

BAB III
UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 DALAM MELINDUNGI
KONSUMEN YANG MENGALAMI KERUGIAN DALAM MELAKUKAN
TRANSAKSI *E-COMMERCE*

A. Ketentuan Perlindungan Konsumen dalam Transaksi *E-commerce* di Indonesia

Saat ini, berbelanja menggunakan *e-commerce* menjadi salah satu kegemaran masyarakat, lebih banyak konsumen yang beralih dari belanja langsung/*onsite* menjadi belanja *online*. Namun, karena transaksi *online* tersebut dilakukan tanpa tatap muka dan secara *virtual* mengakibatkan banyaknya potensi penipuan, maka diperlukanlah perlindungan konsumen untuk melindungi konsumen dalam melakukan transaksi *online/virtual*. Potensi penipuan melibatkan kualitas produk yang diterima serta proses pemesanan dan pembayaran. Terkait dengan pengiriman barang kepada konsumen, kemungkinan terjadi keterlambatan pengiriman, kerusakan barang atau cacat pada produk yang perlu diperhatikan oleh konsumen.

Kerugian yang mungkin timbul dalam transaksi *e-commerce* umumnya lebih besar bagi konsumen daripada bagi pelaku usaha atau merchant. Oleh karena itu, konsumen dalam transaksi *e-commerce* memiliki risiko yang lebih tinggi. Kebutuhan akan perlindungan hukum konsumen oleh suatu negara seringkali dipengaruhi oleh fakta-fakta dan isu-isu yang mendesak. Perjanjian hukum dalam transaksi *e-commerce* berperan sebagai sarana untuk melindungi konsumen dan memberikan tingkat kepastian yang diperlukan dalam menjalankan transaksi bisnis tersebut. Pentingnya menjamin transaksi *online* merupakan kunci untuk membangun kepercayaan pengguna dalam penggunaannya. Kelalaian terhadap aspek ini berpotensi menyebabkan pergeseran dari fokus pada efisiensi dalam

transaksi *online* menuju kondisi ketidakpastian, yang pada akhirnya dapat menghambat usaha pengembangan peran *online*.⁶⁵

Berdasarkan ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), definisi umum mengenai perlindungan konsumen dijelaskan pada ketentuan “Pasal 1 angka (1) yang berbunyi *Pelindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen*”. Secara spesifik, berbagai upaya untuk menciptakan kejelasan dalam hukum bertujuan untuk melindungi konsumen. Ini mengindikasikan komitmen yang kuat dari pemerintah untuk melindungi hak-hak konsumen ketika terjadi interaksi antara bisnis dengan produk dan/atau layanan.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) di Indonesia belum sepenuhnya melindungi konsumen yang terlibat dalam transaksi *e-commerce*. Dengan demikian, diperlukannya suatu pendekatan hukum dan konseptual untuk mempertahankan hak-hak hukum konsumen melalui penyelarasan peraturan hukum dan kerjasama dengan penegak hukum. Dampak dari hak dan tanggung jawab yang dijelaskan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), terutama dalam ketentuan “Pasal 2 yang berbunyi *Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum*”, ketentuan “Pasal 4 angka (3) mengenai hak konsumen yaitu *hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa*” dan ketentuan “Pasal 4 angka (6) *hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen*”, serta syarat bagi pelaku usaha sebagaimana diatur dalam ketentuan Pasal 7 Undang-Undang Nomor

⁶⁵ Tetanoe Bernada, 2017, *Upaya Perlindungan Hukum Pada Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Untuk Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Digital Indonesia*, Jurnal Hukum dan Peradilan, Vol. 6, No. 1, Maret 2017, available from: <https://jurnalhukumdanperadilan.org/index.php/jurnalhukumperadilan/article/view/17>, diakses pada 12 Desember 2023.

8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) adalah perlindungan hukum bagi konsumen yang terlibat dalam transaksi *e-commerce*.⁶⁶

Yang membedakan antara perdagangan secara langsung (konvensional) dengan perdagangan melalui media elektronik terletak pada fakta bahwa pihak-pihak yang terlibat tidak melakukan interaksi langsung saat melakukan transaksi antara penjual dengan pembeli. Transaksi *online* tersebut digunakan melalui komputer, jaringan komputer, dan/atau berbagai media elektronik lainnya sesuai dengan yang dijelaskan oleh ketentuan Pasal 1 angka (2) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana diubah menjadi Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 (UU ITE) menyebutkan bahwa “*Transaksi Elektronik adalah setiap perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.*”

Aspek hukum perlindungan konsumen yang berkaitan secara langsung dengan konsumen dalam konteks transaksi *e-commerce* menyangkut kewajiban dan pembatasan yang dikenakan pada pelaku bisnis. Ketentuan “Pasal 8 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) hingga Pasal 17 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen (UUPK)” mengatur mengenai berbagai pelaku yang dilarang bagi perusahaan. Jika dapat dibuktikan bahwa produk atau layanan yang diperoleh melalui *e-commerce* melanggar ketentuan ini, maka aturan tersebut dapat diterapkan. Selain itu, isu terkait larangan iklan yang menyesatkan juga relevan. Konsumen dan individu dapat tertipu dengan keyakinan bahwa suatu produk dan/atau

⁶⁶ *Ibid*, hlm. 22.

layanan spesifik berada dalam kondisi baik, padahal kenyataannya tidak demikian.⁶⁷

Selain itu, para penjual atau pelaku usaha juga memiliki tanggung jawab ketika pelanggan menemui bahwa produk atau layanan yang mereka peroleh tidak sesuai dengan ketentuan kontrak. Ketentuan “Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) hingga Pasal 28 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK)” mengatur berbagai aspek akuntabilitas pelaku bisnis. Apabila tindakan perusahaan dapat merugikan pelanggan, elemen ini menjadi relevan. Kerugian tersebut dapat meliputi kerusakan, pencemaran produk atau layanan, atau keduanya, yang diperdagangkan oleh pelaku bisnis. Aspek akuntabilitas ini berlaku bagi seluruh pelaku bisnis, termasuk yang terlibat dalam pembuatan produk atau penyediaan layanan, serta yang beroperasi dalam bidang periklanan, impor barang dari luar negeri, atau menawarkan layanan di wilayah tersebut.

Meskipun ada beberapa batasan dalam undang-undang perlindungan konsumen yang tidak mencakup kemajuan teknologi informasi, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) tetap menjadi landasan hukum yang mengatur perlindungan konsumen di Indonesia. Terdapat perjanjian-perjanjian tertentu yang diadaptasi guna menjamin perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* yang telah diakui di tingkat internasional. Meskipun undang-undang ini tidak dirancang secara spesifik dengan mempertimbangkan perlindungan konsumen dalam konteks jual beli *online*. Sesuai dengan ketentuan “Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), tujuan utama perlindungan konsumen adalah untuk:

a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen

⁶⁷ Ikhsan dan Viola Annisa, 2022, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Melalui Platform E-commerce di Indonesia*, Dharmasisya Jurnal Program Magister Hukum FH UI, Vol. 2, No. 10, Desember 2022, available from: <https://scholarhub.ui.ac.id/dharmasisya/vol2/iss2/10/>, diakses pada tanggal 12 November 2023.

- untuk melindungi diri;*
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;*
 - c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;*
 - d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;*
 - e. menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha;*
 - f. meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.”*

Menekankan bahwa kekurangan pengetahuan yang dimiliki konsumen dan kurangnya pemahaman terhadap hak-hak mereka menjadi penyebab utama kerentanan sektor konsumen. Selain peraturan yang ada didalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Kitab Undang-Undang Hukum Pidana juga dapat dipergunakan untuk melindungi konsumen dalam batasan tertentu. Pada kenyataannya terdapat bentuk badan hukum tambahan di bidang asuransi yang dapat membantu konsumen dalam ber-transaksi *e-commerce*. Informasi di atas menyiratkan kebutuhan yang mendesak akan peraturan perundang-undangan yang lebih komperhensif untuk melindungi kepentingan konsumen, terutama bagi mereka yang terlibat dalam transaksi bisnis menggunakan teknologi elektronik. Hal ini dikarenakan ketentuan yang berlaku saat ini, terutama dalam regulasi perlindungan konsumen, belum sepenuhnya memadai untuk memenuhi kebutuhan tersebut.⁶⁸

Dengan adanya peraturan yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) seharusnya

⁶⁸ Ikhsan dan Viola Annisa, 2022, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Melalui Platform E-commerce di Indonesia*, Dharmasisya Jurnal Program Magister Hukum FH UI, Vol. 2, No. 10, Desember 2022, available from: <https://scholarhub.ui.ac.id/dharmasisya/iss2/10/>, diakses pada tanggal 12 Desember 2023.

terjadi keseimbangan antara kepentingan konsumen dengan pelaku korporasi. Konsumen sering kali dimanfaatkan sebagai sarana oleh pelaku korporasi dalam berbagai cara guna meningkatkan *profitabilitas*. Bahwasannya kelemahan utama konsumen terletak pada kurangnya pengetahuan dan kurangnya kesadaran akan hak-hak mereka, menjadikan peluang bagi pelaku usaha untuk mengecoh konsumen dengan menjual barang dan/atau jasa tanpa mempertimbangkan apakah produk tersebut memenuhi harapan konsumen atau tidak, terutama dalam aspek kualitas. Dengan demikian, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) bertujuan untuk membentuk dasar hukum yang solid bagi organisasi perlindungan konsumen baik yang berasal dari pemerintah maupun swasta.

Pemanfaatan *E-commerce* di Indonesia belum mencapai tingkat optimal karena beberapa faktor. Apabila Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) berfungsi sebagai landasan hukum untuk melindungi konsumen, maka Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 yang mengubah Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dapat mengantikannya sebagai dasar hukum untuk transaksi melalui media elektronik. Standar atau panduan untuk transaksi elektronik, yang sebelumnya diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 perlu dievaluasi lebih lanjut. Dengan memeriksa beberapa kasus yang berbeda, dapat diidentifikasi beberapa jenis masalah dalam transaksi elektronik.

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik atau yang biasa disingkat menjadi (UU ITE), merujuk pada seperangkat aturan dan regulasi yang mengatur informasi dan transaksi elektronik. Istilah informasi elektronik tersebut merujuk pada satu atau sekelompok data elektronik. Keterkaitan antara industri telekomunikasi dan teknologi informasi menjadi faktor kunci dalam perkembangan hukum

teknologi informasi. Salah satu hasilnya adalah peningkatan metode alternatif dalam bisnis yang disebut perdagangan elektronik.⁶⁹

Di Indonesia, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) berfungsi sebagai landasan hukum untuk kegiatan transaksi *e-commerce*, melengkapinya dengan ketentuan yang terdapat dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). *E-commerce* adalah jenis perdagangan di mana barang, jasa, atau hak disalurkan antara pelaku usaha dan konsumen, atau pihak lain dalam kesepakatan kontrak yang sama. *Platform* ini beroperasi dalam jaringan atau sistem publik, berbeda dengan jaringan *privat* (sistem tertutup) dan keseluruhan transaksi terjadi di ranah media elektronik atau digital. Pada dasarnya, hal ini menghilangkan kebutuhan untuk pertemuan langsung antara pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi. Penjualan produk secara daring melibatkan perjanjian jual beli yang menciptakan suatu perjanjian, terutama yang berasal dari perjanjian tertentu atau sering disebut sebagai perjanjian bernama. Transaksi daring harus mematuhi perundang-undangan yang berlaku dan memenuhi persyaratan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) untuk jual beli. Pemerintah telah menerbitkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 yang mengubah Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik untuk menciptakan sistem transaksi yang aman dan dapat diandalkan.⁷⁰

Konsumen memiliki hak untuk menuntut pelaku usaha melalui sistem peradilan konvensional atau melalui organisasi penyelesaian

⁶⁹ Ratih Dwi Pangestu dan Fadhil Muhammad, 2019, *Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Online (E-commerce) Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*, Jurnal Actual, Vol. 9, No. 2, Desember 2019, available from: <https://journal.unimas.ac.id/index.php/actual/article/view/132>, diakses pada tanggal 12 Desember 2023.

⁷⁰ Ahmad fadil Hasbi, dkk, 2021, *Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli Online di Indonesia*, Halu Oleo *Legal Research*, Vol. 3, No. 3, Desember 2021, available from: <https://ojs.uho.ac.id/index.php/holresch/article/view/23007>, diakses pada tanggal 13 Desember 2023.

sengketa antara konsumen dan pelaku usaha (jalur *litigasi*) jika mereka merasa didiskriminasi secara tidak adil akibat pelanggaran perjanjian yang diatur oleh ketentuan “Pasal 45 angka (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK)”. Ketentuan “Pasal 45 Angka (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK)” menyatakan bahwa konsumen juga dapat memilih untuk menyelesaikan sengketa tanpa melibatkan proses pengadilan atau melalui proses penyelesaian non-*litigasi*. Para pihak diberi kesempatan untuk menyelesaikan konflik mereka secara damai tanpa melalui proses pengadilan.

Dengan metode yang serupa pada proses perjanjian kontrak dan pembelian antara penjual dan pembeli melalui *platform* elektronik, perusahaan yang beroperasi secara daring muncul melalui transaksi tersebut. Meskipun terjadi modifikasi dalam ranah hukum, pertukaran elektronik belum sepenuhnya memenuhi kriteria hukum yang jelas untuk perjanjian elektronik. Meskipun *e-commerce* tunduk pada regulasi pemerintah, keputusan menteri perdagangan dan Undang-Undang Hukum Dagang, perlu dicatat bahwa ketentuan “Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata” memberikan landasan hukum yang fundamental terkait legalitas perjanjian di Indonesia, yang juga berlaku untuk perjanjian yang dilakukan secara elektronik. Oleh karena itu, penggunaan perjanjian elektronik diakui sejajar dengan penggunaan perjanjian konvensional sesuai dengan ketentuan yang tertera di dalam “Pasal 18 angka (1) Undang-Undang ITE *Transaksi Elektronik yang dituangkan ke dalam Kontrak Elektronik mengikat para pihak*”.⁷¹

Dasar hukum untuk perdagangan elektronik di Indonesia telah diatur oleh Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas

⁷¹ Rivaldi Rizky dan Tundjung Hening Sitabuana, 2022, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Online (E-commerce)*, Jurnal Serina IV Universitas Tarumanegara, Vol. 2, No. 1, Agustus 2022, available from: <https://journal.untar.ac.id/index.php/PSERINA/article/view/19796>, diakses pada tanggal 14 Desember 2023.

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Undang-undang ini mencakup berbagai aspek yang terkait dengan regulasi teknologi informasi dan perdagangan elektronik. Sementara itu, teknologi yang digunakan untuk menghasilkan informasi elektronik dan melakukan transaksi keuangan terus mengalami perkembangan. Dalam konteks interaksi antara konsumen dan penyedia layanan dalam *e-commerce*, masih diperlukan izin material dan legal. Meskipun transaksi elektronik dilakukan tanpa penemuan fisik antara pelanggan dan penyedia layanan, adanya perjanjian hukum sebelum memulai transaksi *online* tetap menjadi kebutuhan. Tujuan tersebut adalah untuk mencegah kemungkinan timbulnya konflik di masa depan antara pembeli dan penjual.⁷²

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) merupakan peraturan yang mengatur aspek-aspek terkait informasi dan transaksi dalam lingkungan elektronik, serta aturan terkait penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik, seperti Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE), tetap digunakan dalam konteks jual beli *online*. Dalam situasi ini, dokumen elektronik merujuk pada berkas elektronik seperti file, gambar atau dokumen. Informasi elektronik, yang mencakup dokumen elektronik dijelaskan sebagai informasi yang terdapat dalam berkas elektronik sesuai dengan ketentuan “Pasal 1 angka (4) UU ITE.” Dengan kata lain, saat kita menggunakan smartphone untuk melihat gambar barang di website atau aplikasi jual beli *online*, gambar tersebut dianggap sebagai dokumen elektronik. Informasi yang terdapat dalam gambar itu termasuk dalam kategori informasi elektronik, dan smartphone yang kita gunakan untuk melihat website atau aplikasi tersebut dianggap sebagai bagian dari sistem elektronik.

⁷² Dewa Gede Ananta Prasetya, dkk. 2022, *Tinjauan Yuridis Industri E-commerce Dalam Melakukan Kegiatan Transaksi Online*, Jurnal Konstruksi Hukum, Vol. 3, No. 2, Maret 2022, available from: <https://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/jukonhum/article/view/4838>, diakses pada tanggal 14 Desember 2023.

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) mengatur beberapa aturan penting terkait dengan pelaksanaan bisnis melalui media elektronik, seperti berikut ini:

- a. Baik di Indonesia ataupun diluar batas wilayah Indonesia, siapapun yang terlibat dalam kegiatan hukum harus mematuhi ketentuan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 (UU ITE). Tujuannya ialah untuk memastikan bahwa dampak dari Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 (UU ITE) bersifat positif, baik di tingkat lokal maupun global.
- b. Penjelasan lebih lanjut disediakan untuk memberikan perlindungan hukum kepada nasabah. Salah satu aspeknya adalah bahwa perusahaan dapat menghadapi konsekuensi hukum sebagai hasil dari kegiatan yang tidak sesuai dengan aturan yang berlaku.
- c. Dengan memastikan bahwa hukum yang berlaku jelas dan terjamin selama proses transaksi elektronik, kecemasan yang mungkin dirasakan oleh nasabah dapat diminimalkan.⁷³

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (UU Perdagangan) telah mengatur secara tegas mengenai *e-commerce*. UU Perdagangan ini merupakan wujud dari upaya untuk mengembangkan sektor perdagangan dengan mengutamakan kepentingan nasional. Hal ini ditegaskan dalam ketentuan “Pasal 2 huruf (a) yang menegaskan bahwa *kebijakan perdagangan disusun berdasarkan prinsip kepentingan nasional.*” Prinsip kepentingan nasional tersebut mencakup berbagai hal, seperti meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan persaingan perdagangan, melindungi produksi dalam negeri, meningkatkan lapangan kerja, melindungi pelanggan, menjamin ketersediaan barang dan jasa, dan

⁷³ Muhammad Fadli Asri, dkk. 2021, *Studi Normatif Terhadap Konsep Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce di Indonesia*, Jurnal Ilmu Hukum (*Equality Before The Law*), Vol. 1, No. 1, Agustus 2021, available from: <https://unimuda.e-journal.id/jurnalilmuhukum/article/view/1340>, diakses pada tanggal 14 Desember 2023.

mendukung Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) serta unsur-unsur lainnya.⁷⁴

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan memberikan perlindungan bagi konsumen dalam transaksi perdagangan elektronik atau *e-commerce* yang diatur dalam ketentuan “Pasal 65 sebagai berikut:

1. *Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar.*
2. *Setiap Pelaku Usaha dilarang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1).*
3. *Penggunaan sistem elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib memenuhi ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik.*
4. *Data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit memuat:*
 - a. *Identitas dan legalitas Pelaku Usaha sebagai produsen atau Pelaku Usaha Distribusi;*
 - b. *Persyaratan teknis Barang yang ditawarkan;*
 - c. *Persyaratan teknis atau kualifikasi Jasa yang ditawarkan;*
 - d. *Harga dan cara pembayaran Barang dan/atau Jasa; dan*
 - e. *Cara penyerahan Barang*
4. *Dalam hal terjadi sengketa terkait dengan transaksi dagang melalui sistem elektronik, orang atau badan usaha yang mengalami sengketa dapat menyelesaikan sengketa tersebut melalui pengadilan atau melalui mekanisme penyelesaian sengketa lainnya.*
5. *Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi administratif berupa pencabutan izin.”*

“Ketentuan Pasal 65 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 (UU Perdagangan)” mewajibkan pelaku usaha dalam perdagangan melalui elektronik atau *e-commerce* untuk memberikan informasi yang lengkap dan akurat. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan

⁷⁴ Roberto Ranto, 2019, *Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik*, Jurnal Ilmu Hukum ALETHEA, Vol. 2, No. 2, Februari 2019, available from: <https://ejournal.uksw.edu/alethea/article/view/3552>, diakses pada tanggal 18 Januari 2024.

Transaksi Elektronik (UU ITE) yang diubah oleh Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 adalah dasar hukum utama untuk transaksi perdagangan yang menggunakan media elektronik. Arti penting UU ITE dalam memberikan perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi perdagangan elektronik adalah:⁷⁵

1. Memberikan kepastian hukum untuk transaksi elektronik dengan mengakui transaksi, informasi, dokumen, dan tanda tangan elektronik di bawah hukum perikatan dan pembuktian.
2. Klasifikasi pelanggaran penyalahgunaan teknologi informasi dan konsekuensi pidananya.
3. UU ITE berlaku untuk semua orang yang terlibat dalam tindakan hukum, baik di dalam maupun di luar Indonesia, sehingga mencakup cakupan internasional dan lokal.

Ketentuan “Pasal 4 huruf (c) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menyatakan bahwa *konsumen memiliki hak untuk menerima informasi yang akurat dan jelas tentang produk yang dijual oleh pelaku usaha.*” “Ketentuan Pasal 9 UU ITE mengatur hal ini dengan menyatakan bahwa *pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan akurat mengenai syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan.*” Dengan demikian, UU ITE memberikan konsumen hak untuk mendapatkan informasi yang benar dan komprehensif mengenai produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha melalui transaksi elektronik.

Ketentuan “Pasal 28 ayat (1) UU ITE menyatakan bahwa *Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi*

⁷⁵ Roberto Ranto, 2019, *Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik*, Jurnal Ilmu Hukum ALETHEA, Vol. 2, No. 2, Februari 2019, available from: <https://ejournal.uksw.edu/alethea/article/view/3552>, diakses pada tanggal 18 Januari 2024.

elektronik” Ini berarti UU ITE memberikan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi perdagangan elektronik dengan mengatur tindakan hukum terhadap penyebaran informasi yang menyesatkan dan merugikan konsumen.

Mengenai sanksi pidana yang diterapkan atas pelanggaran yang dilakukan dalam “Pasal 28 ayat (1) ketentuannya terdapat dalam Pasal 45 a ayat (1) UU ITE yaitu: *Setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)*”

B. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sejauh ini belum mampu memberikan perlindungan yang memadai kepada konsumen dalam transaksi *E-commerce*

Perlindungan yang tercantum didalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 (UUPK) masih belum memadai untuk memenuhi kebutuhan perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce*. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa ketentuan-ketentuan yang ada dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 (UUPK) belum sepenuhnya mencakup hak-hak konsumen dalam konteks transaksi *e-commerce*. Penyebabnya adalah karakteristik khusus *e-commerce* yang berbeda secara mendasar dengan transaksi konvensional. Faktor-faktor ini termasuk ketidakbertemuannya antara penjual dengan pembeli, penggunaan media *internet*, potensi transaksi yang dilakukan melintasi batas yuridis negara serta variasi barang yang diperdagangkan (bisa berupa barang/jasa atau produk digital seperti perangkat lunak).

Berdasarkan ketentuan “Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menyebutkan hak-hak konsumen di Indonesia, sebagai berikut:

- a. Hak atas kenyamanan, , keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- c. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
- d. Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- e. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.
- f. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- g. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
- h. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya. ”

Berdasarkan temuan penelitian, hak-hak konsumen dalam transaksi *e-commerce* sangat rentan untuk dilanggar, dimana konsumen tidak sepenuhnya memperoleh hak-hak yang seharusnya diberikan dalam konteks transaksi tersebut. Hak-hak ini melibatkan, antara lain:⁷⁶

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa menjadi krusial, terutama karena konsumen tidak dapat langsung menginspeksi barang saat bertransaksi *online*, seperti yang umumnya terjadi dalam pertemuan tatap muka di pasar. Selain itu, keamanan bertransaksi *e-commerce* di Indonesia kurang dijamin, dengan kekurangan jaminan keamanan data, nomor kartu kredit dan password yang memadai dari pihak penjual. Dalam hal ini, teknologi kriptografi, SSL (*Secure Socket*

⁷⁶ Helda Natalia Simanullang, 2017, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-commerce*, Melayunesia Law, Vol. 1, No. 1, Desember 2017, available from: https://myl.ejournal.unri.ac.id/index.php/ML/article/download/4497/pdf_1, diakses pada tanggal 14 Desember 2023.

Layer) dan SET (*Secure Electronic Transaction*) yang diterapkan oleh *merchant* Indonesia belum sebanding dengan standar keamanan yang dijamin oleh *merchant* internasional seperti Amazon.com melalui SSL (*Secure Socket Layer*). Selain itu, keberadaan lembaga penjamin (*Certification Authority*) untuk keabsahan toko *online* juga belum terwujud, sehingga kenyamanan dan keamanan konsumen dalam bertransaksi belum sepenuhnya terjamin.

- b. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi suatu barang menjadi penting, mengingat kurangnya komunikasi langsung antara pelaku usaha dan konsumen dalam transaksi *online*. Informasi mengenai produk sering kali terbatas pada deskripsi dan gambar produk di situs *web*, dengan kekurangan interaksi langsung yang memungkinkan konsumen bertanya kepada penjual. Beberapa barang, seperti parfum yang membutuhkan pengujian sebelum pembelian, sulit dipahami melalui deskripsi produk *online*.
- c. Hak untuk didengar pendapat dan keluhan atas barang dan jasa yang digunakan menjadi esensial, tetapi menjadi sulit dilakukan karena kurangnya pertemuan langsung antara penjual dan pembeli. Komunikasi melalui email, telepon atau toko *online* yang tidak menyertakan alamat fisik dengan jelas bisa membuat konsumen kesulitan menyampaikan keluhan. Meskipun beberapa toko *online* menyediakan sarana komunikasi, sulit untuk menuntut pelaku usaha di dunia maya.
- d. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut menjadi hak penting. Kesulitan menuntut *merchant* luar negeri yang tidak mengirimkan barang pesanan merupakan contoh nyata sulitnya penyelesaian sengketa dalam transaksi *e-commerce*, identifikasi yang jelas terhadap identitas perusahaan dan pemilik toko *online*, termasuk alamat lengkap, menjadi hak yang sulit diwujudkan dalam

transaksi *e-commerce*, karena informasi tersebut sering kali tidak transparan pada situs *web* penjual. Hal ini dapat merugikan konsumen jika terjadi masalah transaksi, seperti membuat konsumen sulit melakukan keluhan kepada pelaku usaha yang tidak jelas identitasnya.

Hak yang penting namun sulit diwujudkan dalam transaksi *e-commerce* adalah hak terhadap jaminan kerahasiaan data pribadi konsumen oleh pelaku usaha. Saat ini, hak ini belum diatur secara khusus dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Jaminan kerahasiaan data menjadi krusial untuk menjaga keamanan dan kenyamanan konsumen saat bertransaksi. Keberadaan hak ini diperlukan agar pelaku usaha bertanggungjawab dalam menjaga kerahasiaan data pribadi konsumen, mengingat potensi risiko jika pelaku usaha tidak jujur atau tidak menjaga keamanan data tersebut. Data pribadi konsumen yang tidak dijaga kerahasiaannya dapat disalahgunakan dengan diperjualbelikan kepada pihak lain demi kepentingan promosi tujuan lain yang tidak diinginkan. Jika diamati, hak-hak konsumen yang diatur secara normatif oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) tampaknya terbatas pada kegiatan perdagangan yang bersifat konvensional. Selain itu, fokus perlindungan cenderung hanya ditujukan kepada aspek konsumen dan produk yang diperdagangkan, sedangkan perlindungan terhadap pelaku usaha, seperti informasi tentang identitas perusahaan pelaku usaha dan jaminan kerahasiaan data konsumen, belum sepenuhnya diakomodir oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Penting dicatat bahwa hak-hak ini memiliki signifikansi besar dalam memastikan keamanan konsumen dalam bertransaksi dan perlu diatur dengan lebih rinci.⁷⁷

⁷⁷ Helda Natalia Simanullang, 2017, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-commerce*, Melayunesia Law, Vol. 1, No. 1, Desember 2017, available from: https://myl.ejournal.unri.ac.id/index.php/ML/article/download/4497/pdf_1, diakses 15 Desember 2023.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) memiliki keterbatasan dalam melindungi konsumen dalam transaksi *e-commerce*, yang terlihat pada pembatasan definisi pelaku usaha. Ketentuan “Pasal 1 angka (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menyatakan bahwa pelaku usaha merujuk kepada *Setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi*”. Namun, penjelasan pada ketentuan “Pasal 1 angka (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) memperinci bahwa yang dimaksud dengan pelaku usaha mencakup *Perusahaan, Korporasi, BUMN, Koperasi, Importir, Pedagang, Distributor, dan lain-lain*”. Hal ini menunjukkan bahwa fokus definisi pelaku usaha masih lebih condong kepada entitas bisnis baru seperti *e-commerce*. Dengan demikian, keterbatasan definisi ini dapat menghambat perlindungan yang optimal terhadap konsumen dalam konteks transaksi *e-commerce*.⁷⁸

C. Perlindungan Hukum yang Sebaiknya Diatur dalam Transaksi *E-commerce*

Perlindungan hukum yang sebaiknya diatur didalam transaksi *e-commerce* mencakup 4 (empat) materi utama yang perlu diperhatikan untuk melindungi hak konsumen. Materi tersebut melibatkan aspek-aspek krusial yang perlu diatasi secara hukum untuk memastikan perlindungan

⁷⁸ Bagus Hanindyo Mantri, 2007, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce*, Jurnal *Law Reform*, Vol. 3, No. 1, Oktober 2007, available from: <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/lawreform/article/view/12340>, diakses pada tanggal 15 Desember 2023.

yang optimal terhadap konsumen dalam konteks transaksi *e-commerce*, sebagai berikut:⁷⁹

a. Perlindungan Hukum Dari Segi Pelaku Usaha:

- 1) Mengenai konteks ini, dimana pelaku usaha memiliki kewajiban untuk menyertakan identitas pada situs *web* mereka, temuan dari penelitian terhadap pelaku usaha toko *online* mengungkapkan bahwa beberapa di antaranya hanya menampilkan nomer telfon dan email tanpa mencantumkan identitas lengkap maupun alamat fisik secara jelas. Harapannya, dengan memasukkan identitas ini, kepastian hukum bagi konsumen yang bertransaksi dapat lebih terjamin
- 2) Berdasarkan hasil temuan penelitian, terungkap bahwa tidak ada lembaga penjamin keabsahan toko *online* di Indonesia. Hal ini membuka kemungkinan bagi konsumen untuk bertransaksi dengan toko *online* yang mungkin hanya fiktif.

b. Perlindungan Hukum Dari Segi Konsumen

Adanya kepastian perlindungan kerahasiaan informasi pribadi konsumen sangatlah penting. Jika pelaku usaha tidak menjaga kerahasiaan data pribadi tersebut, ada potensi data tersebut diperdagangkan oleh pihak lain untuk kepentingan promosi.

c. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dari Segi Produk
Mengamanatkan pelaku usaha untuk:

- 1) Menyajikan informasi yang jelas dan komprehensif terkait produk yang mereka tawarkan, terutama pada informasi mendasar seperti kualitas (apakah produk asli, tiruan, baru, bekas, jenis produk, ukuran), disamping informasi lain yang relevan seperti keunggulan produk. Ini sangat penting untuk

⁷⁹ Helda Natalia Simanullang, 2017, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-commerce*, Melayunesia Law, Vol. 1, No. 1, Desember 2017, available from: https://myl.ejournal.unri.ac.id/index.php/ML/article/download/4497/pdf_1, diakses pada tanggal 15 Desember 2023.

membantu konsumen membuat keputusan pembelian yang informasional. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha di Indonesia umumnya memberikan deskripsi produk yang minim, hanya mencangkup harga dan penjelasan yang terbatas, berbeda dengan pelaku usaha di luar negeri yang menyediakan informasi produk yang jelas dan rating kualitas produk, seperti yang dilakukan oleh Amazon.com.

- 2) Menyajikan informasi produk dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan tidak menimbulkan multitafsir. Mengingat karakteristik perdagangan *e-commerce* yang melibatkan transaksi lintas batas, penting untuk menggunakan bahasa yang sesuai dengan negara asal pelaku usaha. Oleh karena itu, konsumen harus dapat bertransaksi dengan pelaku usaha yang menggunakan bahasa yang dapat mereka pahami.
 - 3) Memberikan jaminan keamanan dan kenyamanan konsumen dalam menggunakan atau mengkonsumsi produk yang ditawarkan.
 - 4) Menyediakan jaminan bahwa produk yang ditawarkan sesuai dengan apa yang dipromosikan oleh pelaku usaha.
- d. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dari Segi Transaksi
- 1) Penyediaan informasi yang jelas mengenai persyaratan yang harus dipenuhi oleh konsumen saat melakukan transaksi, termasuk pengisian data pribadi dan alamat lengkap pada formulir yang tersedia di situs *web* pelaku usaha. Hal ini bertujuan untuk keperluan administrasi dan penilaian kredibilitas konsumen.
 - 2) Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk meninjau kembali transaksi yang akan mereka lakukan, yang dapat dilakukan melalui fasilitas seperti pembatalan pesanan atau opsi "*I dont Agree*" untuk menghindari kesalahan transaksi.

- 3) Memastikan bahwa harga produk yang ditawarkan mencakup informasi mengenai ongkos kirim atau biaya pengiriman tambahan.
- 4) Menyediakan informasi tentang kebijakan pengembalian barang, termasuk mekanismenya, agar konsumen dapat memahami prosedur pengembalian barang yang mungkin rusak atau cacat produksi.
- 5) Menjelaskan dengan jelas mekanisme penyelesaian sengketa, yang merupakan informasi penting bagi konsumen untuk mengetahui langkah-langkah yang dapat diambil jika terjadi sengketa.
- 6) Menentukan jangka waktu yang wajar untuk pengajuan klaim, agar konsumen memiliki cukup waktu untuk mengajukan klaim terkait produk yang mungkin bermasalah.
- 7) Menyediakan rekaman transaksi yang dapat diakses oleh konsumen sebagai bukti transaksi yang telah atau sedang berlangsung.
- 8) Memberikan informasi terperinci mengenai mekanisme pengiriman barang, termasuk pilihan pengiriman melalui kurir, jasa pengiriman atau *Cash On Delivery* (COD).