehidupan bangsa, standar menjadi alat yang berdaya guna untuk mengarahkan perubahan positif dengan spesifikasi terperinci untuk membuka pasar global, menciptakan lingkungan yang dapat mendukung bisnis, memacu pertumbuhan ekonomi. Daya dukung standar produksi dari pasar global dan pertumbuhan ekonomi tidak lain dipengaruhi oleh perilaku konsumen yang menginginkan produk yang tidak berbahaya yaitu produk yang mendukung keamanan, kesehatan, keselamatan, dan kelestarian lingkungan. Budaya mutu perlu diciptakan baik dikalangan konsumen, masyarakat pada umumnya dan juga dunia usaha sedemikian sehingga kesadaran akan mutu tersebut akan mampu menciptakan perlindungan pasar domestik yang kuat atas inisiatif masyarakat dan dunia usaha. penerapan SNI yang saat ini lebih banyak digerakan oleh pemerintah melalui pemberlakuannya secara wajib didalam regulasi teknis berbasis SNI, perlu digerakkan kearah penerapan SNI secara sukarela, dan kesadaran masyarakat untuk memilih produk berstandar SNI, karena keunggulan kompetitif dari produk-produk bertanda SNI. Dengan standardisasi mutu produksi paham akan kepastian batas mutu atau kualitas yang diterima pasar, sedangkan konsumen memperoleh kepastian kualitas dan keamanan produk, sehingga publik dilindungi dari segi keamanan, kesehatan, keselamatan dan kelestarian lingkungannya

Pada dasarnya ada hubungan antara pelaku usaha dan konsumen, hubungan yang dimaksud adalah hak dan kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen, oleh karena itu Hukum perlindungan konsumen mengatur hak dan kewajiban pelaku usaha dan konsumen yang dijamin pemenuhannya melalui penegakan hukum. Kewajiban pelaku usaha merupakan tanggung jawab yang harus di emban oleh pelaku usaha kepada konsumen dan sebaliknya hak konsumen adalah kewajiban konsumen kepada pelaku usaha. Tanggung jawab pelaku usaha dalam perlindungan konsumen dapat dikategorikan dalam 3 (tiga) aspek, yaitu:

1. Kegiatan yang dilarang kepada pelaku usaha;
1. Pemenuhan hak-hak konsumen;
2. Standardisasi mutu produksi.

Kegiatan yang dilarang kepada pelaku usaha secara garis besar adalah larangan terhadap perbuatan yang tidak boleh menciderai kualitas barang sebagaimana diatur dalam Pasal 8 ayat 1 huruf (a) yang meliputi standar yang dipersyaratkan, berat bersih, isi bersih atau netto, ukuran, takaran, timbangan, kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran, proses pengolahan dan lain sebagainya. Pemenuhan hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 UUPK adalah hak konsumen mendapatkan produk yang baik sehingga pelaku usaha harus memberikan produk yang berkualitas. Ada hubungan sebab akibat antara aspek kegiatan yang dilarang kepada pelaku usaha dan pemenuhan hak konsumen, jika pelaku usaha telah mampu mengindahkan kegiatan yang dilarang kepada pelaku usaha maka secara otomatis hak-hak konsumen telah terpenuhi; oleh

karena itu, kegiatan yang dilarang kepada pelaku usaha dan hak-hak konsumen merupakan hubungan sebab akibat dari hak dan kewajiban. Antara kegiatan yang dilarang kepada pelaku usaha dan hak-hak konsumen merupakan aktualisasi konkrit dari hak dan kewajiban pelaku usaha dan konsumen. Manfaat standarisasi mutu produksi bertujuan untuk menetapkan kualitas mutu yang baik dengan menetapkan atau menentukan kualitas minimum yang harus diproduksi, kualitas minimum tersebut seyoginya telah berkualitas namun hanya ditekankan pada aspek apa yang tidak boleh melewati ambang batas yang ditetapkan atau ditentukan pada level dibawah mutu atau kualitas. Oleh karena itu, standarisasi itu semata-mata adalah upaya untuk menjaga kualitas atau mutu produksi sehingga jaminan mutu produksi dapat dirasakan oleh konsumen. Kegiatan yang dilarang kepada pelaku usaha, pemenuhan hak-hak konsumen dan standarisasi mutu produksi dalam menjamin mutu produksi bukan merupakan pilihan-pilihan yang bersifat parsial atau terpisah namun merupakan satu kesatuan yang integral yang harus dijalankan secara bersamaan karena hal-hal tersebut merupakan sebab akibat dari hak dan kewajiban pelaku usaha.

Perkembangan transaksi dagang melalui sistem elektronik (e-commerce) di Indonesia berkembang pesat dengan jumlah pengguna internet yang terus mengalami kenaikan secara signifikan. Berdasarkan survei Asosiasi Pengusaha Jaringan Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2017, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 143,26 juta jiwa. Angka tersebut meningkat dibandingkan pada tahun sebelumnya, yakni tahun 2016 yang tercatat mencapai 132,7 juta jiwa. Berdasarkan wilayah, lebih dari separuh atau 58,08 persen pengguna internet di Indonesia pada tahun 2017 berada di Pulau Jawa, 19 persen berada di Sumatera, 7,97 persen di Kalimantan, 5,63 persen berada di Bali dan Nusa Tenggara, 6,73 persen berada di Sulawesi, serta 2,49 persen di Maluku dan Papua. Jika didasarkan pada wilayah kabupaten/kota, sebagian besar yaitu 72,41 persen pengguna internet berada di kawasan perkotaan, 49,49 persen berada di kawasan rural-urban, dan sisanya 48,25 persen berada di kawasan rural. Besarnya jumlah pengguna internet di Indonesia berdampak pada semakin berkembangnya transaksi dagang yang dilakukan dengan menggunakan media internet. Nilai transaksi melalui situs jual beli online sangat fantastis. Bank Indonesia mencatat sepanjang 2015, nilai transaksi di e-commerce Indonesia mencapai 3,5 miliar dolar Amerika Serikat (AS) atau setara dengan Rp45,50 triliun (asumsi rupiah Rp13.000 per dolar AS).

Transaksi melalui sistem elektronik yang memungkinkan para pihak (pelaku usaha dan konsumen) untuk bertransaksi tanpa harus saling bertatap muka dan cukup dengan komunikasi melalui media elektronik, dapat menjadi pasar yang sangat potensial karena konsumen dapat melakukan transaksi dengan distributor atau produsen (pelaku usaha) di seluruh penjuru dunia dengan biaya yang relatif murah. Melihat besarnya potensi yang dihasilkan dari transaksi berbasis elektronik ini, memicu pemerintah untuk mendukung pengembangan e-commerce di Indonesia. Pada akhir tahun 2016, melalui Paket Kebijakan RI XIV, pemerintah mendorong untuk membuat peta jalan (roadmap) industri e-commerce dengan harapan Indonesia bisa menjadi negara digital ekonomi terbesar di Asia Tenggara pada 2020. Pada tahun 2017, pemerintah menerbitkan Peraturan Presiden No. 74 Tahun 2017 tentang Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (Road Map E-commerce) Tahun 2017-2019 (selanjutnya disebut Road Map E-commerce 2017-2019) untuk mendorong perluasan dan peningkatan kegiatan ekonomi masyarakat di seluruh Indonesia secara efisien dan terkoneksi secara global. mencakup program: a. pendanaan; b. perpajakan; c. perlindungan konsumen; d. pendidikan dan sumber daya manusia; e. infrastruktur

komunikasi; f. logistik; g. keamanan siber (cyber security); dan h. pembentukan Pesatnya perkembangan e-commerce juga menimbulkan dampak negatif bagi konsumen, yaitu kecenderungan pelaku usaha memposisikan konsumen pada posisi tawar yang lemah. Secara garis besar, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang timbul berkenaan dengan hak-hak konsumen dalam transaksi e-commerce. Kelima faktor tersebut berdampak pada peningkatan pengaduan e-commerce di YLKI, yang sebelumnya pada tahun 2015 sebanyak 77 kasus atau sebesar 7,48 persen, mengalami peningkatan pada tahun 2016, dengan menduduki urutan ketiga dari total pengaduan sebanyak 781 pengaduan lewat surat/datang langsung dan 10.038 pengaduan lewat telepon. Bahkan Pada tahun 2017, data YLKI menyebutkan peringkat pertama pengaduan ke YLKI diduduki oleh e-commerce dengan peningkatan sebanyak 8 persen dari pengaduan tahun sebelumnya (2016), yaitu berjumlah 101 pengaduan. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen) secara yuridis baru mengatur hak dan kewajiban konsumen serta tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi yang dilakukan secara konvensional/tradisional, sedangkan perlindungan konsumen dalam transaksi menggunakan sistem elektronik belum sepenuhnya dapat merujuk pada UU Perlindungan Konsumen. Pengaturan transaksi secara elektronik kemudian diatur dalam Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis perlindungan hukum terhadap konsumen e-commerce dan penyelesaian sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha dalam e-commerce. Secara teoritis penelitian ini berguna untuk menambah ilmu pengetahuan hukum ekonomi, khususnya yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dan penyelesaian sengketa e-commerce. Sedangkan secara praktis, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi para pembuat kebijakan terkait e-commerce dan praktisi hukum dalam menangani perkara transaksi e-commerce. Beberapa penelitian terkait yang pernah dilakukan beberapa peneliti terdahulu antara lain:

1. Penelitian tentang "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen dalam Jual Beli Melalui Internet (Kajian Terhadap Pemberlakuan Transaksi Elektronik dan Perlindungan Hukum)" oleh Presly Prayogo. Penelitian ini mengangkat permasalahan bagaimana proses pelaksanaan, hambatan serta cara mengatasi hambatan dalam jual beli melalui internet dan perlindungan hukum bagi para pihak dalam perjanjian jual beli tersebut. Analisis yang dilakukan peneliti mengacu pada UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, sebelum dilakukan perubahan.
2. NN Werdhyasari menulis tesis dengan judul Perlindungan Konsumen dalam Kontrak Baku E-commerce Lintas Negara di Indonesia. Fokus analisisnya pada kedudukan konsumen dalam perjanjian baku e-commerce lintas negara di Indonesia dan bentuk perlindungan hukum yang ditawarkan kepada konsumen dalam hal terjadi sengketa dengan pelaku usaha. Tesis ini ditulis pada tahun 2012 sehingga hanya memfokuskan kajiannya pada UU Perlindungan Konsumen dan UU No. 11 Tahun 2008 tentang ITE.
3. Asep Rohendi meneliti tentang "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-commerce Perspektif Hukum Nasional dan Hukum Internasional," yang dimuat dalam jurnal *Ecodemica*. Vol III. No. 2 September 2015. Pembahasan yang dikemukakan khusus mengupas perlindungan data pribadi sebagai salah satu bagian dari perlindungan konsumen e-commerce. Dasar acuan peraturan yang digunakan adalah UU No. 8 Tahun 2009 tentang Perlindungan Konsumen dan UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce 1996. Pada prinsipnya ketiga penelitian

tersebut memiliki perbedaan dengan Penelitian tentang Pelindungan Konsumen dalam Transaksi Dagang Melalui Sistem Elektronik, karena penelitian ini memiliki kebaruan dari sisi peraturan perundang-undangan yang menjadi dasar analisis yaitu UU ITE yang telah diperbarui (Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik) dan UU No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan yang tidak disinggung dalam ketiga penelitian tersebut. Kebaruan lainnya adalah digunakannya Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2017 tentang Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (Road Map E-commerce) Tahun 2017-2019 sebagai bahan analisis.

### **Metode**

Penelitian tentang Pelindungan Konsumen dalam Transaksi Dagang Melalui Sistem Elektronik ini merupakan penelitian yuridis normatif dengan menggunakan data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer dan sekunder. Guna mendukung dan memperjelas data sekunder dalam penelitian ini dilakukan wawancara dengan narasumber Pemilik usaha tersebut yang Penelitian ini bersifat deskriptif analistik, yaitu menggambarkan atau memaparkan secara tepat bentuk pelindungan hukum dan penyelesaian sengketa dalam transaksi dagang melalui sistem elektronik dengan mendasarkan pada kaidah, norma, asas-asas dan sinkronisasi peraturan perundang-undangan. Data yang diperoleh disusun secara sistematis sesuai dengan permasalahan penelitian yang telah dijabarkan dalam pertanyaan penelitian untuk kemudian dianalisis secara kualitatif dengan menginterpretasikan, menguraikan, menjabarkan dan menyusun data secara sistematis logis sesuai dengan tujuan penelitian. Penelitian lapangan dilakukan di Provinsi Jawa Timur (Kab Blitar).

### **Hasil Dan Pembahasan**

#### **Pelindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi Dagang Melalui Sistem Elektronik**

Istilah transaksi dagang melalui sistem elektronik merupakan istilah yang terdapat dalam UU Perdagangan sebagai padanan dari istilah transaksi dagang secara elektronik atau e-commerce. Menurut Laudon, e-commerce adalah suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis. Sedangkan Triton memberi pengertian e-commerce sebagai perdagangan elektronik dimana baik pembeli maupun penjual melakukan transaksi dagangnya melalui elektronik pada jaringan internet. Selaras dengan pengertian tersebut, praktik transaksi e-commerce di Indonesia mengacu pada seperangkat regulasi antara lain UU ITE dan UU Perdagangan. Regulasi penyelenggaraan e-commerce mengacu pada UU ITE, yang mengatur transaksi elektronik. Hal ini sesuai dengan definisi transaksi elektronik yang diatur dalam Ketentuan Umum Pasal 1 angka (2) UU ITE, bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Menurut Laudon and Laudon sebagaimana dikutip oleh Didi Achjari, dalam e-commerce setidaknya terdapat 3 komponen yaitu adanya: proses penjualan maupun pembelian secara elektronik, adanya konsumen atau perusahaan, dan jaringan penggunaan komputer secara on-line untuk melakukan transaksi bisnis. Dengan demikian transaksi dagang melalui sistem elektronik merupakan transaksi yang dilakukan oleh para pihak dengan menggunakan perangkat elektronik, sehingga masuk dalam ruang lingkup transaksi elektronik. Selanjutnya dalam Pasal 1 angka 24 UU Perdagangan, transaksi dagang melalui Sistem Elektronik didefinisikan sebagai

perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat elektronik. Kedudukan transaksi dagang dalam hukum Indonesia terletak dalam bidang hukum perdata sebagai subsistem dari hukum perjanjian yang diatur Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPperdata). Jika dilihat dari pengertian transaksi dagang melalui sistem elektronik sebagai perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik, maka transaksi dagang melalui sistem elektronik memiliki kesamaan subjek dan objek dengan transaksi dagang pada umumnya (konvensional), namun menggunakan sarana atau prosedur elektronik. Sebagai konsekuensinya transaksi dagang elektronik perjanjian dalam KUHPperdata. Dalam hukum perjanjian berlaku asas bahwa perjanjian yang dibuat oleh para pihak menimbulkan hak dan kewajiban sekaligus berlaku sebagai undang-undang yang harus ditaati oleh para pihak dalam kontrak. Dengan demikian pelaksanaan dari perjanjian harus dilakukan dengan itikad baik, sebagaimana ditentukan dalam Pasal 1338 KUHPperdata. Transaksi e-commerce memiliki karakteristik khusus, yaitu: a. Transaksi tanpa batas geografis; b. Transaksi anonim (antara pelaku usaha dengan konsumen tidak perlu bertemu secara fisik dan dalam kondisi tertentu pelakusaha tidak memerlukan nama dari pembeli sepanjang mengenai pembayarannya yang ditentukan menggunakan alat pembayaran tertentu (kartu kredit); c. Produk digital dan non digital seperti software komputer, musik dan produk lainnya yang bersifat digital dapat dipasarkan melalui internet dengan cara mendownload secara elektronik. d. Obyek transaksi dapat berupa barang tidak berwujud seperti data, software dan ide-ide yang dijual melalui internet. Berdasarkan karakteristik tersebut, dalam implementasinya konsumen e-commercerawan terhadap tindakan yang menimbulkan kerugian. Untuk dapat melindungi konsumen e-commerce, maka hak-hak konsumen e-commercerawan harus dipenuhi, baik oleh negara maupun pelaku usaha, karena pemenuhan hak-hak konsumen tersebut akan melindungi kerugian konsumen dari berbagai aspek dan melekat pada setiap konsumen. Dalam hal ini negara memiliki kewajiban untuk melindungi konsumen e-commerce baik secara preventif maupun represif melalui regulasi dan kebijakan yang dikeluarkan oleh negara.

Pelindungan hukum diperlukan sebagai tindakan atau upaya untuk melindungi masyarakat dari perbuatan sewenang-wenang oleh penguasa yang tidak sesuai dengan aturan hukum, dalam rangka mewujudkan ketertiban dan ketentraman sehingga memungkinkan manusia untuk menikmati martabatnya sebagai manusia. Di samping itu pelindungan hukum juga diperlukan sebagai upaya untuk melindungi individu dengan menyaserasikan hubungan nilai-nilai atau kaidah-kaidah yang menjelma dalam sikap dan tindakan dalam menciptakan adanya ketertiban dalam pergaulan hidup antar sesama manusia. etiono, *Rule of Law (Supremasi Hukum)*, Surakarta: Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret, 2004, hal. 3. Muchsin, *Perlindungan dan Kepastian Hukum Bagi Investor di Indonesia*, sebagaimana dikutip oleh Qur'ani Dewi Kusumawardani, "Perlindungan Hukum Bagi Pengguna Internet Terhadap Konten Web Umpan Klik di Media Online", *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, Vol. 19 No. 1, Maret 2019, hal. 11-30. Terkait dengan hak konsumen dan pelindungannya, Peter Cartwright mengemukakan teori Paternalistik sebagai justifikasi bagi negara untuk melakukan pelindungan konsumen. Menurut Peter, intervensi negara diperlukan seiring dengan semakin kompleksnya permasalahan yang dihadapi konsumen, sehingga pemerintah perlu mengambil kebijakan intervensi untuk mengatasi potensi yang merugikan konsumen. Intervensi dilakukan agar keseimbangan hak dan kewajiban antara produsen dan konsumen dapat diwujudkan. Perwujudan hukum yang bersifat paternalistik dimaksudkan untuk mencegah kerugian yang dialami



konsumen akibat perjanjian yang merugikan konsumen. Teori ini sesuai dengan tujuan perlindungan hukum, yaitu melindungi subjek-subjek hukum melalui peraturan perundang-undangan yang berlaku dan dipaksakan pelaksanaannya dengan suatu sanksi.

Menurut Muchsin, perlindungan hukum dapat bersifat preventif dan represif. Pelindungan preventif merupakan pelindungan yang diberikan oleh pemerintah dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran. Pelindungan preventif ini terdapat dalam peraturan perundang-undangan dengan maksud untuk mencegah suatu pelanggaran serta memberikan ramburambu atau batasan-batasan dalam melakukan suatu kewajiban. Sedangkan pelindungan hukum represif sebagai bentuk pelindungan akhir berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah terjadi sengketa atau telah dilakukan suatu pelanggaran. Di Indonesia hak konsumen untuk memperoleh data dan/atau informasi secara benar, jelas dan jujur diatur secara tegas dijamin dalam UU Perlindungan Konsumen. Seperti diketahui Pasal 8 UU Perlindungan Konsumen menentukan 9 (sembilan) hak konsumen, yaitu:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak lainnya yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan. Dalam implementasinya, pelindungan preventif yang diberikan oleh undang-undang sebagai langkah pencegahan terhadap tindakan yang dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen, belum dapat dilaksanakan secara maksimal.

Perorangan yang sulit dideteksi identitasnya secara akurat sehingga menimbulkan permasalahan pada pasca-transaksi seperti: barang tidak dikirim, penjual "menghilang", alamat penjual tidak jelas, akun tidak aktif, dan nomor kontak tidak bisa dihubungi. Kondisi tersebut menunjukkan, regulasi yang tersedia dalam penyelenggaraan transaksi dagang melalui sistem elektronik belum sepenuhnya ditaati oleh pelaku usaha, sehingga berdampak pada munculnya penipuan atau kecurangan yang dilakukan oleh pelaku usaha. Dampak lain yaitu terjadinya kasus: non-delivery of goods ordered (barang yang dipesan tidak dikirim); long delivery delays (lamanya keterlambatan pengiriman barang); slow reimbursement deposit or amounts paid (lambatnya penggantian uang muka atau seluruh jumlah yang telah dibayarkan); dan inadequate nature of good delivered (barang pesanan tidak sesuai dengan gambar atau keinginan konsumen). Praktik penipuan atau kecurangan pada transaksi dagang elektronik dapat terjadi karena konsumen kurang hati-hati dalam melakukan transaksinya atau karena perbuatan oknum pelaku usaha yang memanfaatkan kemampuan penguasaan teknologi seperti internet. Masih banyak konsumen yang kurang memahami teknologi sistem informasi, khususnya mengenai e-commerce yang merupakan bidang multidisipliner yang mencakup bidang-bidang teknik seperti jaringan dan telekomunikasi,

pengamanan, penyimpanan dan pengambilan data dari multimedia; bidang-bidang bisnis seperti pemasaran, pembelian dan penjualan, penagihan dan pembayaran, dan manajemen jaringan distribusi; dan aspek-aspek hukum seperti information privacy, hak milik intelektual, perpajakan, pembuatan perjanjian dan penyelesaian hukum lainnya.

### **Kesimpulan**

Perdagangan melalui sistem elektronik mempunyai dua sisi yang berbeda, di satu sisi memberikan peluang dan berbagai kemudahan, namun di sisi lainnya memberikan dampak negatif berupa kemungkinan-kemungkinan kerugian yang dialami oleh konsumen. Hasil analisis menunjukkan bahwa Pemerintah melalui kebijakan di bidang perdagangan dan perlindungan konsumen telah memberikan perlindungan kepada konsumen transaksi dagang melalui sistem elektronik baik secara preventif maupun represif. Secara preventif telah dikeluarkan program dan kegiatan pemerintah di bidang perlindungan konsumen transaksi dagang melalui sistem elektronik antara lain dengan memberlakukan Peraturan Presiden tentang Road Map E-commerce 2017-2019 yang salah satunya menyiapkan program perlindungan konsumen e-commerce. Meskipun belum maksimal, perlindungan hukum secara represif yang diberikan kepada konsumen transaksi dagang melalui sistem elektronik, sudah diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan terkait, secara parsial. Artinya pada tataran regulasi, peraturan perundang-undangan mengenai transaksi dagang elektronik di Indonesia telah mengatur tentang substansi perlindungan konsumen, namun belum secara komprehensif mengatur perlindungan konsumen dalam transaksi dagang melalui sistem elektronik. Beberapa ketentuan peraturan perundangundangan, khususnya UU ITE dan UU Perdagangan telah memberi ruang pengaturan mengenai transaksi dagang melalui sistem elektronik, tetapi ketentuan tersebut bersifat umum, belum mengatur secara spesifik dan komprehensif sehingga memerlukan peraturan lebih lanjut sebagai peraturan pelaksanaannya. Sedangkan UU Perlindungan Konsumen tidak dapat menjangkau seluruh pengaturan perlindungan hukum konsumen transaksi dagang elektronik yang memiliki karakteristik lintas negara, karena ruang lingkup perlindungan yang diberikan terbatas pada yurisdiksi negara Republik Indonesia. Berkaitan dengan penyelesaian sengketa transaksi dagang melalui sistem elektronik, UU ITE dan UU Perdagangan telah menentukan bahwa penyelesaian sengketa dalam transaksi dagang melalui sistem elektronik dapat dilakukan melalui dua cara yaitu penyelesaian di pengadilan atau penyelesaian di luar pengadilan. Secara prinsip penyelesaian sengketa transaksi dagang melalui sistem elektronik tidak berbeda dengan penyelesaian sengketa transaksi dagang yang dilakukan secara konvensional. Perbedaan hanya terletak pada media yang digunakan. Namun, meski rambu utama penyelesaian sengketa telah diatur dalam UU, tetapi pengaturan secara teknis belum tersedia sehingga menyulitkan dalam tahapan implementasinya. Hal ini menjadi salah satu alasan konsumen enggan menyelesaikan sengketanya melalui jalur hukum baik litigasi maupun non-litigasi dengan pertimbangan biaya dan prosesnya yang tidak sederhana.

### **Daftar Pustaka**

- Prayogo, Presly. *"Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen dalam Jual Beli Melalui Internet (Kajian Terhadap Pemberlakuan)*.
- Syafriana, Rizka. *"Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik"*. *Jurnal De Lega Lata*. Vol. I. No. 2. Juli - Desember 2016.
- Saifuddin dan Riza LI. *"Perlindungan Hak-Hak Konsumen"*. *Supremasi Hukum*. Vol. 3. No. 1. Juni 2014.
- Rohendi, Asep. *"Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-commerce Perspektif Hukum Nasional dan Hukum Internasional"*. *Ecodemica*. Vol III. No. 2 September 2015.

*Nasution, AZ. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Diadit Media. 2002.  
(Mansyur & Rahman, 2016)*