

## PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM PERJANJIAN e-COMMERCE

### PENDAHULUAN

#### Latar Belakang

Perkembangan internet adalah merupakan salah satu model teknologi informasi telekomunikasi yang sangat canggih dalam penggunaannya tidak mengenal wilayah batas suatu Negara sehingga yang memberikan reaksi beragam terhadap persoalan hukum. Penggunaan media internet dan juga sering disebut dunia maya (*cyberspace*) merupakan formula baru sebagai jalur perdagangan alternatif merupakan sebagai jawaban atas majunya perdagangan internasional, bahwa kemajuan di bidah teknologi akan berjalan bersama dengan munculnya perubahan-perubahan di bidang kemasyarakatan.

Tingginya pengguna internet memicu pelaku usaha untuk menempatkan produk mereka dalam layanan-layanan *on/trie* berbasis *web* atau yang kemudian lebih dikenal dengan istilah perdagangan secara elektronik. Kejelian pelaku usaha untuk memanfaatkan internet sebagai sarana untuk berbisnis, seperti halnya: *online marketing*, *distance selling*, dan *e-commerce*? *E-commerce* merupakan model bisnis modern di dunia maya secara "*non-face*" atau "*face to face*" bahwa transaksi *e-commerce* tersebut tidak dihadiri oleh pelaku bisnis secara fisik atau tanpa tatap

muka langsung dan "*non-sign*" bahwa transaksi *e-commerce* tidak memakai tanda tangan asli dan "*paperless*" bahwa transaksi *e-commerce* dilakukan tanpa kertas sehingga menciptakan bisnis yang lebih praktis.

Perkembangan *e-commerce* di seluruh dunia yang semakin pesat membawa dampak pada suatu negara baik secara mikro bahkan secara makro sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan perekonomian pada suatu negara khususnya bagi Negara Indonesia. Meskipun pada kenyataannya, pertumbuhan perdagangan model *e-commerce* dipengaruhi oleh bahayanya penggunaan internet oleh negara-negara maju di dunia dalam melakukan transaksi perdagangan melalui *e-commerce*.

Konsumen dalam melakukan transaksi *e-commerce* sangat rentan, dapat merugikan yaitu barang atau jasa yang sudah dipesan serta telah dibayarnya sesuai harga yang telah ditentukan oleh *merchant*, akan tetapi barang atau jasa tersebut tidak dikirim / tidak didapatkan oleh konsumen selaku sebagai *buyer*.

Menurut penjelasan umum Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), faktor utama yang menjadikan kelemahan

konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah. Hal ini disebabkan rendahnya tingkat pendidikan konsumen. Hak-hak yang dimaksud misalnya bahwa konsumen tidak mendapatkan penjelasan tentang manfaat barang atau jasa yang dikonsumsi. Lebih dari itu, konsumen ternyata tidak memiliki *bargaining position* (posisi tawar) yang berimbang dengan pihak pelaku usaha.

Aktivitas perniagaan model *e-commerce* produsen atau *merchant* lebih cenderung memilih model perjanjian baku yang substansinya ditentukan secara sepihak, sehingga dalam penggunaan perjanjian tersebut mempersempit ruang tawar terhadap konsumen. Padahal, menurut ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, menyebutkan larangan pelaku usaha mencantumkan klausul baku, tanpa syarat, dalam suatu dokumen perjanjian. Dalam hal ini dapat menimbulkan berbagai masalah baru yang timbul dalam kaitannya pencideraan hak-hak konsumen.

Perjanjian baku merupakan paksaan pelaku usaha terhadap konsumen, karena tidak adanya keseimbangan tawar dalam menghadapi pelaku usaha. Sehingga model perjanjian baku menuntut agar konsumen lebih berhati-hati dalam penentuan pilihan barang-barang yang dipasarkan secara *online*. Dalam beberapa hal, perjanjian baku tidak memenuhi salah satu syarat sahnya

perjanjian sebagaimana tercantum dalam Pasal 1338 KUH Perdata (*Burgerlijk Wetboek*) yaitu sebagai berikut:

"Semua Perjanjian Yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Suatu perjanjian tidak dapat ditarik kembali selain dengan kesepakatan kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang oleh undang-undang dinyatakan cukup untuk itu. Suatu perjanjian harus dilaksanakan dengan iktikad baik".

Menurut ketentuan Pasal 1338 KUH Perdata bahwa perjanjian yang dibuat oleh para pihak terletak pada kesepakatan adalah merupakan salah satu unsur yang harus dipenuhi oleh para pihak serta dilaksanakan dengan iktikad baik.

Meski dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, telah diatur mengenai hak-hak konsumen, dan perbuatan-perbuatan yang dilarang bagi produsen, apakah UUPK tersebut dapat ditrapkan pada transaksi *e-commerce*. Dengan adanya permasalahan dalam *e-commerce* ini hak-hak konsumen sering diabaikan oleh para pelaku usaha yaitu dengan adanya ketidak layakan produk yang dikonsumsi konsumen dan tidak pula sesuai dengan apa yang dipromosikan, sehingga hak-hak konsumen sering diabaikan oleh mereka.

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), sebagai wujud untuk

merespon perkembangan *cyberspaca* yang digunakan oleh produsen (*merchant*) dan konsumen dalam transaksi perdagangan yang sering kali menimbulkan kerugian antara kedua belah pihak tersebut. UU ITE telah memberikan dua hal penting dalam perdagangan *e-commerce* yaitu; *Pertama*, pengakuan atas transaksi elektronik serta dokumen elektronik dalam kerangka hukum perikatan dan hukum pembuktian, sehingga kepastian hukum transaksi elektronik dapat terjamin. *Kedua*, diklasifikasi tindakan-tindakan yang termasuk kualifikasi pelanggaran hukum terkait penyalahgunaan TI (Teknologi Informasi) ateertai dengan sanksi pidana.

Transaksi jual beli melalui internet dewasa ini cenderung merugikan konsumen yang seharusnya hak-hak konsumen dilindungi akan tetapi sering sekali dicerderai oleh pelaku usaha.

### **Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang di atas, maka dapat ditarik rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen dalam perjanjian e-Commerce
2. Bagaimana upaya hukum bagi konsumen dalam perjanjian e-Commerce.

### **Tujuan Penulisan**

1. Untuk mengetahui perlindungan hukum bagi konsumen e-Commerce
2. Untuk mengetahui upaya hukum bagi konsumen di Indonesia

### **Manfaat Penulisan**

#### **A. Manfaat Teoritis**

Menambah pengetahuan dan pemahaman khasanah ilmu hukum secara keseluruhan dan studi hukum ekonomi khususnya tentang perlindungan hukum konsumen dalam perjanjian e-Commerce.

#### **B. Manfaat Praktis**

##### 1.4.2.a Bagi Pemerintah

1. Memberikan refrensi dan evaluasi bagi Pemerintah mengenai perlindungan hukum konsumen dalam perjanjian e-Commerce.
2. Menjadikan sebagai acuan untuk perumusan peraturan perundang-undangan dalam hal perlindungan hukum konsumen dalam perjanjian e-Commerce

##### 1.4.2.b Bagi Fakultas / Perguruan Tinggi

Sebagai bahan tambahan materi perkuliahan dalam hal perlindungan hukum konsumen dalam perjanjian e-Commerce

##### 1.4.2.c Bagi Pelaku Usaha, Konsumen, LSM, dan organisasi.

Sebagai sarana pengetahuan dalam hal perlindungan hukum konsumen dalam perjanjian e-Commerce.

## PEMBAHASAN

### Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Undang-Undang Dasar 1945

Perlindungan hukum bagi konsumen dilandasi dengan Undang-Undang Dasar 1945 yang tertuang pada alinea keempat berbunyi adalah sebagai berikut:

"Kemudian dari pada itu untuk membentuk suatu Pemerintah Negara Indonesia yang melindungi segenap Bangsa Indonesia".

Adapun landasan hukum lainnya terdapat pada ketentuan dalam Pasal 27 ayat (2) Undang-Undang Dasar 1945, adalah sebagai berikut:

"Tiap warga negara berhak atas penghidupan yang layak bagi kemanusiaan".

Landasan hukum pada Undang-Undang Dasar 1945 tersebut diatas adalah merupakan landasan hukum bagi segenap Warga Negara Indonesia untuk mendapatkan haknya atas penghidupan yang layak dan perlindungan oleh pemerintah. Apabila seseorang telah terganggu atau diganggu oleh pihak lain, maka alat-alat negara akan merespon dan turun tangan baik diminta ataupun tidak, untuk melindungi dan atau mencegah gangguan/ atau permasalahan tersebut. Mendapatkan kehidupan yang layak bagi merupakan hak bagi segenap warga negara dan merupakan hak semua orang. Maka konsumen yang merupakan Warga Negara Indonesia yang dirugikan dalam transaksi

perdagangan dan dirugikan akibat mengkonsumsi barang dan / atau jasa, perlu mendapatkan perlindungan hukum oleh pemerintah selaku penyelenggara Negara.

Adapun beberapa alasan yang menyebabkan pemerintah perlu turut serta dalam memberikan perlindungan pada transaksi perdaganga *e-commerce*, adalah sebagai berikut:

- a. Untuk melindungi kepentingan konsumen dan produsen;
- b. Menghindarkan berkembangnya praktek-praktek bisnis curang/ atau tidak sehat (*unfair trade practices*);
- c. Menciptakan keterbukaan/ atau transparansi;
- d. Menciptakan iklim berusaha yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang sehat;

Maka dari pada itu pemerintah sebagai penyelenggara negara, mempunyai kewajiban dan kewenangan guna menjamin perlindungan warga negaranya, dalam hal ini produsen dan konsumen dalam menjalankan transaksi perdagangan secara elektronik, sehingga dapat mewujudkan keseimbangan, keselarasan, dan keserasian bagi para pihak baik produsen (*merchant*) ataupun konsumen.

## **Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik**

Undang-Undang Perlindungan Konsumen mendefinisikan bahwa hukum perlindungan konsumen adalah sebagai keseluruhan asas dan kaidah hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan berbagai masalahnya dengan para penyedia barang dan / atau jasa (produsen). Hubungan hukum antara produsen penyedia barang dan / atau jasa dengan konsumen melahirkan suatu hak dan kewajiban yang mendasari terdptnya suatu tanggung jawab. Pada prinsipnya, pelaku usaha dapat dimintai pertanggung jawaban bila timbul suatu kerugian konsumen akibat perbuatan wanprestasi pelaku usaha dalam transaksi *e-commerce*, misalnya pelaku usaha/ *merchant* sama sekali tidak memenuhi perjanjian, melaksanakan prestasi tetapi terlambat memenuhi perjanjian, kekeliruan dalam pemenuhan prestasi, sehingga perbuatan wanprestasi tersebut mengakibatkan tidak terlaksananya suatu kewajiban hukum pada jenis transaksi dengan berbagai medium, dalam hal ini transaksi yang menggunakan media internet (*e-commerce*).

Perlindungan hukum bagi para pihak pada intinya adanya peranan pemerintah untuk melindungi kepentingan produsen dan konsumen dalam lingkup perniagaan, adapun peranan pemerintah yang dimaksud meliputi tuntutan kepastian hukum pada aspek hukum nasional melalui regulasi peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dan aspek hukum internasional yaitu melalui perjanjian internasional, atau harmonisasi hukum. Hal ini sejalan dengan kebijakan dalam "A Framework For Global Electronic Commerce" di Amerika yang menyatakan bahwa terhadap ketentuan atau hal-hal yang membutuhkan peranan pemerintah haruslah dibutuhkan peranan pemerintah haruslah ditujukan untuk mendorong serta menegakkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku seperti halnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) di Indonesia, atau seperti halnya bentuk *model law* dalam UNOTRAL yang dapat digunakan untuk memahami permasalahan hukum seputar transaksi *e-commerce*. Kerangka yang mendasari suatu prinsip tanggung jawab pelaku usaha lebih mendapat perhatian khusus dalam penelitian ini dikarenakan terkait kedudukan pihak konsumen yang lemah terhadap pihak produsen dalam melakukan transaksi jual beli melalui *e-commerce*.

Transaksi jual beli melalui *e-commerce* merupakan perikatan yang terjadi antara para pihak adalah merupakan wujud dari ketentuan yang tercantum dalam Pasal 1233 jo Pasal 1234 KUH Perdata, adalah sebagai berikut:

Pasal 1233 KUH Perdata, adalah sebagai berikut: "Tiap-tiap perikatan dilahirkan baik karena persetujuan, baik karena undang-undang."

Pasal 1234 KUH Perdata, adalah sebagai berikut: "Tiap-tiap perikatan adalah untuk memberikan sesuatu, untuk berbuat sesuatu, atau untuk tidak berbuat sesuatu."

Perikatan dalam suatu transaksi *e-commerce* melahirkan suatu janji yang harus dilaksanakan oleh pelaku usaha dalam permasalahan yang dihadapi oleh konsumen dalam transaksi jual beli menggunakan internet antara lain tanggung jawab pelaku usaha terhadap informasi. Informasi merupakan salah satu komoditas terpenting bagi konsumen dalam melakukan transaksi pemiagaan dikarenakan sering kali konsumen menjadi korban akibat tidak bersikap kritis serta tidak mempertanyakan keberadaan suatu informasi mengenai barang dan / atau jasa yang dikonsumsinya.

Informasi pada suatu produk tersebut membantu produsen dalam menentukan standar produk yang hendak ditawarkan kepada konsumen pada suatu iklan di internet (*webvertising*), sebagaimana

prinsip *caveat venditor* memegang peranan urgen dikarenakan produsen harus berhati-hati terhadap produk yang di tawarkan dan / atau dijualnya yang dapat membahayakan konsumen, maka pelaku usaha dituntut untuk beriktikad baik dengan tidak memanipulasi data pada suatu produk.

Ketentuan hukum yang mengatur bentuk pelanggaran oleh pelaku usaha periklanan sebelumnya memang tidak diatur eksplisit dalam KUH Perdata, akan tetapi dalam Pasal 1473 KUH Perdata menyatakan bahwa, "Si penjual diwajibkan menyatakan dengan tegas untuk apa ia mengikatkan dirinya, segala janji yang tidak terang dan dapat diberikan berbagai pengertian, harus ditafsirkan untuk kerugiannya." Oleh karena itu pelaku usaha harus memberikan informasi dengan objektif, secara tegas, dan jelas oleh pelaku usaha periklanan.

Sebagaimana ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Teknologi dan Elektronik (UU ITE) menyebutkan para pihak dalam bertransaksi harus dengan iktikad baik, sebagaimana dalam Pasal 17 UU ITE menyebutkan, bahwa para pihak yang melakukan transaksi elektronik baik secara publik atau privat wajib beriktikad baik dalam melakukan interaksi dan/ atau pertukaran Informasi Elektronik dan/ atau Dokumen Elektronik selama transaksi berlangsung." Iktikad baik dalam transaksi

serta memberikan informasi atau representasi produk oleh pelaku usaha yang ditawarkan melalui *webvertising* sangat penting sekali untuk menjamin barang dan/ atau jasa yang ditawarkan tersebut sehingga konsumen dapat mengkonsumsinya dengan aman.

Adapun larangan-larangan terhadap pelaku usaha dalam merepresentasikan suatu barang dan / atau jasa tercantum dalam Pasal 9 Jo Pasal 17 ayat (1) UUPK.

Subtansi Pasal 9 UUPK tersebut diatas adalah merupakan representasi dimana pelaku usaha wajib memberikan informasi/ penjelasan yang sebenar-benarnya atas barang/ atau jasa yang dipromosikan serta diperdagangkannya. Hal ini menjadi penting, dikarenakan kita ketahui bahwa salah satu penyebab terjadinya kerugian konsumen adalah misrepresentasi terhadap barang dan/ atau jasa tertentu yang hendak dikonsumsinya. Pada umumnya kerugian yang diderita oleh konsumen pada awalnya dalam jula-beli *e-commerce* adalah tergiurnya konsumen oleh iklan atau brosur dan jaminan atau garansi pada barang dan/ atau jasa yang tidak benar. Informasi adalah merupakan janji yang dinyatakan dalam penawaran, promosi, dan pengiklanan barang dan/ atau jasa tersebut menjadi alat bukti yang dipertimbangkan oleh hakim dalam atas gugatan yang berdasarkan wanprestasi pelaku usaha.

Tanggung jawab dibebankan kepada para pelaku usaha baik yang memproduksi/ mempromosikan / mengiklankan barang dan / atau jasa di internet ataupun pelaku usaha periklanan, dalam merepresentasikan suatu produk secara tidak benar, baik dengan alasan wanprestasi maupun dengan alasan perbuatan melawan hukum adalah merupakan sarana yang dapat memberikan perlindungan konsumen karena dengan adanya pertanggung jawaban tersebut pihak produsen lebih berhati-hati dalam merepresentasikan suatu produk dan / atau jasa, sehingga konsumen dapat memperoleh informasi yang benar terhadap suatu produk dan / atau jasa yang ditawarkan oleh produsen dalam *webvertising* pada suatu toko *online*.

### **Perlindungan Hukum Konsumen dalam Perjanjian Baku**

Pelaku usaha menjual barang dan atau jasa dengan media internet pada umumnya menggunakan perjanjian baku dalam menjalankan transaksinya, yaitu guna mendorong adanya kebutuhan pelayanan yang efektif dan efisien dalam setiap transaksi antara *merchant* dan *consumer*. Lahirnya perjanjian baku juga didorong dengan adanya gagasan agar terdpta kepraktisan dalam melakukan transaksi dalam *e-commerce*. Pertumbuhan dunia usaha perdagangan *e-commerce* sangat pesat menghasilkan berbagai aneka ragam

barang dan jasa yang membutuhkan kecepatan transaksi dengan internet yang efisien, efektif dan praktis, guna meminimalisir pengeluaran pada perdagangan secara global. Meskipun demikian, pertumbuhan pesat perdagangan global tersebut harus disertai peningkatan harkat dan martabat konsumen untuk membebaskan pelaku usaha yang profesional dan tanggung jawab atas produksi barang serta mendistribusikan barang yang memenuhi standar dan kualitas barang baik.

Menurut Sutan Remi Sjahdeini., pengertian perjanjian standar sebagai perjanjian yang hampir semua klausul-klausulnya dibakukan oleh pemakainya dan pihak lain tidak pada dasarnya tidak mempunyai peluang untuk merundingkan atau meminta perubahan. Sebagaimana perjanjian baku dalam jual-beli melalui internet bahwa merchant sebagai pengelola toko online membuat perjanjian baku yang tertulis dalam suatu toko online tersebut, maka dapat dipastikan bahwa perjanjian yang tersebut memuat klausula-klausula yang menguntungkan baginya dan bisa pula meringkatkan / menghapuskan beban-beban / kewajiban-kewajiban tertentu yang seharusnya menjadi tanggung jawabnya.

Dalam formulir Toko Furniture Online tersebut, dapat ditemukan klausul-klausul yang bisa merugikan konsumen bila membeli furniture tersebut, yaitu

diantaranya tidak mencantumkan spesifikasi tentang informasi barang yang telah ditawarkan dalam *web e-commerce* tersebut, dan tidak mencantumkan informasi lamanya waktu pengiriman barang yang telah dipesan serta dibeli oleh konsumen, dalam melakukan transaksi konsumen tidak diberikan ruang melakukan negosiasi kepada pelaku usaha.

Sehingga UUPK memberikan larangan ketentuan pencantuman klausula baku yang tidak memenuhi syarat sebagaimana terakomodir dalam Pasal 18 ayat (1) UUPK, larangan pencantuman klausula baku tersebut dimaksudkan untuk menempatkan kedudukan konsumen setara dengan pelaku usaha berdasarkan prinsip kebebasan berkontrak dengan batasan iktikad baik pada para pihak. Klausula baku yang dibuat secara sepihak oleh pelaku usaha serta tanpa memperhatikan syarat yang telah ditentukan dalam pasal tersebut akan berpotensi menghapus tanggung jawab pelaku usaha. Para ahli hukum dari berlakunya perjanjian baku selain dari segi keabsahaanya adalah adanya klausul-klausul yang tidak adil dan sangat memberatkan salah satu pihak umumnya pada konsumen.

Pada dasarnya, kontrak baku mengandung persyaratan yang mempunyai konsekuensi sebagaimana yang terdapat pada kontrak baku dalam *e-commerce*, adalah diantaranya sebagai berikut:



1. Mengurangi atau menghapuskan tanggung jawab pelaku usaha / *merchant* atas akibat hukum tertentu, seperti halnya ganti rugi akibat wanprestasi.
2. Membatasi atau menghapuskan tanggung jawab kewajiban tertentu pelaku usaha / *merchant*, seperti halnya memberikan informasi atas kualitas barang.

Perjanjian *e-commerce* pada umumnya menggunakan perjanjian baku yang mana perjanjian ditetapkan lebih awal secara sepihak oleh pelaku usaha sehingga sering menimbulkan berbagai masalah serta kerugian bagi konsumen. Adapun kerugian yang sering kali dalam transaksi *e-commerce* pada umumnya dan pada khususnya transaksi *e-commerce business to consumer* (B2C) adalah sebagai berikut:

- a) Barang dan / atau jasa yang sudah dibeli tidak sampai ke tangan konsumen;
- b) Barang dan / atau jasa yang telah dibeli tidak sesuai promosi yang diberikan pada konsumennya.
- c) Barang dan / atau jasa yang sudah dibeli oleh konsumen mengalami keterlambatan dalam pengiriman;

Kerugian-kerugian yang terjadi pada konsumen tersebut adalah merupakan tindakan praktik curang akibat posisi pelaku usaha yang dominan dalam melakukan transaksi *e-commerce*.

Teori perlindungan hukum preventif Phillipus M. Hudjon, menyatakan bahwa perlindungan hukum preventif merupakan perlindungan hukum bagi masyarakat yang bertujuan untuk mencegah terjadinya pemasalahan atau sengketa.

Berdasarkan teori perlindungan hukum preventif tersebut diatas perlu untuk diterapkan pada penyelesaian permasalahan transaksi *e-commerce* mengingat sengketa *e-commerce* relatif sulit dalam penyelesaiannya, memerlukan waktu yang lama dalam penyelesaiannya dan tidak jarang memerlukan biaya yang tinggi. Maka dari pada itu, permasalahan sengketa *e-commerce* sebisa mungkin harus dicegah. Dalam usaha-usaha untuk mencegah terjadinya kerugian bagi konsumen, antara lain adalah sebagai berikut:

- a. Pemberdayaan Konsumen.

Sehubungan dengan pemberdayaan konsumen terdapat ketentuan pada Pasal 29 ayat (1) UUPK, tentang pembinaan konsumen adalah sebagai berikut:

"Pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha"

- b. Pengawasan dan perlindungan pemerintah maupun badan yang terkait.

Tanggung jawab pengawasan dan perlindungan, telah ditegaskan dalam Pasal

30 ayat (1) dan (4) UUPK, bahwa pengawasan atas upaya perlindungan konsumen yaitu melalui pemberdayaan setiap unsur yang ada baik pengawasan dari masyarakat dan LPKSM serta pemerintah melalui menteri dan / atau menteri teknis yang terkait. Pengawasan yang dilakukan memerintah melalui menteri dan / atau menteri teknis serta LPKSM merupakan untuk mengetahui ada atau tidaknya suatu barang dan/ atau jasa yang tidak memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan yang beredar dipasaran.

Dan ditegaskan dalam Pasal 40 ayat (2) UUIITE, adalah sebagai berikut:

"Pemerintah melindungi kepentingan umum dari segala jenis gangguan sebagai akibat penyalahgunaan Informasi Elektronik dan Transaksi Elektronik yang mengganggu ketertiban umum, sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan."

c. Pentingnya menjaga keamanan password dalam transaksi *e-commerce*, yaitu dengan cara sebagai berikut:

- i. Menjaga kerahasiaan dan tidak memberitahukan Password kepada siapapun termasuk kepada petugas penyelenggara.
- ii. Menggunakan Password yang tidak mudah ditebak.
- iii. Melakukan perubahan Password secara berkala.
- iv. Tidak mencatat Password dalam bentuk fisik.

v. Password untuk pembelian satu produk hendaknya berbeda dengan pembelian produk lainnya.

d. Membentuk jaringan C2C (*consumer to consumer*) antar konsumen.

Jaringan C2C antara sesama *consumer* dalam transaksi *e-commerce*, ini merupakan salah satu wadah untuk menampung atau pertukaran informasi dan keluhan-keluhan antar konsumen, sehingga konsumen mendapatkan informasi dan memperoleh pengetahuan tentang hal-hal yang berhubungan dengan *e-commerce* agar teliti sebelum melakukan pembelian barang dan / atau jasa pada suatu *web commerce*. Sebagai contoh adanya suatu forum *online* "FJB "Forum Jual-Beli pada situs kaskus.com.

Sarana perlindungan hukum preventif adalah merupakan sarana upaya hukum untuk pencegahan secara dini terhadap berbagai permasalahan yang timbul karena perdagangan secara elektronik dengan menggunakan media internet.

Adapun upaya perlindungan konsumen dalam transaksi perdagangan *e-commerce* sebagai pencegahan timbulnya permasalahan terbagi dalam 4 (empat) bagian yaitu:

a. Dari sisi produsen (*merchant*)

Kedudukan produsen dalam transaksi perdagangan relatif lebih kuat dibandingkan konsumen yaitu produsen berada pada pihak penyedia barang dan jasa dan

sedangkan konsumen pada pihak yang membutuhkan produk, sehingga apapun yang ditentukan oleh produsen sepanjang konsumen membutuhkan produk tersebut maka dia akan menyetujuinya, maka lahirlah bentuk kontra baku (*standard contract*) yang menggunakan prinsip *take it or leaves it*.

b. Dari sisi Konsumen

Konsumen pada umumnya dalam transaksi *e-commerce* sebagai pihak yang membutuhkan atas produk yang ditawarkan dalam *web commerce* harus memberikan identitas terlebih dahulu sebelum melakukan transaksi, hal ini adalah sebagai tindakan wajar oleh produsen kepada konsumen guna mengetahui atau menilai kredibilitas konsumen, apakah konsumen merupakan pembeli sungguh-sungguh atau tidak.

c. Dari sisi produk (barang dan jasa)

Informasi produk sangat penting diketahui oleh konsumen, karena melalui informasi tersebut konsumen dapat mengambil keputusan untuk melakukan transaksi atau tidak.

d. Dari segi transaksi

Produsen harus mencantumkan dalam *web commerce* toko *on-line* mengenai informasi yang jelas dan lengkap mengenai mekanisme transaksi dan serta hal-hal yang berkenaan dengan transaksi, seperti sebagai berikut:

- i. Syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh konsumen dalam melakukan transaksi;
- ii. Kesempatan bagi konsumen untuk mengkaji ulang transaksi yang akan dilakukan sebelum mengambil keputusan, untuk menghindari adanya kesalahan yang dibuat oleh konsumen;
- iii. Harga dari produk yang ditawarkan, apakah sudah termasuk pajak atau ongkos kirim;
- iv. Penentuan mata uang yang dipakai dalam pembayaran;
- v. Bagaimana mekanisme pengiriman barang;
- vi. Informasi mengenai dapat tidaknya konsumen mengembalikan barang yang sudah dibeli;
- vii. Apakah diberikan jaminan pengganti barang/ pengembalian uang, apabila produk yang diterima tidak sesuai dengan pesanan atau rusak;
- viii. Mekanisme penyelesaian Sengketa dan jangka waktu pengejukan klaim;

Empat macam perlindungan dalam transaksi perdagangan *e-commerce* tersebut diatas perlu kiranya diatur dalam ketentuan perundang-undangan dengan harapan terlindunginya konsumen dalam transaksi dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas transaksi perdagangan e-commerce.

## **Upaya Hukum Bagi Konsumen dalam Perjanjian E-Commerce di Indonesia**

### **A. Penyelesaian Sengketa Konsumen Secara Litigasi**

Sengketa konsumen disini dibatasi pada perkara-perkara perdata. Penyelesaian sengketa konsumen secara “litigasi” adalah merupakan penyelesaian sengketa melalui pengadilan, sebagaimana diatur dalam Pasal 45 ayat (1) jo Pasal 48 UUPK, yang menyatakan sebagai berikut :

Pasal 45 ayat (1) UUPK

Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada dilingkungan peradilan umum.

Pasal 48 UUPK

Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu pada ketentuan tentang peradilan umum yang berlaku dengan memperhatikan ketentuan dalam Pasal 45.

Dan ditegaskan dalam Pasal 38 ayat (1) jo Pasal 29 (1) UUIITE, menyatakan sabagai berikut:

Pasal 38 ayat (1) UUIITE

Setiap Orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan / atau menggunakan Teknologi Informasi yang menimbulkan kerugian.

Pasal 29 ayat (1) UUIITE

Gugatan perdata dilakukan sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan.

Dalam kasus perdata di Pengadilan Negeri, pihak konsumen diberikan hak

mengajukan gugatan atas pelanggaran pelaku usaha sebagaimana ditegaskan pada Pasal 46 ayat (1) UUPK, adalah sebagai berikut:

- a. Seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan;
- b. Sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama;
- c. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya;
- d. Pemerintah dan / atau instansi terkait apabila barang dan / atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit.

Dalam hukum perlindungan konsumen, secara umum proses beracara dalam menyelesaikan sengketa konsumen dan pelaku usaha mengenal adanya 3 (tiga) macam gugatan, yaitu:

1. *Small Claim tribunal*, jenis gugatan yang dapat dilakukan oleh konsumen, sekalipun dilihat secara ekonomis nilai gugatannya sangat kecil.

2. *Class Action*, adalah gugatan konsumen dimana korbanya lebih dan satu orang atau gugatan yang dilakukan oleh sekelompok orang.
3. *Legal Standing*, adalah gugatan yang dilakukan sekelompok konsumen dengan menunjuk pihak Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) yang dalam kegiatannya berkonsentrasi pada kegiatan konsumen untuk mewakili kepentingan konsumen atau dikenal dengan Hak Gugat LSM.

Penyelesaian sengketa melalui pengadilan (*litigasi*) memungkinkan ditempuh apabila para pihak belum menentukan penyelesaian sengketa konsumen tersebut belum berupaya penyelesaian sengketa di luar pengadilan (*non litigasi*). Penyelesaian sengketa dengan menggunakan hukum acara baik, perdata, pidana, ataupun secara administrasi negara, telah membawa keuntungan dan kerugian bagi konsumen dalam proses berperkaranya, akan tetapi tentang beban-beban biaya yang ditanggung pihak penggugat yang tidak sedikit dalam hal ini konsumen akan membawa kesulitan serta kendala bagi konsumen jika berperkara di ranah pengadilan umum. Disamping itu penyelesaian sengketa dalam dunia bisnis diharapkan sedapat mungkin tidak merusak hubungan bisnis selanjutnya penyelesaian sengketa yang dikehendaki adalah berlangsung dengan cepat dan murah.

Adapun kesulitan dan kendala yang hendak dihadapi oleh konsumen dan pelaku usaha dalam penyelesaian sengketa secara litigasi adalah sebagai berikut:

1. Penyelesaian sengketa secara litigasi sangat lambat;
2. Biaya perkara yang relatif mahal;
3. Pengadilan pada umumnya tidak responsif;
4. Putusan pengadilan tidak menyelesaikan masalah;
5. Kemampuan para hakim yang bersifat generalis;

Berdasarkan berbagai kekurangan penyelesaian sengketa secara litigasi, sehingga dalam dunia bisnis para pihak yang bersengketa lebih memilih menyelesaikan sengketa secara non litigasi yang sangat dibutuhkan dalam dunia bisnis karena prosesnya relatif cepat dan biaya ringan.

## **B. Penyelesaian Sengketa Konsumen Secara Non Litigasi**

Jalur non litigasi adalah merupakan mekanisme penyelesaian sengketa diluar pengadilan dengan cara menggunakan mekanisme yang hidup dalam masyarakat seperti halnya, secara musyawarah, perdamaian, kekeluargaan dan sebagainya. Pada dewasa ini cara yang sekarang berkembang dan diminati oleh para pelaku\* bisnis adalah melalui lembaga ADR (*Alternative Dispute Resolution*).

Adapun bentuk-bentuk penyelesaian sengketa konsumen "*non litigasi*", dalam Pasal 52 huruf (a) adalah arbitrase, konsiliasi, dan mediasi adalah sebagai berikut:

- 1) Arbitrase, menurut Pasal 1 UU No. 30 Tahun 1999, arbitrase adalah merupakan cara penyelesaian suatu sengketa perdata diluar peradilan umum yang didasarkan pada perjanjian arbitrase yang dibuat secara tertulis oleh para pihak yang bersengketa.
- 2) Konsiliasi; (Pemufakatan), merupakan bentuk penyelesaian sengketa dengan intervensi pihak ketiga (konsiliator), dimana konsiliator lebih bersifat aktif, dengan mengambil inisiatif menyusun dan merumuskan langkah-langkah penyelesaian, yang selanjutnya diajukan dan ditawarkan membuat kepada pihak yang bersengketa.
- 3) Mediasi (Penengahan), adalah merupakan proses negosiasi pemecahan masalah di mana pihak ketiga (mediator) yang tidak memihak (*impartial*) bekerja sama dengan pihak yang bersengketa untuk membantu memperoleh kesepakatan perjanjian dengan memuaskan, yang kedudukannya hanya sebagai penasihat, tidak berwenang untuk member! keputusan untuk menyelesaikan perselisihan tersebut.

Penyelesaian Sengketa Melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dibentuk pemerintah di tiap-tiap daerah untuk menyelesaikan sengketa di luar pengadilan secara murah, cepat dan sederhana. Secara teknis Penyelesaian Sengketa Melalui BPSK diatur dalam Surak Keputusan (SK) Menperindag Nomor.350/MPP/Kep/12/2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, adalah sebagai berikut:

- a. Melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen dengan cara konsiliasi, mediasi dan arbitrase;
- b. Memberikan konsultasi periindungan konsumen;
- c. Melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku;
- d. Melaporkan kepada penyidik umum jika terjadi pelanggaran Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen;
- e. Menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- f. Melakukan penelitian dan meperiksaan sengketa periindungan konsumen;
- g. Mendapatkan, meneliti dan / atau menilai surat, dokumen atau alat bukti lain guna penyelidikan dan / atau pemeriksaan;

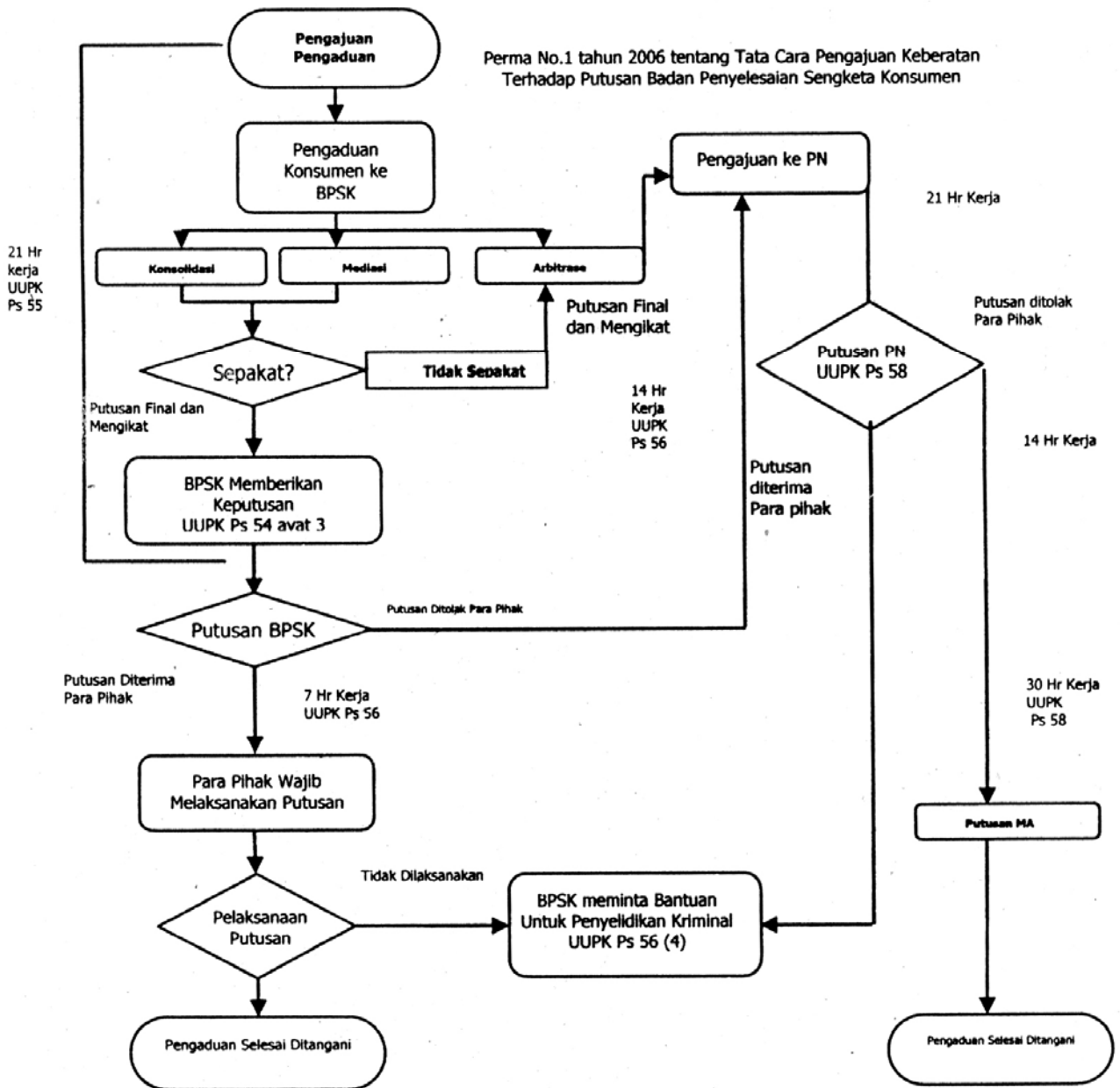
- h. Memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) berfungsi menangani dan menyelesaikan sengketa diluar jalur pengadilan. Oleh karena itu BPSK mempunyai kewenangan, adalah sebagai berikut:

- a. Memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- b. Memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli, dan atau setiap orang orang yang diduga mengetahui pelanggaran terhadap Undang-Undang Npmor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK);
- c. Meminta bantuan pada penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang yang tidak bersedia memenuhi panggilan BPSK;
- d. Memutuskan dan menetapkan ada tidaknya kerugian dipihak konsumen;

- e. Menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan UUPK pasal 52;

Dengan demikian, apabila keberatan yang dijatuhkan telah memenuhi syarat seperti yang tercantum dalam Pasal 6 ayat (3), majelis hakim dapat menerbitkan pembatalan putusan BPSK. Jadi, konsumen hanya dapat mengajukan permohonan eksekusi terhadap putusan BPSK yang tidak diajukan keberatan kepada PN. Oleh karena itu permohonan eksekusi atas putusan BPSK yang telah diperiksa melalui prosedur keberatan, ditetapkan oleh PN yang memutus perkara keberatan bersangkutan (Pasal 7 ayat 1 dan 2 Perma No.1 tahun 2006 tentang Tata Cara Pengajuan Keberatan Terhadap Putusan Badan penyelesaian Sengketa Konsumen). - Adapun alur mengenai tata cara penyelesaian sengketa melalui BPSK, adalah sebagai berikut:



Gambar Diagram Alur Tata Cara Penyelesaian Sengketa Melalui BPSK

Penting dicatat bahwa konsumen yang melakukan transaksi secara elektronik dengan pelaku usaha / merchant yang berdomisili di Indonesia dapat mengajukan tuntutan ganti rugi sebagaimana telah diatur dalam Pasal 19 UUPK. Karena menurut rangkaian ketentuan tersebut pelaku usaha bertanggung jawab untuk memberikan ganti

rugi atas kerusakan, pencemaran atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan / atau jasa yang dihasilkan ataupun diperdagangkan. Ganti rugi antara lain berupa: pengembalian uang, penggantian barang atau jasa yang sejenis atau setara nilainya. Pemberian ganti rugi harus dilaksanakan dalam tenggang waktu 7



(tujuh) hari setelah tenggal transaksi (Pasal 19 UUPK).

Pelaksanaan ketentuan-ketentuan UUPK dan UUIITE harus diselaraskan dikarenakan sering membawa persoalan spesifik yang berkaitan tentang perlindungan konsumen pada transaksi perdagangan melalui internet. Oleh karena itu ketentuan-ketentuan UUPK yang relevan dengan transaksi elektronik harus diterapkan terhadap upaya perlindungan hak konsumen yang meleakukan transaksi perdagangan secara elektronik.

## **Penutup**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan atas permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan sebagai berikut perlindungan hukum bagi konsumen yang dirugikan dalam transaksi elektronik terbagi dua bentuk pengaturan, yaitu :

- a. Perlindungan hukum melalui siati bentuk perundang-undangan yang bersifat umum untuk setiap orang yang melakukan transaksi yang didasarkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik.
- b. Perlindungan hukum atas dasar perjanjian yang khusus dibuat oleh para pihak produsen dan konsumen dalam perdagangan e-commerce.

## **Saran**

Berdasarkan kesimpulan tersebut diatas, diberikan rekomendasi sebagai berikut.

- a. Bagi para pihak (perilaku usaha dan konsumen) dalam transaksi elektronik harus beritikad baik untuk menjalankan hak dan kewajibannya, agar tidak terjadi kerugian dikemudian hari kepada salah satu pihak baik konsumen ataupun pelaku usaha. Konsumen hendak cermat dan teliti membaca formulir yang ditawarkan dalam web store dan hendaknya pelaku usaha. Konsumen hendak cermat dan teliti membaca formulir yang ditawarkan dalam web store dan hendaknya pelaku usaha memberikan informasi dalam web store di internet dengan detail, transparan dan jelas pada produk yang ditawarkan dalam web store dan hendaknya pelaku usaha memberikan informasi dalam web store di internet dengan detail, transparan dan jelas pada produk yang ditawarkan konsumen baik barang dan / atau jasa.
- b. Bagi konsumen hendaknya berhati-hati dalam melakukan transaksi jual beli melalui e-commerce.
- c. Bagi pejabat terkait agar melakukan sosialisasi mengenai transaksi perdagangan e-commerce kepada masyarakat dan aparat penegak hukum agar memahami mekanisme dan permasalahan yang terkait dengan transaksi perdagangan e-commerce.

## Daftar Pustaka

- Ade Maman Suherman., 2005, Aspek Hukum dalam Ekonomi Global, Cet. Kedua (Edisi Revisi), Bogor, Ghalia, Indonesia.
- Ahmadi Miru dan Sulaiman Yodo., 2008, Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Abdul Halim Barkullullah dan Syahrída., 2010, “Sengketa Transaksi E-Commerce Internasional” (Pengertian Sebab Kemunculan Metode Penyelesaian yang Efektif), Banjarmasin : FH. Unhas Press.
- Bambang Suyoso., 2004, Hukum Acara Perdata Indonesia, Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Didik M. Arief Mansur dan Elisatris Gultom., 2005, Cyber Law, Aspek Hukum Teknologi Informasi, Cet. I, Bandung : PT. Rafika Aditama.
- Edmon Makarim., 2004, Kompilasi Hukum Telematika, Cet. II, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Philipus M. Hadjon., 1987, Perlindungan Hukum bagi Rakyat Indonesia, Surabaya : Bina Ilmu.
- Soejono dan H. Abdurrahman., 2003, Metode Penelitian Hukum, Jakarta : Rineka Cipta.

Soerjono Soekanto., 2006, Pengantar Penelitian Hukum, Jakarta : UI Press.

Sriwati, Perlindungan Hukum bagi Pihak dalam Perjanjian Baku, Jurnal Yustika, Vol. III No. 2 Desember 2000.

## Peraturan Perundang-undangan

Undang-undang Dasar Republik Indonesia 1945.

Kitab Undang-undang Hukum Perdata Indonesia (*Burgerlijk Wetboek*).

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

## Internet

<http://id.wikipedia.org/wiki/E-commerce>, diakses pada tanggal 15 Desember 2011.