

REGULASI E- COMMERCE DALAM UPAYA MENGOPTIMALKAN PERLINDUNGAN TERHADAP KONSUMEN DALAM KEGIATAN TRANSAKSI ONLINE

Holili, Agus Satory, Yeni Nuraeni

Universitas Pakuan, Indonesia

*Corresponding Author:
Holili

Abstract.

This research aims to analyze e-commerce provisions in an effort to optimize legal protection of consumers in online transaction activities. The research method used in this research is normative legal research, which is legal research conducted by examining library materials or secondary data. The results of this study indicate that the regulation of e-commerce is not in one whole form of laws or government regulations, but is still interrelated with one law and another, but overall, these regulations are designed to balance the needs of businesses to operate efficiently and the needs of consumers to obtain protection and justice. Comprehensive and regularly updated regulations are essential to deal with the fast-changing dynamics of e-commerce and ensure that the e-commerce ecosystem can thrive while safeguarding the interests of all parties involved. Legal issues concerning consumer protection become even more pressing in the event that a consumer conducts an e-commerce transaction with a merchant in another country. In such long-distance buying and selling, fraud often occurs and thus consumers must be protected. Such fraud can occur with regard to the whereabouts of the seller, with regard to the goods purchased, and with regard to the purchase order and payment by the buyer. The Indonesian government needs to urgently formulate and enact a special law for e-commerce and cyberlaw, which covers consumer protection, dispute resolution, and the responsibilities of parties in online transactions. Every e-commerce agreement should include clauses on limitation of liability, choice of law, and court jurisdiction to prevent disputes and facilitate settlement.

Keywords: E-commerce, Consumer protection, E-commerce regulation

PENDAHULUAN

E-commerce adalah suatu aktivitas perekonomian dengan infrastruktur internet memiliki jangkauan penerapan yang sangat luas. Seperti halnya internet, siapapun dapat melakukan kegiatan apapun termasuk kegiatan ekonomi, *e-commerce* juga memiliki segmentasi penerapan yang luas. Secara garis besar, *e-commerce* diterapkan untuk melaksanakan aktivitas ekonomi *business-to-business*, *business-to-consumer*, dan *consumer-to-consumer*.¹

¹ Sugeng Santoso, “Sistem Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif KUH Perdata dan Hukum Islam”, Jurnal AHKAM, Vol. 4 No. 2 (2016), hlm. 220.

Transaksi *e-commerce* di dalam hal pembayaran (*payment instruction*) melibatkan beberapa pihak selain dari pembeli (*cardholder*) dan penjual (*merchant*), para pihak itu adalah payment gateway (pihak ketiga). Keterlibatan pihak-pihak lain, di dalam transaksi *e-commerce* merupakan suatu keharusan, karena transaksi dalam *e-commerce* melalui media internet merupakan bentuk transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak tanpa saling bertemu *face-to-face* atau bahkan tidak saling mengenal, sebab transaksi mereka dalam dunia maya atau virtual.²

Perkembangan ekonomi digital atau juga disebut dengan *e-commerce* disambut baik oleh masyarakat Indonesia, sehingga pemerintah harus menertibkan terhadap transaksi-transaksi yang berbasis digital dengan adanya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 dan terakhir diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 (untuk selanjutnya disingkat UU ITE).

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (untuk selanjutnya disingkat UU Perdagangan) dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (untuk selanjutnya disingkat UUPK) merupakan acuan bagi setiap pelaku usaha dalam melakukan transaksi perdagangan, baik perdagangan konvensional maupun perdagangan melalui *online* atau *e-commerce*. Dalam UU Perdagangan, diatur mengenai sistem perdagangan elektronik dengan ketentuan bahwa setiap orang atau badan usaha yang memperdagangkan barang atau jasa wajib menyediakan data dan informasi secara lengkap dan benar. *E-commerce* diatur dalam Pasal 65 dan 66 UU Perdagangan BAB VIII mengenai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Sementara untuk ketentuan lebih lanjut akan diatur dalam Peraturan Pemerintah yang hingga saat ini masih didorong penyelesaiannya.³

Selain itu di dalam Pasal 9 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik menyatakan “*Para pihak dalam PMSE harus memiliki, mencantumkan, atau menyampaikan identitas subyek hukum yang jelas*” dan diperjelas mengenai identitas subjek hukum di dalam penjelasan Peraturan pemerintah tersebut yaitu: “*Yang dimaksud dengan "identitas subjek hukum" adalah semua informasi yang menerangkan keberadaan dan legalitas subjek hukum yang bersangkutan, baik individu maupun badan hukum, yang tercantum di dalam antara lain Kartu Tanda Penduduk, Izin Usaha, Nomor Surat Keputusan Pengesahan Badan*

² *Ibid.*

³ Deky Pariadi. “Pengawasan e-commerce dalam undang-undang perdagangan dan undang-undang perlindungan konsumen”, *Jurnal Hukum & Pembangunan*, Vol. 48, No. 3 (2018), hlm.653.

*Hukum, Nomor Identitas Pelaku Usaha PMSE yang diberikan oleh Menteri, nomor rekening bank, atau nomor telepon seluler. Kejelasan subjek hukum sebagai PPMSE dalam negeri dan/atau PPMSE luar negeri dapat dipenuhi dengan pencantuman Nomor Identitas Pelaku Usaha PMSE yang diberikan oleh kementerian yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang perdagangan”.*⁴

Tujuan dibentuknya undang-undang tersebut untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan bagi para pelaku usaha sektor *e-commerce* dan memberikan perlindungan terhadap konsumen, akan tetapi masih banyak pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha *e-commerce* selain itu masih banyak bertebaran bebas di dunia maya pelaku usaha *e-commerce* yang informal yang secara legalitas masih tidak jelas sehingga hal tersebut dapat menjadi pemicu kecurigaan terhadap negara dan juga meningkatnya penipuan *online* yang dapat merugikan konsumen bahkan terhadap pendapatan negara yang secara langsung melanggar ketentuan Pasal 65 dan 66 UU Perdagangan dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik pada pasal 9 ayat (1) serta UUPK.

Penguatan perlindungan konsumen dalam perdagangan *e-commerce* adalah aspek yang sangat penting. Penguatan tidak cukup hanya sebatas pengaturan regulasi, diperlukan penguatan dalam bentuk mekanisme kelembagaan yang meningkatkan signifikansi dan kepercayaan (kredibilitas) dari lembaga-lembaga terkait yang memiliki kewenangan untuk melindungi kedua belah pihak (pelaku usaha dan konsumen) dari praktik penipuan dan penyalahgunaan media internet.

METODE

Jenis Penelitian ini adalah penelitian hukum normatif, yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder,⁵ disebut juga penelitian doktrinal, di mana hukum seringkali dikonsepkan sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan (*law in books*) atau dikonsepkan sebagai kaidah atau norma yang merupakan patokan berperilaku manusia yang dianggap pantas.⁶ Penelitian ini diteliti dengan menggunakan bahan pustaka (bahan sekunder) atau penelitian hukum perpustakaan yang secara garis besar ditujukan kepada : penelitian asas-asas

⁴ Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, PP Nomor 80 Tahun 2019, LN No. 222 Tahun 2019, TLN No. 6420, Pasal 9 (1).

⁵ Soerjono Soekanto dan Sri Mamuji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 13.

⁶ Amiruddin dan H Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada 2006), hlm. 118.

hukum, penelitian terhadap sistematika hukum, penelitian terhadap sinkronisasi hukum, penelitian terhadap sejarah hukum, dan penelitian terhadap perbandingan hukum.⁷

HASIL DAN PEMBAHASAN

Regulasi *E-commerce* Dalam Upaya Memberikan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat menimbulkan adanya suatu gaya baru dalam sistem perdagangan. Beberapa tahun terakhir, perdagangan melalui media internet semakin banyak terjadi di Indonesia. Bahkan transaksi jual beli di media internet menggunakan media sosial, seperti *facebook* atau alat komunikasi *handphone* sebagai alat pemasarannya. Dengan perdagangan melalui internet ini berkembang pula sistem bisnis *virtual*, seperti *virtual store* dan *virtual company* dimana pelaku bisnis menjalankan bisnis dan perdagangannya melalui media internet dan tidak lagi mengandalkan bisnis perusahaan konvensional yang nyata. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi menjadi motor penggerak bagi produktifitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha. Dalam rangka mengejar produktifitas dan efisiensi tersebut, pada akhirnya baik secara langsung atau tidak langsung, konsumenlah yang menanggung dampaknya. Karena itulah, perlindungan hukum terhadap konsumen dipandang sangat penting keberadaannya.

Perkembangan transaksi *e-commerce* tidak terlepas dari laju pertumbuhan internet karena *e-commerce* dimungkinkan ada melalui jaringan internet. Pertumbuhan pengguna internet yang sedemikian pesatnya merupakan suatu kenyataan yang membuat internet menjadi salah satu media yang efektif bagi pelaku usaha untuk memperkenalkan dan menjual barang atau jasa ke calon konsumen dari seluruh dunia. *E-commerce* merupakan model bisnis modern yang *non-face* (tidak menghadirkan pelaku bisnis secara fisik) dan *non-sign* (tidak memakai tanda tangan asli).⁸ Hadirnya *e-commerce* memungkinkan terciptanya persaingan yang sehat antara pelaku usaha kecil, menengah, dan besar dalam merebut pangsa pasar.⁹

Dalam sebuah transaksi *e-commerce* terdapat beberapa pihak yang terlibat dalam transaksi ini, baik secara langsung maupun tak langsung, tergantung dari kompleksitas transaksi *online* yang dilakukan oleh konsumen.

⁷ Ediwarman Monograf, *Metode Penelitian Hukum (Panduan Penulisan Tesis dan Disertasi)*, (Medan: Sofmedia 2011), hlm. 94.

⁸Niniek Suparni, *Op, Cit*, hlm. 33.

⁹Farizal F. Kamal, *Cyber Business*, cet. 3, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 1999), hlm. 1.

Kompleksitas disini maksudnya adalah apakah transaksi yang dilakukan seluruhnya menggunakan transaksi online atautkah hanya berhenti pada tahapan tertentu saja menggunakan transaksi secara online. Apabila seluruh transaksi dilakukan secara *online* mulai dari proses promosi atau penawaran dari produsen hingga proses pembayaran oleh konsumen, maka Budhiyanto mengidentifikasi pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi ini, yaitu:¹⁰

1. Penjual (*merchant*), yaitu perusahaan/produsen yang menawarkan produknya melalui internet. Untuk menjadi merchant, maka seseorang harus mendaftarkan diri sebagai merchant account pada sebuah bank, tentunya ini dimaksudkan agar *merchant* dapat menerima pembayaran dari konsumen dalam bentuk kartu kredit;
2. Konsumen (*card holder*), yaitu orang yang ingin memperoleh produk (barang atau jasa) melalui pembelian secara *online*. Konsumen yang berbelanja di internet dapat berstatus perorangan atau perusahaan;
3. *Acquirer*, yaitu pihak perantara penagihan (antara penjual dan penerbit) dan perantara pembayaran (antara pemegang dan penerbit). Perantara penagihan adalah pihak yang meneruskan tagihan kepada penerbit berdasarkan tagihan yang masuk kepadanya yang diberikan oleh penjual barang/jasa. Pihak perantara penagihan inilah yang melakukan pembayaran kepada penjual. Pihak perantara pembayaran adalah bank dimana pembayaran kredit dilakukan dengan kartu kredit/*card holder*, selanjutnya bank yang menerima pembayaran ini akan mengirimkan uang pembayaran tersebut kepada penerbit kartu kredit (*issuer*);
4. *Issuer*, yaitu perusahaan penerbit kartu kredit, di Indonesia terdapat beberapa lembaga yang dapat diijinkan untuk menerbitkan kartu kredit, antara lain : Bank dan lembaga keuangan bukan bank, perusahaan non bank, perusahaan yang membuka cabang dari perusahaan induk di luar negeri seperti American Express;
5. *Certification Authorities*. Pihak ketiga yang netral yang memegang hak untuk mengeluarkan sertifikasi kepada merchant, kepada issuer dan dalam beberapa hal diberikan pula kepada *card holder*.

Secara umum *e-commerce* dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan / perniagaan barang atau jasa (*trade of goods and service*) dengan menggunakan media elektronik yang terhubung secara *online* yang dikenal dengan internet, kegiatan perniagaan tersebut merupakan bagian dari kegiatan bisnis.¹¹

¹⁰Dikdik M. Arief Mansyur dan Elisatris Gultom, *Cyber Law dan HAKI Dalam Sistem Hukum Indonesia*, (Jakarta: Refika Aditama, 2005), hlm. 152-154.

¹¹Munir Fuady, *Hukum Kontrak: Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis*, Buku Pertama, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001), hlm. 34.

Masalah hukum yang menyangkut perlindungan hukum konsumen semakin rumit ketika konsumen melakukan transaksi *e-commerce* dengan *merchant* negara berlainan (*across border*). Di dalam jual beli melalui internet, seringkali terjadi kecurangan. Kecurangan tersebut dapat menyangkut keberadaan pelaku usaha, barang yang dibeli, harga barang, dan cara pembayaran oleh konsumen. Kecurangan yang menyangkut pelaku usaha, misalnya pelaku usaha (*virtual store*) yang bersangkutan merupakan toko yang fiktif.¹²

Dengan pesatnya perkembangan *e-commerce* menimbulkan dampak negatif bagi konsumen yang menempatkan konsumen dalam posisi tawar yang lemah. Beberapa permasalahan yang timbul yang berkenaan dengan hak-hak konsumen dalam transaksi *e-commerce*, antara lain:¹³

1. Konsumen tidak dapat langsung mengidentifikasi, melihat, atau menyentuh barang yang akan dipesan;
2. Ketidakjelasan informasi tentang produk yang ditawarkan dan/atau tidak adanya kepastian apakah konsumen telah memperoleh berbagai informasi yang layak diketahui, atau yang seharusnya dibutuhkan untuk mengambil suatu keputusan dalam bertransaksi;
3. Tidak jelasnya status subjek hukum, dari pelaku usaha;
4. Tidak ada jaminan keamanan bertransaksi dan privasi serta penjelasan terhadap risiko-risiko yang berkenaan dengan sistem yang digunakan, khususnya dalam hal pembayaran secara elektronik baik dengan menggunakan *credit card* maupun *electronic cash*;
5. Pembebanan risiko yang tidak berimbang, karena umumnya terhadap jual beli di internet, pembayaran telah lunas dilakukan di muka oleh konsumen, sedangkan barang belum tentu diterima atau akan menyusul kemudian, karena jaminan yang ada adalah jaminan pengiriman barang bukan penerimaan barang;
6. Transaksi yang bersifat lintas batas negara *borderless*, menimbulkan pertanyaan mengenai yurisdiksi hukum negara mana yang sepatutnya diberlakukan.

Di Amerika Serikat, sebuah komisi khusus telah dibentuk untuk menangani perlindungan hukum bagi konsumen dalam berbagai macam kegiatan di internet. Komisi tersebut adalah *Federal Trade Commission* (FTC) yang menjalankan fungsi sesuai dengan yang digariskan dalam *the Federal Trade Commission Act* untuk melindungi konsumen terhadap berbagai bentuk

¹² Oktrivian, Anggota Majelis dari Unsur Konsumen pada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Kota Bogor, wawancara, Bogor tanggal 10 Juli 2024.

¹³ Farizal F. Kamal, *Cyber Business*, cet. 3, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 1999), hlm. 81.

penipuan, kecurangan, dan praktik-praktik tidak sehat lainnya. FTC diberikan kewenangan yang luas untuk dapat mengajukan gugatan atas kepentingan konsumen.¹⁴ Dari praktek negara tersebut, maka negara Indonesia dapat mengambil pelajaran mengenai pentingnya perlindungan konsumen digital. Amerika Serikat sebagai negara yang ekosistem ekonomi digitalnya tumbuh cukup signifikan telah memberikan perhatian yang serius bagi perlindungan konsumen ekonomi digital melalui sebuah lembaga yang dibentuk secara khusus untuk menjalankan fungsi perlindungan konsumen bagi para konsumen ekonomi digital. Indonesia sebagai negara yang berencana untuk mendorong pertumbuhan ekonomi digital, perlu secara serius menciptakan ekosistem ekonomi digital yang mendukung pertumbuhan ekonomi digital dan perlindungan hukum bagi konsumen secara seimbang.

Perlindungan hukum oleh negara kepada konsumen yang memiliki posisi tawar yang lemah terasa sangat mendesak. Dalam transaksi perdagangan di internet, dimana lalu lintas hubungan pelaku usaha dan konsumen semakin dekat dan terbuka, campur tangan negara, kerjasama antar negara dan kerjasama internasional sangat dibutuhkan, yaitu guna mengatur pola hubungan pelaku usaha, konsumen dan sistem perlindungan hukum bagi konsumen.¹⁵ Perlindungan hukum terhadap hak-hak konsumen dalam transaksi *e-commerce* tidak dapat diberikan oleh satu aspek hukum saja, melainkan oleh satu sistem perangkat hukum yang mampu memberikan perlindungan yang simultan dan komprehensif.

Sesuai dengan Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan lima prinsip yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu sebagai berikut:

1. Prinsip manfaat

Prinsip ini dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberi manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

2. Prinsip keadilan

Prinsip ini dilakukan agar partisipasi seluruh masyarakat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

3. Prinsip keseimbangan

¹⁴ Gene A Marsh, *Consumer Protection Law*, third edit, (Minn: West Group, 1999), hlm. 19.

¹⁵*Ibid.*

Prinsip ini dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materiil maupun spiritual.

4. Prinsip keamanan dan keselamatan konsumen

Prinsip ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang digunakan.

5. Prinsip kepastian hukum

Prinsip ini dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, di mana negara dalam hal ini turut menjamin adanya kepastian hukum tersebut.

Peraturan perundang-undangan terkait *e-commerce* juga terus berkembang untuk memenuhi kebutuhan pasar yang semakin kompleks. Beberapa peraturan terkait *e-commerce* di Indonesia, antara lain

1. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan;
2. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Beberapa regulasi *E-commerce* tersebut diterbitkan untuk memberikan perlindungan hukum bagi konsumen.

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan merupakan manifestasi dari keinginan untuk memajukan sektor perdagangan yang dituangkan dalam kebijakan perdagangan dengan mengedepankan kepentingan nasional. Hal ini sangat jelas dalam Pasal 2 huruf (a) Undang-Undang Perdagangan tersebut yang menyatakan bahwa:

Kebijakan perdagangan disusun berdasarkan asas kepentingan nasional.

Terkait dengan *e-commerce*, dalam Undang-Undang Perdagangan juga telah mengatur mengenai perdagangan melalui sistem elektronik atau *e-commerce*, yang diatur dalam Pasal 65 dan Pasal 66. Pemberlakuan aturan *e-commerce* yang tercantum di dalam Undang-Undang Perdagangan ini berlaku untuk skala internasional. Maksudnya adalah seluruh transaksi elektronik yang dilakukan pelaku usaha dalam negeri dan luar negeri, yang menjadikan Indonesia sebagai pasar wajib mematuhi aturan *e-commerce* yang ada di dalam Undang-Undang Perdagangan dan peraturan pelaksanaannya.¹⁶ Dalam Undang-Undang Perdagangan ini, pemerintah mengatur bagaimana transaksi

¹⁶ A.Z. Nasution, "Revolusi Teknologi Dalam Transaksi Bisnis Melalui Internet", *Jurnal Keadilan*, Vol. 1 No. 3 (2001). Hlm. 28.

elektronik dan bisnis *online* dapat dipertanggungjawabkan oleh pelaku bisnis dan dapat memberikan perlindungan terhadap konsumen. Tujuan dari pengaturan *e-commerce* dalam Undang-Undang Perdagangan adalah untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dan juga bagi para pelaku usaha.

Dalam Undang-Undang Perdagangan tersebut telah memuat beberapa poin penting dalam hal perlindungan konsumen. Isu yang penting dari perdagangan *e-commerce* dalam Undang-Undang Perdagangan ini adalah bagaimana undang-undang ini dapat melindungi pelaku usaha mikro yang baru berkembang tanpa mengenyampingkan perlindungan konsumen. Adanya amanat dari Pasal 65 Undang-Undang Perdagangan terkait pelaku usaha *e-commerce* yang diharuskan menyediakan data dan informasi akan memberikan dampak baik bagi perlindungan konsumen. Dalam Pasal 65 ayat (4) Undang-Undang Perdagangan, menyatakan bahwa:

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.

Pemerintah melalui juga perlu membangun kepercayaan antara pelaku usaha dan konsumen dalam perdagangan *e-commerce* melalui penerapan praktik bisnis yang adil dan tidak merugikan semua pihak. Penerapan praktik bisnis yang adil memerlukan penguatan sistem hukum yang mengatur perlindungan kedua belah pihak (pelaku usaha dan konsumen), kebijakan praktis, dan kebijakan proteksi yang dapat diandalkan, yang bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan menjaga derajat keseimbangan hak dan kewajiban antara konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi perdagangan *e-commerce*.

Transaksi elektronik telah diatur dengan baik melalui Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UU ITE). Agar konsumen yang melakukan transaksi menjadi lebih nyaman dan aman. Tentu saja dengan model bisnis ini di katakan lebih praktis dan lebih mudah. Praktisnya kondisi tersebut menyebabkan jarak bukan lagi menjadi hambatan dalam bertransaksi barang dan juga bisa di bilang praktis di dalam

dunia bisnis. Sehingga para pelaku usaha dapat melakukan transaksi tanpa harus bertemu secara langsung.¹⁷

Perlindungan hukum terhadap para pihak dalam transaksi bisnis elektronik yaitu sebagai berikut:

1. Perlindungan hukum untuk merchant terutama ditekankan dalam hal pembayaran, *merchant* mengharuskan untuk melakukan pelunasan pembayaran dan kemudian melakukan konfirmasi pembayaran, baru setelah itu akan dilakukan pengiriman barang yang di pesan;
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 informasi harus disertai oleh persetujuan dari pemilik data pribadi. Perlindungan hukum bagi para pihak yang melakukan transaksi *e-commerce*, yang termuat dalam Pasal 25 UU ITE, bahwa 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 yang berlaku.

Regulasi *e-commerce* juga diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE). PP PMSE ini diterbitkan untuk mendorong perkembangan *e-commerce* (niaga elektronik atau *niaga-el*) yang berkelanjutan di tanah air. Selain itu, untuk meningkatkan perdagangan produk dalam negeri dan mendorong peningkatan ekspor secara daring (*online*).

Dengan adanya PP PMSE ini, tidak akan ada diskriminasi bagi pelaku usaha *niaga el*, baik yang berkedudukan di Indonesia, maupun yang tidak berkedudukan di Indonesia yang menjalankan kegiatannya di sini. PP ini juga mengatur kesempatan berusaha yang sama (*equal playing field*) antara pelaku usaha asing dan lokal.

PP PMSE merupakan rumusan strategi pemerintah yang berupaya mengedepankan kepentingan nasional dari peluang perdagangan melalui sistem elektronik yang tengah berkembang dengan cepat. Penyusunan PP PMSE ini diamanatkan dalam dari Pasal 65 Undang-Undang Perdagangan. PP PMSE bertujuan untuk membangun *consumer trust* dan *consumer confidence* dengan cara memastikan adanya perlindungan konsumen dan persaingan usaha yang sehat. Selain itu, untuk memastikan terciptanya ekosistem *niaga-el* yang aman

¹⁷Reka Dewantara, "Implikasi Yuridis Pengaturan Mengenai Branchless Banking Oleh Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan," *Jurnal Risalah Hukum*, Vol. 10, No. 1, Juni 2014, hlm. 11.

yang dapat mendorong peningkatan aktivitas dan pertumbuhan perdagangan, serta industri *niaga-el*.

Sejumlah pengaturan dalam PP PMSE yaitu aspek perlindungan bagi konsumen; perlakuan yang seimbang antara pelaku usaha asing dengan pelaku usaha lokal dan pelaku usaha luring dengan pelaku usaha daring. kepastian berusaha, serta aspek-aspek yang dapat mendorong pertumbuhan sektor niaga-el di Indonesia. Pengaturan ini diharapkan dapat memberikan kepastian hukum bagi para pihak yang terlibat dalam transaksi *niaga-el* serta terus mendorong pertumbuhan *niaga-el* Indonesia sehingga dapat memberikan dampak positif bagi perekonomian nasional.

Berdasarkan penjelasan di atas, menurut penulis peraturan perundang-undangan terkait *e-commerce* di Indonesia, seperti Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), bertujuan untuk menciptakan kerangka hukum yang mendukung perkembangan *e-commerce* sambil melindungi hak-hak konsumen.

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan mengatur perdagangan secara umum, termasuk perdagangan dalam jaringan (*e-commerce*). Undang-undang ini menetapkan prinsip-prinsip dasar perdagangan, kewajiban pelaku usaha, serta hak dan kewajiban konsumen. Dengan mencakup aspek perdagangan konvensional dan digital, undang-undang ini memberikan dasar hukum yang penting untuk mengatur praktik bisnis dalam *e-commerce*. Ini termasuk regulasi tentang perlindungan konsumen dan transparansi transaksi, yang membantu memastikan bahwa konsumen mendapatkan produk dan layanan yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.

Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik mengatur transaksi elektronik, konten digital, dan keamanan informasi. Perubahan yang diatur dalam undang-undang ini umumnya bertujuan untuk memperbarui dan menyempurnakan ketentuan terkait transaksi elektronik dan perlindungan data pribadi. Perubahan ini mencerminkan perkembangan teknologi dan praktik *e-commerce* yang cepat. Peningkatan perlindungan terhadap data pribadi dan privasi pengguna menjadi lebih relevan, sejalan dengan meningkatnya kekhawatiran tentang keamanan data dan penyalahgunaan informasi pribadi di ranah digital. Hal ini sangat penting untuk membangun kepercayaan konsumen terhadap platform *e-commerce*.

Perlindungan hukum bagi konsumen jika dikaitkan pada teori keadilan Thomas Hobbes, penting untuk memahami bahwa konsep keadilan menurut Hobbes berpusat pada kesepakatan atau kontrak sosial yang telah disepakati

oleh pihak-pihak yang terlibat. Dalam konteks e-commerce, keadilan dapat diartikan sebagai terpenuhinya hak-hak dan kewajiban antara konsumen dan pelaku usaha berdasarkan kesepakatan yang telah dibuat, baik secara eksplisit dalam kontrak tertulis maupun secara implisit dalam norma-norma yang diakui.¹⁸

Faktor-faktor Indikasi *E-commerce* Tidak Sesuai Dengan Ketentuan yang Berlaku di Era digital

Dewasa ini tidak ada kegiatan manusia modern yang lepas dari teknologi informasi yang dapat membantu dalam menyelesaikan tugas-tugasnya secara cepat dan efisien. Bahkan dalam perkembangannya teknologi informasi telah dapat merubah kebiasaan atau gaya hidup yang beralih dari alam wujud atau fisik ke alam elektronik atau non fisik disebut sebagai ruang maya (*cyberspace*), dimana orang dapat melakukan segala kegiatan melalui internet misalnya memesan barang, memesan tiket pesawat dan sebagainya yang lebih dikenal dengan kegiatan perdagangan elektronik (*e-commerce*).

E-commerce adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, manufaktur, *service provider*, dan pedagang perantara dengan menggunakan jaringan komputer. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi sistem perdagangan beralih ke media elektronik, yaitu *e-commerce* memiliki kemampuan untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dan setiap saat informasinya dapat diakses secara *up to date* dan terusmenerus; *e-commerce* dapat mendorong kreativitas dari pihak penjual secara cepat dan tepat dalam pendistribusian informasi yang disampaikan secara periodik; *e-commerce* dapat menciptakan efisiensi waktu yang tinggi dan murah serta informatif; dan *e-commerce* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan pelayanan cepat, mudah, aman, dan akurat.

Belum adanya jelasnya aturan perundangan (hukum positif) yang mengatur transaksi perdagangan dengan model *e-commerce*, maka dibatasi pada beberapa aspek hukum dalam perdagangan di Indonesia yaitu dengan menggunakan perspektif hukum perjanjian yang berlaku termasuk juga dari KUHPerdara yang menjadi dasar atau sumber dari perikatan untuk adanya kesepakatan melakukan transaksi perdagangan yang selama ini telah digunakan sebagai dasar dari transaksi perdagangan konvensional.

Sistem hukum Indonesia tentang perikatan yang secara mendasar dibedakan menurut sifat perjanjiannya yaitu: perjanjian konsensuil -- perjanjian dimana adanya kata sepakat antara para pihak saja, sudah cukup untuk timbulnya perjanjian; perjanjian riil-- perjanjian yang baru terjadi kalau barang

¹⁸ Muhammad Syukri Albani Nasution, Hukum dalam Pendekatan Filsafat, Ctk. Kedua, Kencana, Jakarta, 2017 hlm. 217-218

yang menjadi pokok perjanjian telah diserahkan; perjanjian formil--adakalanya perjanjian yang konsensual, adapula yang disyaratkan oleh undang-undang, di samping sepakat juga penentuan dalam suatu bentuk atau disertai formalitas tertentu.¹⁹

E-commerce merupakan model perjanjian jual beli dengan karakteristik dan aksentuasi yang berbeda dengan model transaksi jual-beli konvensional, apalagi dengan daya jangkauan yang tidak hanya lokal, tapi juga bersifat global. Beberapa permasalahan hukum yang muncul dalam bidang hukum dalam aktifitas *e-commerce*, antara otentisitas subyek hukum yang membuat transaksi melalui internet, saat perjanjian berlaku dan memiliki kekuatan mengikat secara hukum, obyek transaksi yang diperjualbelikan, mekanisme peralihan hak, hubungan hukum dan pertanggungjawaban para pihak yang terlibat dalam transaksi, legalitas dokumen catatan elektronik serta tanda tangan digital sebagai alat bukti, mekanisme penyelesaian sengketa, dan pilihan hukum dan forum peradilan yang berwenang dalam penyelesaian sengketa.

Terdapat beberapa permasalahan lain *e-commerce* tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku di era digital khususnya yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, yaitu akibat tidak jelasnya hubungan hukum dalam transaksi *e-commerce*, pertama mengenai penggunaan klausul baku, kebanyakan transaksi di *cyberspace* ini, konsumen tidak memiliki pilihan lain selain hanya meng-*click icon* yang menandakan persetujuannya atas apa yang dikemukakan produsen di *website*-nya, tanpa adanya posisi yang cukup fair bagi konsumen untuk menentukan isi klausul; kedua bagaimana penyelesaian sengketa yang timbul. Para pihak dapat saja berada pada yurisdiksi peradilan di negara yang berbeda. Untuk itu, diperlukan pula suatu sistem dan mekanisme penyelesaian sengketa khusus untuk transaksi-transaksi *e-commerce* yang efektif dan murah; ketiga, hal lainnya adalah masalah keamanan dan kerahasiaan data si konsumen. Hal ini berkaitan juga dengan privasi dari kalangan konsumen.

Regulasi *e-commerce* yang bertujuan untuk memberikan perlindungan hukum bagi konsumen di Indonesia menjadi sangat penting dalam konteks negara hukum atau *rule of law*. Dengan perkembangan teknologi informasi yang pesat, perdagangan melalui media internet, termasuk media sosial dan perangkat komunikasi, telah menjadi fenomena yang tak terhindarkan. Namun, kemajuan ini juga membawa tantangan besar terkait perlindungan konsumen, mengingat sifat transaksinya yang sering kali lintas batas dan sulit diawasi oleh otoritas tradisional.

Dalam konteks negara hukum, teori *rule of law* menekankan bahwa segala tindakan, termasuk regulasi *e-commerce*, harus didasarkan pada hukum

¹⁹J. Satrio, *Hukum Perikatan Pada Umumnya*, (Bandung: Alumni, 1995), hlm. 45.

yang berlaku. Sebagai contoh, A. V. Dicey dalam teorinya menekankan tiga ciri utama negara hukum: supremasi hukum, persamaan kedudukan di hadapan hukum, dan terjaminnya hak asasi manusia. Ketiga ciri ini relevan dalam konteks e-commerce, di mana perlindungan konsumen harus diutamakan dan tidak boleh ada kesewenang-wenangan dari pihak penyedia jasa atau penjual.²⁰

Permasalahan yang Timbul Dalam Pemenuhan Legalitas *E-commerce* di Platform Digital dan Upaya Penyelesaiannya

E-commerce adalah suatu bentuk bisnis modern melalui sarana internet, karenanya *e-commerce* dapat dikatakan sebagai perdagangan di internet. Dewasa ini, tampaknya di negara-negara maju (*developed countries*), masalah *e-commerce* ini sudah sangat lumrah dan sudah memiliki perangkat pengaturan hukumnya. Adapun di Indonesia *e-commerce* masih relatif baru dan belum menyentuh keseluruhan lapisan masyarakat, melainkan hanya pada golongan atau kelompok terbatas. Lebih dari itu, di Indonesia belum memiliki perangkat hukum khusus, bahkan belum memiliki visi dan strategi nasional.

Dalam praktik pemakaian dan pemanfaatan teknologi atau jaringan internet melalui bisnis *e-commerce* memiliki jaringan luas dan mendunia, sehingga dengan mudah orang dapat mengakses setiap saat tanpa adanya kontak fisik antara *user*/konsumer, pembeli pelanggan dengan penjual. Data mengenai barang produksi beserta penjelasan tentang kualitas dan kuantitasnya sudah tersedia, bahkan pembayaran langsung (*purchasing*) via kartu kredit dapat langsung dilaksanakan melalui jaringan internet tersebut setelah segala yang berkaitan dengan transaksi itu jelas dan diterima.²¹

Dunia maya ini telah mengubah kebiasaan banyak orang, yaitu orang-orang yang dalam kehidupannya terbiasa menggunakan internet. Berbelanja, mengirim surat, mengirim surat lamaran kerja, berkirim foto, mencari informasi, melakukan pembicaraan jarak jauh tidak ubahnya seperti sedang bertelepon, mengambil uang dari bank, membuat desain bangunan oleh arsitek, berkonsultasi tatap muka (yaitu masing-masing pihak muncul gambarnya pada layar komputer mereka, karena setiap komputer dilengkapi dengan kamera), melihat film, mendengarkan lagu-lagu *compact disc*, mendengarkan radio, dan lain lainnya. Semua ini dapat mereka lakukan melalui internet. Praktis pada saat ini pada hamper semua kegiatan yang dapat dilakukan di dunia nyata (*real world*) dapat dilakukan di dunia maya (*virtual world*). Bahkan di dunia maya

²⁰ Mahkamah Konstitusi. '*Modul Pendidikan Negara Hukum dan Demokrasi*'. Jakarta: Pusat Pendidikan Pancasila dan Konstitusi Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia (2016), hlm. 10-12

²¹ Niniek Suparni, *Cyberspace Problematika dan Antisipasi Pengaturannya*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), hlm. 21.

orang telah melakukan berbagai tindakan kejahatan yang justru tidak dapat dilakukan di dunia nyata.

Semua perbuatan hukum yang dilakukan di dalam dunia maya adalah perbuatan-perbuatan hukum yang dilakukan oleh manusia-manusia yang berada di dunia nyata. Hanya perbuatan tersebut dilakukan menggunakan media atau sarana internet, hasmani manusia yang melakukan perbuatan tersebut tidak berada dan hidup di dunia maya. Mungkin kelak teknologi akan benar-benar dapat menciptakan makhluk-makhluk nyata, yaitu manusia maya dan binatang maya, sebagaimana yang sering dilihat di film-film, dan manusia maya ini yang nantinya melakukan sendiri perbuatan-perbuatan hukum itu tanpa perintah dan kendali manusia yang berada di dunia maya.

Di Indonesia, perlindungan hak-hak konsumen dalam *e-commerce* masih rentan. Undang-Undang Perlindungan konsumen yang berlaku sejak tahun 2000 memang telah mengatur hak dan kewajiban bagi produsen dan konsumen, namun kurang tepat untuk diterapkan dalam *e-commerce*. Untuk itu perlu dibuat peraturan hukum mengenai *cyberlaw* termasuk didalamnya tentang *e-commerce* agar hak-hak konsumen sebagai pengguna internet khususnya dalam melakukan transaksi *e-commerce* dapat terjamin.

Masalah hukum yang menyangkut perlindungan konsumen semakin mendesak dalam hal seorang konsumen melakukan transaksi *e-commerce* dengan *merchant* di negara lain. Pada jual beli jarak jauh seperti itu, kecurangan seringkali terjadi dan dengan demikian konsumen harus dilindungi. Kecurangan-kecurangan tersebut dapat terjadi yang menyangkut keberadaan penjual, menyangkut barang yang dibeli, dan menyangkut *purchase order* serta pembayaran oleh pembeli. Kecurangan yang menyangkut keberadaan penjual, misalnya bahwa penjualan, yaitu *virtual store* yang bersangkutan, merupakan toko yang fiktif. Yang menyangkut barang yang dikirim oleh penjual, misalnya bahwa barang tersebut tidak dikirim kepada pembeli, atau terjadi kelambatan pengiriman yang berkepanjangan, terjadinya kerusakan atas barang yang dikirim atau barang yang dikirimkan tersebut cacat, dan lain-lain. Adapun yang menyangkut *purchase order* dan pembayaran oleh pembeli disangkal oleh penjual kebenarannya. Misalnya penjual hanya mengakui bahwa jumlah barang yang dipesan kurang dari yang tercantum didalam *purchase order* yang dikirimkan secara elektronik dan/harga per unit dari barang yang dipesan oleh pembeli dikatakan lebih tinggi daripada harga yang dicantumkan di dalam *purchase order*.

Dalam kaitan ini, undang-undang harus dapat memberikan perlindungan hukum kepada konsumen yang beriktikad baik, seperti perlindungan yang diberikan kepada konsumen yang melakukan jual beli di dunia nyata. Mengingat Indonesia belum mempunyai undang-undang tentang *e-commerce* yang komprehensif dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak

didasarkan pada undang-undang tentang *e-commerce* atau UU ITE yang berlaku di Indonesia, maka Undang-Undang Perlindungan Konsumen itu belum menyinggung pengaturan mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* di *platform* digital. Pengaturan hukum yang jelas dan tegas terhadap masalah transaksi *e-commerce* sangat dibutuhkan sebagai jaminan perlindungan hukum bagi para pihak dalam transaksi *e-commerce*. Dengan adanya, pengaturan hukum, maka legalitas *e-commerce* akan terjamin dan pemanfaatan teknologi informasi akan semakin optimal, terutama untuk kebutuhan transaksi *e-commerce* itu sendiri.

Berdasarkan teori kepastian hukum Jan Michiel Otto, upaya pemenuhan legalitas *e-commerce* di Indonesia memerlukan adanya peraturan yang jelas, konsisten, dan mudah diakses oleh semua pihak, guna memberikan kepastian hukum yang kokoh bagi pelaku usaha dan konsumen. Pemerintah juga harus menerapkan aturan-aturan tersebut secara konsisten dan memastikan bahwa instansi-instansi berwenang tunduk pada aturan yang sama. Selain itu, masyarakat dan pelaku usaha perlu menyesuaikan perilaku mereka sesuai dengan hukum yang berlaku, sementara peradilan yang menangani sengketa *e-commerce* harus mandiri dan konsisten dalam penerapan hukum untuk menjamin keadilan. Keputusan peradilan juga harus dilaksanakan secara konkret dan efektif, sehingga dapat memberikan kepastian hukum dan perlindungan yang nyata bagi semua pihak yang terlibat dalam transaksi *e-commerce*. Dengan penerapan langkah-langkah ini, Indonesia dapat mencapai kepastian hukum yang diperlukan dalam transaksi *e-commerce*, sekaligus melindungi hak-hak konsumen dan pelaku usaha secara efektif.²²

KESIMPULAN DAN SARAN

Regulasi *e-commerce* di Indonesia terkait perlindungan hukum terhadap konsumen masih mengacu pada undang-undang perlindungan konsumen, sedangkan undang-undang per perdagangan mengatur prinsip dasar dan kewajiban pelaku usaha, UU ITE fokus pada transaksi elektronik dan perlindungan data pribadi, sedangkan PP PMSE menetapkan tata kelola, kewajiban, dan hak dalam *e-commerce*, termasuk pendaftaran dan penyelesaian sengketa, dengan adanya aturan tersebut memberikan ruang yang sempit terhadap kejahatan *e-commerce*. Namun tetap memiliki kelemahan dalam beberapa permasalahan perlindungan hukum terhadap konsumen, dimana konsumen *e-commerce* secara fakta berada dalam kedudukan yang lemah, dimana hak-hak konsumen sangat riskan sekali untuk dilanggar dan

²² Jan Michiel Otto dalam Shidarta, *Moralitas Profesi Hukum Suatu Tawaran Kerangka Berfikir*, (Bandung: Revika Aditama, Bandung, 2006), hlm. 85.

menempatkan konsumen dalam posisi yang lemah dalam proses tawar-menawar.

E-commerce menjadi bagian integral dari kegiatan perdagangan global, memungkinkan transaksi tanpa perlu bertatap muka langsung. Namun dalam penggunaan klausul baku tidak memberikan peluang terhadap konsumen selain mengklik icon yang menandakan persetujuan atas apa yang telah ditentukan oleh produsen di toko e-commercenya, selain itu, dengan jangkauan globalnya, menimbulkan tantangan terkait otentisitas transaksi, legalitas dokumen elektronik.

E-commerce di Indonesia menghadapi tantangan signifikan terkait legalitas karena kekurangan regulasi hukum yang khusus dan komprehensif. Berbeda dengan negara maju seperti Amerika Serikat dan Inggris, yang telah memiliki perangkat hukum memadai, Indonesia masih tertinggal dan e-commerce-nya belum merata. Masalah utama dalam e-commerce meliputi pembatasan tanggung jawab, pilihan hukum, dan yurisdiksi pengadilan, yang semakin kompleks ketika transaksi melibatkan pihak internasional. Perlindungan konsumen juga menjadi isu penting, dengan undang-undang saat ini belum memadai untuk mengatasi masalah yang muncul dalam transaksi online.

Namun sebagai saran di Indonesia belum ada undang-undang khusus yang mencakup perlindungan konsumen e-commerce, terkait perlindungan konsumen e-commerce masih mengaku pada UUPK, yang tentunya Indonesia sebagai negara yang berencana mendorong pertumbuhan ekonomi digital, perlu secara serius untuk menciptakan ekosistem ekonomi digital dengan membentuk suatu lembaga khusus untuk menalatkan fungsi perlindungan terhadap konsumen e-commerce di Indonesia.

Untuk meningkatkan regulasi e-commerce di Indonesia, pemerintah perlu meningkatkan pengawasan dan sosialisasi secara masif kepada konsumen dan produsen e-commerce mengenai tanggung jawab pelaku usaha secara menyeluruh. Selain itu, klausul transaksi harus jelas dan adil, standar ketat untuk keamanan serta privasi data konsumen harus diterapkan. Edukasi masyarakat mengenai hak-hak konsumen dan tata krama online juga penting, disertai dengan penguatan kelembagaan dalam pengawasan.

Pemerintah Indonesia perlu segera merumuskan dan mengesahkan undang-undang khusus untuk e-commerce dan cyberlaw, yang mencakup perlindungan konsumen, penyelesaian sengketa, dan tanggung jawab pihak-pihak dalam transaksi online. Setiap perjanjian e-commerce harus menyertakan klausul mengenai pembatasan tanggung jawab, pilihan hukum, dan yurisdiksi pengadilan untuk mencegah sengketa dan mempermudah penyelesaian. Untuk transaksi internasional, diperlukan standar perlindungan konsumen global dan kerja sama internasional untuk mengatasi kecurangan. Regulasi juga harus

mengakomodasi teknologi terbaru, termasuk sistem enkripsi dan dokumen digital. Selain itu, peningkatan kesadaran dan pendidikan tentang tata krama internet (netiquette) penting untuk mengurangi penyalahgunaan dan meningkatkan etika komunikasi online.

DAFTAR PUSTAKA

- _____. *Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*. PP Nomor 80 Tahun 2019. LN.2019/NO.222, TLN NO.6420.
- Amiruddin dan Zainal Asikin. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2006.
- Dewantara, Reka. “Implikasi Yuridis Pengaturan Mengenai Branchless Banking Oleh Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan,” *Jurnal Risalah Hukum*, Vol. 10, No. 1, 2014.
- Dikdik M. Arief Mansyur dan Elisatris Gultom. *Cyber Law dan HAKI Dalam Sistem Hukum Indonesia*. Jakarta: Refika Aditama, 2005.
- Ediwarman, Monograf. *Metode Penelitian Hukum* (Panduan Penulisan Tesis dan Disertasi). Medan: Sofmedia, 2011.
- Fuady, Munir. *Hukum Kontrak: Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001.
- Kamal, Farizal F. *Cyber Business*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 1999.
- Mahkamah Konstitusi. “Modul Pendidikan Negara Hukum dan Demokrasi”. *Jakarta: Pusat Pendidikan Pancasila dan Konstitusi Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia*, 2016.
- Marsh, Gene A. *Consumer Protection Law*. Minn: West Group, 1999.
- Michiel, Jan Otto dalam Shidarta, *Moralitas Profesi Hukum Suatu Tawaran Kerangka Berfikir*, Bandung: Revika Aditama, 2006.
- Nasution A.Z. “Revolusi Teknologi Dalam Transaksi Bisnis Melalui Internet”, *Jurnal Keadilan*, Vol. 1 No. 3, 2001.
- Oktrivian, Anggota Majelis dari Unsur Konsumen pada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Kota Bogor, wawancara, Bogor tanggal 10 Juli 2024.
- Pariadi, Deky. “Pengawasan e-commerce dalam undang-undang perdagangan dan undang-undang perlindungan konsumen”. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, Vol.48, No. 3, 2018.
- Santoso, Sugeng. “Sistem transaksi E-commerce dalam perspektif KUH perdata dan hukum islam”. *jurnal AHKAM*, Vol. 4, No. 2, 2016.
- Satrio, J. *Hukum Perikatan Pada Umumnya*. Bandung: Alumni, 1995.
- Soekanto, Soerjono dan Sri Mamuji. *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013.
- Suparni, Niniek. *Masalah Cyberspace Problematika Hukum dan Antisipasi Pengaturannya*. Jakarta: Sinar Grafika, 2009.

Syukri, Muhammad Albani Nasution. *Hukum dalam Pendekatan Filsafat*,
Jakarta: Kencana, 2017.