

POSTULAT

Journal Of Law

Februari, 2023: Vol. 01 No. 01, hal.: 16-25

<https://doi.org/10.37010/postulat.v1i1.1148>

Perlindungan Hukum Para Pihak dalam Transaksi Bisnis Elektronik Online *Legal Protection of the Parties in Online Electronic Business Transactions*

Dhiko Rahnutomo

Sekolah Tinggi Ilmu Hukum Iblam
dhikoduplicate@gmail.com

Abstrak

Teknologi informasi dan komunikasi telah berkembang begitu luas dan berdampak langsung dalam memberikan kemudahan bagi masyarakat di Indonesia. Salah satu dampak yang dirasakan oleh masyarakat dari perkembangan teknologi dapat dilihat melalui semakin maraknya kegiatan perekonomian yang memanfaatkan internet sebagai media transaksi yang dilakukan secara elektronik. *E-commerce* atau yang sering disebut dengan transaksi elektronik merupakan suatu kegiatan perdagangan yang dilakukan secara online oleh pelaku usaha dan konsumen dalam melakukan kegiatan perdagangan. Transaksi elektronik membawa dampak baik dan buruk bagi pihak-pihak yang terlibat. Baik konsumen maupun pemilik bisnis berhak atas perlindungan hukum atas kerugiannya yang dialaminya. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaturan hukum dalam transaksi bisnis elektronik melalui *ecommerce* dan mengungkapkan perlindungan hukum bagi para pihak jika adanya tindak kecurangan atau pelanggaran selama transaksi bisnis elektronik berlangsung. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini yaitu bagaimana perlindungan hukum pada para pihak dalam transaksi bisnis elektronik dan apa saja permasalahan hukum yang dihadapi konsumen dalam melakukan transaksi bisnis elektronik. Metode penulisan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis hukum normatif serta menggunakan pendekatan undang-undang yang berkaitan dengan hak-hak para pihak, kewajiban para pihak, larangan-larangan pelaku usaha serta tanggung jawab para pihak dalam melakukan transaksi yang bersifat online. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum untuk para pihak dalam transaksi bisnis elektronik atau *e-commerce* meliputi perlindungan hukum bagi konsumen berupa: ganti rugi terhadap kerugian yang diderita oleh pihak konsumen sebagaimana yang telah diatur dalam perundangundangan dan perlindungan hukum bagi pemilik usaha berupa uang muka oleh konsumen yang telah memasuki transaksi online. Dari sisi hukum perdata, perlindungan hukum bagi para pihak dengan adanya tiga asas pokok dalam membuat dan melaksanakan suatu perjanjian yaitu a) Asas kebebasan berkontrak atau sistem terbuka, b) Asas konsensualisme, c) Asas itikad baik.

Kata Kunci: transaksi elektronik, perlindungan hukum, perlindungan konsumen

Abstract

Information and communication technology has developed so widely and has a direct impact on providing convenience for people in Indonesia. One of the impacts felt by the community from technological developments can be seen through the increasing number of economic activities that use the internet as a medium for transactions carried out electronically. E-commerce or what is often referred to as electronic transaction is a trading activity carried out online by business actors and consumers in conducting trading activities. Electronic transactions have both good and bad effects on the parties involved. Both consumers and business owners are entitled to legal protection for their losses. This study aims to examine the legal arrangements in electronic business transactions through e-commerce and disclose legal protection for the parties if there is an act of fraud or violation during an electronic business transaction. The problems raised in this study are how the legal protection for the parties in electronic business transactions and what are the legal problems faced by consumers in conducting electronic business transactions. The writing method in this study uses a normative legal analysis method and uses a legal approach related to the rights of the parties, the obligations of the parties, the prohibitions of business actors and the responsibilities of the parties in conducting online transactions. The results of this study indicate that legal protection for parties in electronic business transactions or e-commerce includes legal protection for consumers in the form of: compensation for losses suffered by consumers as regulated in legislation and legal protection for business owners in the form of money advanced by consumers who have entered online transactions. In terms of civil law, legal protection for the parties includes three main principles in making and implementing an agreement, namely a) the principle of freedom of contract or an open system, b) the principle of consensualism, c) the principle of good faith.

Keywords: *electronic transactions, legal protection, consumer protection*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin pesat secara langsung juga berdampak dalam memberikan kemudahan bagi masyarakat di Indonesia. Salah satu dampak yang dirasakan dari perkembangan teknologi dapat dilihat melalui semakin maraknya kegiatan perekonomian yang memanfaatkan internet sebagai media transaksi yang dilakukan secara elektronik.

Dalam dunia bisnis, transaksi perdagangan elektronik diaplikasikan dalam pemasaran, penjualan dan pelayanan pelanggan. Berbeda dari pemasaran secara konvensional, pemasaran di internet cenderung lebih mudah dan dapat lebih cepat terhubung ke pelanggan walaupun berada di negara yang berbeda. Kegiatan jual beli saat ini semakin mengandalkan perdagangan elektronik atau *electronic commerce (e-commerce)* sebagai media transaksi.

Transaksi perdagangan elektronik (*e-commerce*) memberikan keuntungan bagi banyak pihak, sehingga saat ini transaksi melalui *e-commerce* sangat diminati, tidak saja bagi produsen, tetapi juga konsumen. *Electronic commerce* atau *ecommerce* merupakan segala aktivitas teknologi untuk otomatisasi transaksi bisnis dan memasarkan barang dagangan serta berbagai layanan *online*. Priyanka Tyagi dan Sudeshna Chakraborty.(2021) Menyatakan “Pemanfaatan media *e-commerce* dalam dunia perdagangan sangat membawa dampak pada masyarakat baik secara internasional maupun di Indonesia.”

Semakin maraknya pengguna internet, semakin marak pula perdagangan secara elektronik (*e-commerce*) dijalankan oleh pelaku bisnis dalam berbagai ukuran, mulai dari perusahaan raksasa sampai *online shop* (toko online) rumahan atau UMKM. Kehadiran *e-commerce* memang memberikan dampak yang dirasakan bagi konsumen. Misalnya di satu sisi telah mengubah perilaku konsumen menjadi semakin kritis dan selektif dalam menentukan produk yang akan dipilihnya. Begitu pula bagi produsen, kemajuan ini memberi dampak positif dalam memudahkan pemasaran produk sehingga dapat menghemat biaya, waktu dan lebih cepat terhubung dengan pelanggan.

Masyarakat pada umumnya menggunakan peralatan elektronik untuk melaksanakan transaksi komersial sehingga merasa tidak perlu mengacuhkan permasalahan-permasalahan yang akan ditimbulkannya. Misalnya penarikan uang dari ATM atau membeli sesuatu dengan menggunakan ATM Cards atau *Credit Cards* atau *Debit Cards*. Saat ini penggunaan ATM Cards atau *Credit Cards* dalam perdagangan menjadi suatu yang biasa.

Namun tidak jarang dalam kegiatan transaksi melalui media elektronik (*ecommerce*) ini menimbulkan beberapa masalah yang terjadi. Beberapa masalah yang dapat terjadi diantaranya dalam hal yang berkaitan dengan kualitas produk yang dibeli oleh *customer* tidak sesuai dengan informasi atau *spesifikasi* yang ditawarkan oleh penjual. Masalah lainnya yaitu dengan perkembangan internet yang terus berubah menimbulkan kekhawatiran masyarakat tentang keamanan data atau informasi personal mereka yang seharusnya menjadi data rahasia dan kinerja jaringan *e-commerce* yang kurang baik.

Ahmad M.Ramli (2000). Pentingnya permasalahan hukum di bidang *e-commerce* adalah terutama dalam memberikan perlindungan terhadap para pihak yang melakukan transaksi melalui internet.² *E-commerce* pada dasarnya merupakan model transaksi jual-beli modern yang mengaplikasikan inovasi teknologi seperti internet sebagai media transaksi. Maka dari itu, selama tidak diperjanjikan lain, maka ketentuan umum tentang perikatan dan perjanjian jual-beli diatur dalam Buku III KUH Perdata berlaku sebagai dasar hukum aktivitas *e-commerce* di Indonesia. Sakona& Yuyun Sri Anggriany (2014).

Buku III KUH Perdata berisikan tiga asas pokok dalam membuat dan melaksanakan suatu perjanjian. Ketiga asas tersebut adalah: a) Asas kebebasan berkontrak atau sistem terbuka, b) Asas konsensualisme, c) Asas itikad baik. Dikatakan bahwa hukum perjanjian menganut sistem terbuka, artinya hukum perjanjian memberikan kebebasan yang seluas-luasnya kepada masyarakat untuk mengadakan perjanjian yang berisi apa saja, asalkan tidak melanggar aturan yang memaksa, ketertiban umum dan kesusilaan. Sugeng Santoso (2016).

Abdul Halim Barkatullah& Syahrída (2010) Menyatakan “Dalam ruang lingkup jual beli, khususnya di bidang *e-commerce*, perjanjian yang disepakati meliputi setuju tentang barang dan harganya, dimana barang harus diserahkan, siapa yang bertanggungjawab membayar biaya pengantaran barang”. Namun tidak bisa dipungkiri tidak semua masyarakat aware dan teliti sebelum melakukan transaksi di *e-commerce*. Di beberapa kasus masih ditemukan permasalahan-permasalahan yang dialami oleh masyarakat selama membeli barang atau melakukan transaksi elektronik atau *e-commerce* ini. Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan hukum pada para pihak dalam transaksi bisnis elektronik?
2. Apa saja permasalahan hukum yang dihadapi konsumen dalam melakukan transaksi bisnis elektronik?



HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengertian dan Sejarah Perkembangan Transaksi Bisnis (*E-Commerce*)

Istilah *electronic commerce* atau *e-commerce* dapat dikatakan masih terdengar asing bagi sebagian besar masyarakat di Indonesia. Pada umumnya transaksi *e-commerce* baru diterapkan oleh golongan menengah ke atas. Sampai dengan saat ini, masih belum ada suatu pendefinisian yang baku tentang keberadaannya dikenal juga sebagai transaksi *electronic commerce* (*e-commerce*).

John M. Echols dan Hassan Shadily (2003) mengemukakan bahwa *E-commerce* berasal dari kata dalam bahasa Inggris, penggabungan dua buah kata, yaitu kata E yang merupakan kepanjangan dari *Electronic* dan kata *Commerce*. Menurut bahasa (*etimologi*) adalah sebagai berikut (E) *electronic* adalah ilmu elektronik (muatan listrik), alat-alat elektronik, atau semua hal yang berhubungan dengan dunia elektronika dan teknologi. Sedangkan (C) *commerce* adalah perdagangan dan perniagaan. Adapun menurut istilah pengertian *ecommerce* adalah transaksi perdagangan melalui media elektronik yang terhubung dengan internet (Adi Sulisty Nugroho, 2016).

Secara sederhana *e-commerce* dapat diartikan sebagai konsep penerapan *ebusiness* sebagai strategi jual-beli barang dan jasa melalui jaringan elektronik dan biasanya melibatkan transaksi data elektronik, sistem manajemen *inventory* otomatis dan sistem pengumpulan data otomatis. Hal ini disebabkan semakin pesatnya perkembangan teknologi informasi baik dalam segi efisiensi serta keamanannya, sehingga memunculkan ide-ide untuk menjadikan teknologi informasi itu sebagai media untuk melakukan pemasaran, promosi, bahkan transaksi data yang dianggap bisa lebih efisien dan mempermudah transaksi jual-beli.

Lahirnya *e-commerce* di Indonesia bermula dari hadirnya IndoNet. Saat itu, IndoNet sebagai *Internet Service Provider* (ISP) di Indonesia. Kemunculan IndoNet menjadi cikal bakal pemanfaatan teknologi dalam segala bidang. Tidak terkecuali pada bisnis *online*. Kemudian, pada tahun 1996, muncul *Dyviacom Intrabumi* atau D-Net yang dianggap sebagai perintis jual beli *online*. Kehadiran media transaksi ini tentu saja menjadi kabar yang baik tidak hanya pemilik bisnis melainkan konsumen. Dengan menggunakan internet, proses transaksi akan jauh lebih mudah (Xendit, 2022).

Saat ini, bisa dikatakan bahwa era keemasan *e-commerce* di Indonesia. Adanya situasi pandemi COVID-19 memberikan dampak yang cukup signifikan dalam perkembangan *e-commerce* di Indonesia. Masyarakat seakan lebih memilih untuk melakukan jual beli melalui *e-commerce* dengan menggunakan beberapa fitur yang diberikan oleh *e-commerce* tersebut.

2. Perlindungan Hukum pada Para Pihak dalam Transaksi Bisnis Elektronik

Perlindungan hukum merupakan perlindungan akan harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh subjek hukum berdasarkan ketentuan hukum dari kesewenangan. Perlindungan hukum merupakan hak yang harus diperoleh setiap warga negara, sedangkan negara merupakan kewajibannya dalam memenuhi perlindungan hukum setiap warganya. Perlindungan hukum harus diberlakukan secara menyeluruh tanpa ada tendensi apapun kepada setiap warga negara.

Menurut Satjipto Rahardjo, perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia (HAM) yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum. Maria Theresia Geme mengartikan perlindungan hukum adalah berkaitan dengan tindakan negara untuk melakukan sesuatu dengan (memberlakukan hukum negara secara *eksklusif*) dengan tujuan untuk memberikan jaminan kepastian hak-hak seorang atau kelompok orang (Salim HS, & Erlies Septiana Nurbani, 2014).

Secara umum, perlindungan hukum tidak hanya berlaku pada satu aspek saja, melainkan berlaku untuk segala aspek dalam kehidupan setiap orang. Termasuk dalam memberikan rasa aman. Pada dasarnya perlindungan hukum bagi para pihak dalam transaksi *ecommerce* adalah sama, yaitu dengan adanya peran pemerintah untuk melindungi kepentingan produsen dan konsumen dalam melakukan kegiatan

perdagangan. Salah satu wujud peran pemerintah, yaitu dengan dibuatnya undang-undang yang mengatur tentang hak dan tanggung jawab masing-masing para pihak.

Dalam transaksi jual beli secara elektronik, para pihak terkait didalamnya melakukan hubungan hukum yang dituangkan melalui suatu bentuk perjanjian atau kontrak yang juga dilakukan secara elektronik. Dalam suatu perjanjian tersebut berisi aturan dan kondisi yang dibuat oleh penjual yang harus dipatuhi oleh pembeli yang isinya tidak memberatkan pembeli dan aturan tersebut dapat dijadikan sebagai undang-undang dan perlindungan hukum bagi kedua belah pihak.

Prinsip perjanjian melalui internet dapat terlaksana dengan baik jika memperhatikan hal-hal berikut ini:

1. Cara berkomunikasi kedua belah pihak harus memperhatikan beberapa situasi untuk tidak memberikan informasi yang tidak pantas (ilegal).
2. Garansi dan Vrijwaring; Dalam perjanjian tersebut harus dinyatakan jaminan yang harus dibuat oleh salah satu pihak (penjual) dan harus bebas dari unsur penjiplakan, memperhatikan hak intelektual dan tidak melanggar ketentuan hukum yang ada.
3. Biaya; Para pihak dapat mengadakan kesepakatan bahwa kewajiban membayar ganti rugi dilakukan dengan risk sharing (pembagian risiko).
4. Pembayaran; Mengenai harga dan cara pembayaran apakah sekaligus kredit ataupun pembayaran berdasarkan jumlah tertentu dari tugas yang telah diselesaikan.
5. Kerahasiaan; Dalam hal ini perlu dibuat untuk memastikan agar pihak terikat untuk menjaga kerahasiaan informasi yang terdapat dalam perjanjian

Perlindungan hukum di dalam perjanjian *e-commerce* biasanya berbentuk dokumen elektronik. Dokumen tersebut dibuat oleh pihak *e-commerce* yang berisi aturan dan kondisi yang harus dipatuhi oleh *customer* tetapi isinya tidak memberatkan *customer*. Aturan dan kondisi tersebut juga dipakai sebagai perlindungan hukum bagi kedua belah pihak.

Perlindungan hukum bagi pelaku *e-commerce* dan konsumen antara lain (Lathifah Hanim, 2014)

1. Perlindungan hukum untuk merchant yang berjualan di *e-commerce* terutama ditekankan dalam hal pembayaran, merchant mengharuskan *customer* untuk melakukan pelunasan pembayaran dan kemudian melakukan konfirmasi pembayaran, baru setelah itu akan dilakukan pengiriman barang yang dipesan.
2. Perlindungan hukum untuk konsumen terletak pada garansi berupa pengembalian atau penukaran barang jika barang yang diterima tidak sesuai dengan yang dipesan.
3. *Privacy* Data pribadi pengguna media elektronik harus dilindungi secara hukum. Pemberian informasinya harus disertai oleh persetujuan dari pemilik data pribadi. Hal ini merupakan bentuk perlindungan hukum bagi para pihak yang melakukan transaksi *e-commerce*, yang termuat dalam Pasal 25 UU ITE “Informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang disusun menjadi karya intelektual, situs internet, dan karya intelektual yang ada di dalamnya dilindungi sebagai hak kekayaan intelektual berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan”.

Dalam hubungannya antara suatu perdagangan dan hukum perdata mengenal adanya asas-asas hukum perjanjian. Ini dijelaskan dalam Buku III KUH Perdata mengenal tiga asas pokok dalam membuat dan melaksanakan suatu perjanjian. Ketiga asas tersebut adalah: a) Asas kebebasan berkontrak atau sistem terbuka, b) Asas konsensualisme, c) Asas itikad baik.

Pertama, asas kebebasan berkontrak atau sistem terbuka. Salah satu hukum perjanjian adalah asas kebebasan berkontrak (*freedom of contract*) (Munir Fuady, 2001). “Artinya para pihak bebas membuat suatu perjanjian dan mengatur sendiri isi perjanjian itu, sepanjang memenuhi ketentuan sebagai berikut.”:¹¹

1. Memenuhi syarat sebagai suatu perjanjian;



2. Tidak dilarang oleh undang-undang;
3. Sesuai dengan kebiasaan yang berlaku;
4. Sepanjang perjanjian tersebut dilaksanakan dengan itikad baik

Asas kebebasan berkontrak ini merupakan refleksi dari sistem terbuka (*open system*) dari hukum perjanjian. Asas sistem terbuka dalam perjanjian mengandung suatu prinsip kebebasan membuat perjanjian, dalam KUH Perdata lazimnya disimpulkan dalam pasal 1338 ayat (1), yang berbunyi: “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”. Sehingga dari pembahasan di atas secara umum, makna kata semua dalam ketentuan pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata adalah:

1. Bebas dalam hal seseorang untuk membuat atau tidak membuat perjanjian.
2. Bebas dalam hal subjek, menentukan dengan siapa akan mengikatkan diri dalam perjanjian.
3. Bebas dalam hal menentukan bentuk perjanjian.
4. Bebas dalam hal menentukan isi dan syarat perjanjian.
5. Serta bebas dalam menentukan ketentuan-ketentuan hukum yang berlaku bagi perjanjian yang dibuatnya.

Kedua adalah asas konsensualisme. Dalam hukum perjanjian berlaku asas yang dinamakan asas konsensualisme. Perkataan ini berasal dari “*consensus*” yang berarti sepakat. Asas konsensualisme merupakan dasarnya perjanjian dan perikatan yang dilahirkan sejak detik tercapainya kesepakatan. Dengan kata lain, perjanjian sudah sah apabila sudah sepakat mengenai hal-hal pokok dan tidaklah diperlukan sesuatu formalitas tertentu, kecuali untuk perjanjian yang memang oleh undang-undang dipersyaratkan suatu formalitas tertentu.

Asas konsensualisme tersebut lazimnya disimpulkan dari pasal 1320 KUH Perdata, yang berbunyi: “Perjanjian yang dibuat secara sah diperlukan empat syarat, antara lain:

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya;
2. Kecakapan untuk membuat suatu perjanjian;
3. Suatu hal tertentu;
4. Suatu sebab yang halal.

Ketiga adalah asas itikad baik. Hukum perjanjian mengenal pula asas itikad baik yang terbagi 2 (dua), yaitu: 1) Itikad baik dalam pengertian subjektif yang merupakan sikap batin seseorang pada waktu melakukan hubungan hukum yang sah yakni kejujuran. Seseorang yang tahu bahwa dia telah mampu melakukan hubungan hukum adalah dirinya sendiri dan pihak lawan juga harus berhati-hati. Untuk mendeteksi kejujuran dalam perjanjian adalah perjanjian yang timbul dari kesepakatan yang diperoleh tidak karena paksaan, penipuan, kekhilafan, dan penyalahgunaan keadaan. 2) Itikad baik dalam pengertian objektif adalah kepatutan dari isi perjanjian itu sendiri.

Hal ini yang dimaksud dengan itikad baik pada pasal 1338 ayat 3 KUH Perdata: “suatu perjanjian harus dilakukan dengan itikad baik”. Asas itikad baik ini menghendaki bahwa suatu perjanjian dilaksanakan secara jujur, yakni dengan mengindahkan norma-norma kepatutan dan kesusilaan. Asas ini adalah salah satu sendi terpenting dari hukum perjanjian.

Berdasarkan ketentuan Pasal 1320 KUH Perdata, untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan syarat-syarat sebagai berikut:

1. Sepakat mereka yang mengikatkan diri/adanya kesepakatan para pihak
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan
3. Suatu hal tertentu/adanya objek tertentu
4. Suatu sebab yang halal

Dua syarat yang pertama adalah syarat subjektif karena merupakan syarat mengenai pihak-pihak yang mengadakan perjanjian. Sedangkan kedua syarat yang terakhir adalah syarat objektif karena merupakan syarat mengenai objek perjanjian. Jika syarat subjektif tidak terpenuhi, perjanjian dapat

dibatalkan atas permintaan pihak yang berhak atas suatu pembatalan. Namun apabila para pihak tidak ada yang keberatan, maka perjanjian tersebut dianggap sah. Jika syarat obyektif tidak terpenuhi, perjanjian dapat batal demi hukum yang berarti sejak semula dianggap tidak pernah diadakan perjanjian.

Konsumen dan pelaku usaha merupakan pihak-pihak yang harus mendapat perlindungan hukum. Namun, posisi konsumen pada umumnya lemah dibandingkan dengan pelaku usaha. Hal ini berkaitan dengan tingkat kesadaran akan haknya, kemampuan financial, dan daya tawar (*bargaining position*) yang rendah. Padahal tata hukum tidak bisa mengandung kesenjangan. Tata hukum harus memposisikan pada tempat yang adil dimana hubungan konsumen dengan pelaku usaha berada pada kedudukan yang saling menghendaki dan mempunyai tingkat ketergantungan yang cukup tinggi satu dengan yang lain.

Kontrak elektronik dalam transaksi *e-commerce* harus memiliki kekuatan hukum yang sama dengan kontrak konvensional. Oleh karena itu, kontrak *ecommerce* harus juga mengikat para pihak sebagaimana Pasal 18 Ayat (1) UU ITE menyebutkan bahwa “transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak”. Seperti halnya kontrak konvensional, para pihak memiliki kebebasan untuk memilih hukum yang berlaku bagi transaksi elektronik yang sifatnya internasional. Dalam Pasal 18, Ayat (2) UU ITE menyatakan bahwa: “para pihak memiliki kewenangan untuk memilih hukum yang berlaku bagi transaksi elektronik internasional yang dibuatnya”.

Tanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen akibat dari pemakaian transaksi jual beli online sudah seharusnya dibebankan kepada pihak pelaku usaha. Tanggung jawab yang dimaksud ialah tanggung jawab dari adanya *wanprestasi* atau ingkar janji dalam berbagai bentuk yang menyebabkan cederanya perjanjian atau kesepakatan oleh pihak pelaku usaha, sehingga apa yang seharusnya menjadi hak dari konsumen tidak bisa didapat.

Pada dasarnya pelaku usaha dalam menjalankan bisnis baik konvensional maupun online perlu memiliki rasa tanggung jawab atas kerugian yang diderita oleh konsumen karena kelalaiannya dalam melaksanakan pelayanan jual beli secara online. Mengenai ketersediaan barang dengan rinciannya yang dipaparkan dalam sebuah aplikasi jual beli online, pada dasarnya berada dalam tanggung jawab pihak penjual barang. Namun mengenai tanggung jawab terhadap setiap kerugian yang diderita oleh konsumen sudah sepatutnya dibebankan kepada pelaku usaha jual beli online, karena selama proses transaksi berlangsung dari pihak pelaku usaha jual beli online lah yang berhadapan langsung secara digital dengan konsumen.

3. Permasalahan Hukum yang Dihadapi Konsumen dalam Melakukan Transaksi Bisnis Elektronik

Saat ini kejahatan yang terjadi tidak hanya dikategorikan sebagai kejahatan secara fisik saja, tetapi kejahatan juga sudah mengalami perkembangan seiring arus modernisasi kehidupan. Pada tahun 2016, berdasarkan data yang didapat oleh pihak Tekno Liputan6.com pada Selasa tanggal 31 Mei 2016 menyatakan bahwa Indonesia menempati posisi pertama sebagai negara yang pengguna internetnya menjadi korban kejahatan siber di antara 26 negara lain yang disurvei. Sedangkan menurut Juru Bicara Kominfo yaitu Dedy Permadi menyatakan bahwa sepanjang tahun 2021, Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia menerima laporan aduan penipuan transaksi online sebanyak 115.756 laporan (CNN Indonesia, Kominfo Catat Kasus Penipuan Online Terbanyak, 2002).

Kejahatan dalam transaksi bisnis elektronik yang paling terkenal adalah penipuan secara online. Wahidi dan Labib mengatakan bahwa bisnis online atau *ecommerce* sudah menjadi tren saat ini, akan tetapi membuka celah bagi pihak yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan suatu tindak kejahatan yang menyebabkan kerugian bagi orang lain. (Abdul Wahidi and M. Labib, 2005).

Survei yang dilakukan oleh situs jual-beli Bukalapak.com ditemukan 1 dari 5 pengguna internet pernah menjadi korban penipuan online. Berdasarkan survei itu diketahui penipuan online dilakukan melalui situs media sosial baik itu forum, Facebook, maupun Twitter. Sebanyak 46 persen responden berdasarkan survei ini mengaku pernah mengalami penipuan melalui forum jual-beli, sedangkan 24 persen responden lagi melalui *Facebook*, adapun lainnya 16% tertipu melalui web dan 14% layanan pesan pendek. (Satria Nur Fauzi & Lushiana Primasari, 2018).



Penipuan secara online pada prinsipnya sama dengan penipuan konvensional. Perbedaan penipuan secara *online* dengan penipuan konvensional yaitu pada sarana perbuatannya yakni menggunakan sistem elektronik dengan melalui komputer, internet dan perangkat telekomunikasi. Namun dalam dunia bisnis *e-commerce* atau jual beli secara *online*, sistem penipuan yang sedang marak terjadi adalah penjual tidak mengirimkan barang yang sesuai dengan apa yang dipesan oleh konsumen.

Modus penipuan yang sering terjadi adalah penipuan penjualan barang berupa *handphone*. Beberapa penjual nakal di *e-commerce* biasanya akan mengiklankan produk *handphone* di etalase toko onlinenya. Jika ada pembeli atau konsumen yang membeli produk tersebut, penjual justru tidak akan mengirim barang berupa *handphone* yang sesuai dengan apa yang diiklankan, tetapi akan mengirim barang lain yang harganya jauh lebih murah.

Contoh kasus penipuan di atas terjadi pada tahun 2015. Saat itu pria bernama Danis Darusman meluapkan kekesalannya saat ia membeli *iPhone 6+* di situs belanja *online* di situs Lazada namun barang yang diterimanya adalah sabun batangan. Kasus tersebut sempat heboh dan viral karena Danis Darusman memposting kejadian yang ia alami di *platform Twitter*. Danis Darusman sempat komplain ke akun *Twitter* resmi Lazada Indonesia namun tak mendapat *respons*. Kemudian ia komplain lewat *email* ke layanan pelanggan dan akhirnya ada *respons* terkait kejadian yang ia alami. Saat itu pihak kepolisian juga turut menyelidiki kasus tersebut namun akhirnya pihak Lazada Indonesia bertanggung jawab atas kerugian yang dialami oleh Danis Darusman dan mengirim kembali *iPhone 6+* ke Danis Darusman. Kasus tersebut pada akhirnya berakhir damai (Aditya Panji, 2022).

Pada dasarnya kejahatan di dunia transaksi elektronik atau *e-commerce* bukan hanya dari sisi penipuan saja. Ada beberapa contoh kasus lain mengenai kejahatan transaksi elektronik atau *e-commerce* yang terjadi di Indonesia. Kasus yang lainnya yaitu kasus kebocoran data yang dialami oleh Tokopedia selaku salah satu *ecommerce* terbesar di Indonesia. Tokopedia pernah mengalami kebocoran data sebanyak 91 juta data akun pengguna Tokopedia yang diperjualbelikan oleh orang yang tidak bertanggung jawab.

Kasus tersebut terjadi pada tahun 2020. Tokopedia dilaporkan mengalami peretasan, bahkan jumlah data akun yang diretas diperkirakan 91 juta akun dan 7 juta akun merchant aktif. Padahal di tahun 2019, Tokopedia mengungkapkan bahwa ada sekitar 91 juta akun aktif di platformnya. Artinya hampir semua akun di platform Tokopedia berhasil diambil datanya oleh peretas. Pelaku atau peretas tersebut menjual data di dark web berupa user ID, email, nama lengkap, tanggal lahir, jenis kelamin, nomor *handphone* dan password yang masih ter-hash atau tersandi. (CNN Indonesia, Kronologi Lengkap 91 Juta Akun Tokopedia Bocor dan Dijual, 2022).

Semua data akun pengguna yang berhasil diretas tersebut dijual dengan harga US\$5.000 atau sekitar Rp74 juta. Bahkan menurut data dari CNN Indonesia, ada 14.999.896 akun Tokopedia yang datanya saat itu bisa didownload. Hal tersebut pun juga ditanggapi dan diakui oleh VP of *Corporate Communications* Tokopedia yaitu Nuraini Razak. Ibu Nuraini Razak mengakui ada upaya pencurian data pengguna. Namun ia menambahkan bahwa Tokopedia memastikan informasi penting pengguna, seperti password, tetap berhasil terlindungi.

Sampai saat ini, bentuk tanggung jawab yang diberikan oleh Tokopedia setelah terjadinya insiden penjualan 91 juta data akun tersebut adalah Tokopedia meningkatkan keamanan sibernya dan membuat sistem keamanan baru seperti fitur PIN Tokopedia, Google Authenticator dan Lapor Aktivitas *Login*. Fitur ini berfungsi untuk menghindari adanya aktivitas yang tidak dikenali pada akun Tokopedia kamu, sehingga dapat mencegah akun dari resiko pencurian ataupun *hacking*.

4. Hukum Perlindungan Konsumen

Sebelum masuk dalam substansi terkait ketentuan UUPK, ada baiknya kita mengenali dulu terkait beberapa istilah yang tidak asing dari konsumen. Konsumen yang diperbincangkan dalam hal ini ialah setiap pengguna barang atau jasa untuk kebutuhan diri sendiri, keluarga atau rumah tangga, dan tidak untuk memproduksi barang/jasa lain atau memperdagangkannya kembali, adanya transaksi konsumen yang mana maksudnya ialah proses terjadinya peralihan kepemilikan atau penikmatan barang atau jasa dari

penyedia barang atau penyelenggara jasa kepada konsumen. Pasal 4 UUPK menyebutkan bahwa hak konsumen diantaranya; hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya .

Di sisi lain, kewajiban bagi pelaku usaha sesuai Pasal 7 UUPK diantaranya; memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan; memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian Maka konsumen sesuai Pasal 4 huruf h UUPK berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Sedangkan, pelaku usaha itu sendiri sesuai Pasal 7 huruf g UU PK berkewajiban memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian. Apabila pelaku usaha tidak melaksanakan kewajibannya, pelaku usaha dapat dipidana berdasarkan Pasal 62 UUPK, yang berbunyi: “Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2) dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah).”

5. Kontrak Elektronik dan Perlindungan Konsumen berdasarkan UU ITE dan PP PSTE

Transaksi jual beli, meskipun dilakukan secara online, berdasarkan UU ITE dan PP PSTE tetap diakui sebagai transaksi elektronik yang dapat dipertanggungjawabkan. Kontrak Elektronik itu sendiri menurut Pasal 48 ayat (3) PP PSTE setidaknya harus memuat hal-hal sebagai berikut; data identitas para pihak; objek dan spesifikasi; persyaratan Transaksi Elektronik; harga dan biaya; prosedur dalam hal terdapat pembatalan oleh para pihak; ketentuan yang memberikan hak kepada pihak yang dirugikan untuk dapat mengembalikan barang dan/atau meminta penggantian produk jika terdapat cacat tersembunyi; dan pilihan hukum penyelesaian Transaksi Elektronik. Dengan demikian, pada transaksi elektronik yang terjadi dikasus dapat menggunakan instrumen UU ITE dan/atau PP PSTE sebagai dasar hukum dalam menyelesaikan permasalahannya

Terkait dengan perlindungan konsumen, Pasal 49 ayat (1) PP PSTE menegaskan bahwa Pelaku Usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Pada ayat berikutnya lebih ditegaskan lagi bahwa Pelaku Usaha wajib memberikan kejelasan informasi tentang penawaran kontrak atau iklan. Pasal 49 ayat (3) PP PSTE mengatur khusus tentang hal tersebut, yakni Pelaku Usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi. Selain kedua ketentuan tersebut di atas, apabila ternyata barang yang diterima tidak sesuai dengan foto pada iklan toko *online* tersebut (sebagai bentuk penawaran), kita juga dapat menggugat Pelaku Usaha (dalam hal ini adalah penjual) secara perdata dengan dalih terjadinya wanpretasi atas transaksi jual beli yang Anda lakukan dengan penjual.

PENUTUP

Pada era perdagangan bebas ini, terdapat dua hal yang berkaitan dengan konsumen. Pertama, konsumen diuntungkan karena dengan adanya perdagangan bebas ini, maka arus keluar masuk barang menjadi semakin lancar dan tidak terhambat dengan batasan wilayah atau suatu negara. Oleh karena itu, konsumen lebih banyak mempunyai pilihan dalam menentukan berbagai kebutuhan, baik berupa barang atau jasa, dari segi jenis dan macam barang, mutu, merek maupun harga.



Kedua, posisi konsumen di negara berkembang dirugikan, hal ini disebabkan lemahnya pengawasan di bidang standarisasi mutu barang, kualitas produk yang kurang baik dan lemahnya perlindungan hukum perundangundangan. Dalam hal ini *e-commerce* memiliki arti yang berbeda bagi setiap orang yang berbeda. Hal itu seperti kita mendefinisikan seekor singa, yaitu tergantung dari di bagian mana dari singa itu kita lihat atau pegang, maka akan berbeda pula definisi yang dapat diberikan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah perlindungan dan tanggungjawab hukum yang dihadapi konsumen dalam melakukan transaksi bisnis elektronik yaitu, perlindungan hukumnya terletak pada sejauh mana para pihak tunduk pada azas kebebasan berkontrak. Kebebasan berkontrak terdiri dari bukti tulisan, bukti saksisaksi, prasangka-prasangka, pengakuan dan bukti sumpah serta tanggung jawab pelaku usaha jual beli *online* atas kesalahan yang mengakibatkan kerugian terhadap konsumen. Pelaku usaha atau penjual di *e-commerce* perlu bertanggung jawab dalam memberikan informasi secara benar berupa informasi produk atau barang yang diiklankan atau dijual dalam media atau *platform* jual beli *online*.

Selain itu, penyelesaian masalah atau pertanggungjawaban antara pelaku usaha atau penjual di *e-commerce* dapat dilakukan dengan cara melalui jalur pengadilan (litigasi) yaitu dengan melakukan penuntutan atas kerugian yang dialaminya serta pemenuhan atas hak-haknya sebagai konsumen dapat dituangkan dalam bentuk tertulis.

Kedepannya diharapkan oleh penulis bahwa pemerintah sebaiknya memberikan pengawasan yang lebih ketat lagi bagi para pihak yang melakukan transaksi elektronik atau *e-commerce* ini. Pemerintah perlu melakukan atau mewajibkan diadakannya suatu perlindungan hukum perdata terhadap segala bentuk kegiatan yang menyangkut transaksi *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- Barkatullah, Abdul Halim dan Syahrída (2022). Sengketa Transaksi e-Commerce Internasional, Banjarmasin: FH Unlam Press, 2010 CNN Indonesia, “Kominfo Catat Kasus Penipuan Online Terbanyak: Jualan Online”, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20211015085350-185-708099/kominfo-catat-kasus-penipuan-online-terbanyak-jualan-online> (diakses pada 28 Oktober 2022) CNN Indonesia, “Kronologi Lengkap 91 Juta Akun Tokopedia Bocor dan Dijual”, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200503153210-185499553/kronologi-lengkap-91-juta-akun-tokopedia-bocor-dan-dijual>.
- Echols, John dan Hassan Shadily (2003). Kamus Inggris Indonesia, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fuady, Munir (2001). Hukum Kontrak (dari Sudut Pandang Hukum Bisnis), Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Hanim, Lathifah, “Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam ECommerce Sebagai Akibat Dari Globalisasi Ekonomi”, Jurnal Pembaharuan Hukum, Volume I No. 2 Mei – Agustus 2014
- Nugroho, Adi Sulistyó (2016). E-Commerce Teori dan Implementasi, Yogyakarta: Equilibria.
- Nur Fauzi, Satria dan Lushiana Primasari (2018). “Tindak Pidana Penipuan dalam Transaksi di Situs Jual Beli Online (E-Commerce)”, Recidive Volume 7 No. 3, Sept.- Des.2018
- Panji, Aditya, “Kasus Beli iPhone 6 Dapat Sabun Berakhir Damai”, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20150702133122-185-63867/kasusbeli-iphone-6-dapat-sabun-berakhir-damai> (diakses pada tanggal 28 Oktober 2022)
- Ramli, Ahmad M (2000). “Perlindungan Hukum dalam Transaksi E-Commerce”, Jakarta, Jurnal Hukum Bisnis.
- Sakona, Yuyun Sri Anggriany (2014). “Kedudukan E-Commerce dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik”, Universitas Kristen Satya Wacana.
- Salim dan Erlies Septiana Nurbani (2014) Penerapan Teori Hukum pada Penelitian Tesis dan Disertasi, Jakarta: Rajawali Pers.

Santoso, Sugeng, “Sistem Transaksi E-Commerce dalam Perspektif KUH Perdata dan Hukum Islam”, AHKAM, Volume 4, Nomor 2, November 2016.

Tyagi, Priyanka dan Sudeshna Chakraborty (2021). E Commerce for Entrepreneurs, New York: BPB Publications.

Wahidi, Abdul dan M. Labib, *Kejahatan Mayantara (Cyber Crime)*, Bandung:

Refika Aditama, Xendit (2005). “Inilah Sejarah Perkembangan E-commerce di Indonesia”, <https://www.xendit.co/id/blog/inilah-sejarah-perkembangan-e-commerce-diindonesia/> (diakses pada tanggal 28 Oktober 2022).

