

Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Online di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Meriza Elpha Darnia¹, Adji Dwi Plantino Sirait², Ahmad Saiful³
, Dini khairryyah⁴, Herma Suryani Pratiwi⁵, Risma Dwiyanti⁶
^{1,2,3,4,5,6} Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Alamat: Panam, Jl. HR. Soebrantas No.Km. 15, RW.15, Simpang Baru, Kota Pekanbaru,
Riau 28293; Telepon: (0761) 562223

Email Korespondensi : meriza.elpha@lecturer.unri.ac.id

Abstrak

Konsumen adalah individu yang menggunakan barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, atau makhluk hidup lain, dan tidak untuk tujuan perdagangan. Oleh karena itu, penting untuk memberikan perlindungan hukum kepada konsumen agar mereka dapat memperoleh hak-hak yang mereka miliki sebagai konsumen. Perlindungan konsumen, baik secara materiil maupun formil, dianggap semakin penting, terutama mengingat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang memengaruhi produktivitas dan efisiensi produsen dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam upaya mencapai tujuan-tujuan ini, konsumen seringkali menjadi pihak yang merasakan dampaknya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Berdasarkan latar belakang diatas rumusan masalah yang akan di bahas dirumuskan sebagai berikut: 1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap Konsumen?, 2. Bagaimana upaya perlindungan hukum terhadap konsumen online di Indonesia ?, dan 3. Bagaimana peran lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat ?. Metode penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode penelitian normatif. Penulis mengandalkan data sekunder yang melibatkan peraturan-peraturan baik tingkat nasional maupun internasional. Selain itu, penulis merujuk pada artikel-artikel, buku-buku, sumber kamus, internet, dan media massa yang relevan. Adapun hasil penelitian menunjukkan Keberadaan Undang-undang Perlindungan Konsumen telah mencapai tingkat yang memadai untuk melindungi konsumen, asalkan semua pihak, baik pelaku usaha maupun konsumen, telah memahami isi Undang-undang tersebut. Peran lembaga perlindungan konsumen dan lembaga penegak hukum lainnya perlu bekerja sama secara sinergis untuk mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, sekaligus memastikan bahwa konsumen yang menggunakan barang dan jasa tidak mengalami kerugian.

Kata Kunci : Perlindungan Konsumen, Undang-Undang, Belanja Online

Abstract

Consumers are individuals who use goods and/or services available in society for the benefit of themselves, their families, other people, or other living creatures, and not for trade purposes. Therefore, it is important to provide legal protection to consumers so that they can obtain the rights they have as consumers. Consumer protection, both material and formal, is considered increasingly important, especially considering advances in science and technology that influence the productivity and efficiency of producers in meeting consumer needs. In an effort to achieve these goals, consumers are often the ones who feel the impact, both directly and indirectly. Based on the background above, the formulation of the problem that will be discussed is formulated as follows: 1. What is the form of legal protection for consumers?, 2. What are the legal protection efforts for online consumers in Indonesia?, and 3. What is the role of non-governmental consumer protection institutions? The research method applied in this research is a normative research method. The author relies on secondary data involving regulations at both national and international levels. Apart from that, the author refers to relevant articles, books, dictionary sources, the internet and mass media. The research results show that the existence of the Consumer Protection Law has reached a sufficient level to protect consumers, provided that all parties, both business actors and consumers, understand the contents of the Law. The role of consumer protection agencies and other law enforcement agencies needs to work together synergistically to support sustainable economic growth, while ensuring that consumers who use goods and services do not suffer losses.

Keywords: Consumer Protection, Law, Online Shopping

PENDAHULUAN

Perlindungan hukum merujuk pada upaya untuk melindungi subyek hukum melalui berbagai alat, baik yang bersifat mencegah maupun yang bersifat menghukum, dan bisa berbentuk lisan maupun tertulis. Dengan kata lain, perlindungan hukum adalah konsep yang merupakan bagian integral dari fungsi hukum yang bertujuan untuk memberikan keadilan, ketertiban, kepastian, manfaat, dan kedamaian. Untuk melaksanakan perlindungan hukum ini, diperlukan alat atau wadah yang sering disebut sebagai sarana perlindungan hukum. Sarana perlindungan hukum dapat dikelompokkan menjadi dua jenis, yaitu sarana perlindungan hukum yang bersifat pencegahan (preventif) dan yang bersifat penindakan (represif).

Perlindungan hukum preventif mengacu pada memberikan subyek hukum kesempatan untuk menyampaikan pendapat atau keberatan mereka sebelum suatu keputusan pemerintah diambil dalam bentuk final. Tujuannya adalah untuk mencegah munculnya sengketa. Sebaliknya, perlindungan hukum represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa yang sudah timbul. Penanganan perlindungan hukum ini dilakukan oleh Pengadilan Umum dan Peradilan Administrasi di Indonesia. Prinsip-prinsip yang mendasari perlindungan hukum terhadap tindakan pemerintah adalah pengakuan dan perlindungan hak asasi manusia, di mana konsep ini memiliki akar sejarah dari dunia Barat. Prinsip ini mengarah pada pembatasan hak dan kewajiban masyarakat serta pemerintah. Prinsip kedua yang menjadi dasar perlindungan hukum terhadap tindakan pemerintah adalah prinsip negara hukum, yang menempatkan pengakuan dan perlindungan hak asasi manusia dalam posisi sentral dan sesuai dengan tujuan negara hukum (Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2007).

Sesuai UU No. 8 Tahun 1999 Konsumen adalah individu yang menggunakan barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat untuk kepentingan pribadi, keluarga, orang lain, atau makhluk hidup lainnya, dan bukan untuk tujuan perdagangan. Perlindungan konsumen merujuk pada semua tindakan yang bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan kepada konsumen. Namun, saat ini, apakah konsumen benar-benar mendapatkan perlindungan yang memadai dan lebih disayangkan, seringkali konsumen diabaikan oleh para produsen. Adapun salah satunya adalah kasus yang marak terjadi di beberapa platform belanja online.

Belanja online merujuk pada cara berbelanja yang dilakukan melalui internet, dengan pembayaran menggunakan kartu kredit ataupun kartu debit. Sebelum era globalisasi, transaksi jual beli umumnya dilakukan secara langsung antara penjual dan pembeli, atau tatap muka. Transaksi perdagangan yang dibantu oleh perkembangan teknologi ini dikenal sebagai *electric commerce* atau singkatnya *e-commerce*. Namun, istilah "belanja online" lebih dikenal

masyarakat saat ini. Seiring dengan hadirnya internet, individu yang ingin menjual barang atau jasa dapat menggunakan berbagai platform seperti situs web, jejaring sosial, dan blog. Transaksi jual beli melalui platform digital semakin mengharuskan koneksi dengan internet. Banyak usaha dagang yang bergantung pada internet sebagai sarana utama dalam transaksi mereka. E-commerce, yang merupakan singkatan dari perdagangan elektronik, didefinisikan sebagai segala transaksi perdagangan yang terjadi melalui media elektronik. Pertumbuhan yang pesat dalam e-commerce ini memiliki dampak signifikan karena internet telah mengubah cara berpikir masyarakat, membuat mereka lebih selektif dalam memilih produk. Bagi penjual, kemajuan teknologi juga memiliki dampak positif, memudahkan mereka untuk memasarkan produk melalui internet dan mengurangi biaya yang tidak perlu. Namun, di samping dampak positif tersebut, terdapat dampak negatif yang dapat merugikan konsumen, seperti ketidaksesuaian antara barang yang dipesan dengan barang yang ditawarkan melalui internet, yang dapat melanggar kesepakatan antara penjual dan pembeli. E-commerce telah membawa perubahan yang signifikan dalam dunia bisnis dengan inovasi model-model interaksi antara penjual dan pembeli yang terjadi secara online. Sistem perdagangan yang digunakan dalam e-commerce dirancang untuk mendukung tanda tangan elektronik (Indrajit, 2022)

Meskipun demikian, praktik belanja online atau e-commerce belum selalu berjalan dengan baik. Banyak orang yang telah bertransaksi melalui belanja online merasa menjadi korban penipuan. Mereka mungkin menerima barang yang tidak sesuai dengan pesanan atau bahkan tidak menerima barang sama sekali, meskipun pembayaran sudah dilakukan. Contoh masalah ini dapat ditemui pada situs web, jejaring sosial seperti Facebook dan Twitter, serta di berbagai forum. Dalam situasi ini, pembeli merasa dirugikan karena mereka sering tidak memiliki bukti tertulis yang memungkinkan mereka mengembalikan barang yang tidak sesuai pesanan, dan beberapa penjual mungkin tidak mengizinkan pengembalian. Oleh karena itu, perlindungan konsumen perlu mendapatkan perhatian lebih serius (Abdul halim Barkattulah dan Teguh Prasetyo , 2005)

Berdasarkan latar belakang diatas rumusan masalah yang akan di bahas dirumuskan sebagai berikut: 1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap Konsumen?, 2. Bagaimana upaya perlindungan hukum terhadap konsumen online di Indonesia ?, dan 3. Bagaimana peran lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat ?.

METODE PENELITIAN

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode penelitian normatif. Penulis mengandalkan data sekunder yang melibatkan peraturan-peraturan baik tingkat nasional

maupun internasional. Selain itu, penulis merujuk pada artikel-artikel, buku-buku, sumber kamus, internet, dan media massa yang relevan. Untuk melengkapi penelitian ini, penulis juga menggunakan data primer, tetapi data primer hanya digunakan sebagai pendukung data sekunder. Pengumpulan data dalam penelitian ini berfokus pada literatur hukum (Matheus, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2009 Tentang Perlindungan Konsumen

Salah satu hasil kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi adalah kemunculan transaksi jual beli melalui media elektronik. Meskipun berbeda dari transaksi jual beli dalam dunia nyata di mana para pihak terlibat berinteraksi langsung, dalam jual beli online, interaksi tersebut terjadi melalui internet. Terlepas dari perbedaan cara transaksi ini, para pihak yang terlibat dalam jual beli online tetap memiliki hak dan kewajiban yang diatur oleh Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). UUPK dalam Pasal 1, Ayat 1 mendefinisikan perlindungan konsumen sebagai upaya untuk memberikan kepastian hukum dalam melindungi hak-hak konsumen. Tujuan dari perlindungan konsumen sebagaimana dijelaskan dalam Pasal 3 UUPK dapat dikategorikan menjadi tiga bagian, yaitu:

1. Memberdayakan konsumen dalam pemilihan, penentuan, dan penuntutan hak-haknya.
2. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mencakup unsur kepastian hukum, keterbukaan informasi, dan akses untuk mendapatkan informasi tersebut.
3. Meningkatkan kesadaran pelaku usaha tentang pentingnya perlindungan konsumen, sehingga mendorong sikap jujur dan bertanggung jawab.

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen didasarkan pada pemikiran perlindungan konsumen dari risiko-risiko terkait kesehatan, promosi, serta perlindungan kepentingan sosial konsumen (Nasution, 1995)

Adanya Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, keadaan ini memberikan banyak keuntungan bagi pelaku usaha terkait dengan barang-barang yang mereka hasilkan, sementara konsumen akan lebih terbuka terhadap peluang untuk mengonsumsi barang atau jasa yang tersedia dengan harga yang bersaing. Meskipun ada manfaat dari hubungan ini, juga ada dampak negatifnya, yaitu terjadinya ketidakseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen. Pelaku usaha memiliki peran sebagai pemasok dan berada dalam posisi yang lebih kuat, sementara konsumen berada dalam posisi yang lebih lemah. Ketidakseimbangan ini bisa mengakibatkan pelaku usaha menggunakan strategi promosi dan praktik penjualan yang merugikan konsumen, dengan tujuan untuk mengoptimalkan keuntungan mereka. Oleh karena itu, Undang-Undang

Perlindungan Konsumen sangat penting dan relevan, karena itu berfungsi sebagai landasan hukum yang mengatur hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha. Undang-Undang Perlindungan Konsumen mencakup berbagai aspek, seperti:

1. Memberikan jaminan kepastian hukum bagi konsumen.
2. Meningkatkan kualitas barang dan jasa untuk menjaga kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.
3. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen dalam melindungi diri mereka sendiri.
4. Meningkatkan martabat konsumen dengan menghindari efek negatif dari penggunaan barang dan jasa.
5. Memberdayakan konsumen dalam pemilihan, penentuan, dan penegakan hak-haknya sebagai konsumen.

Seiring dengan meningkatnya pembukaan pasar sebagai hasil dari mekanisme pasar yang berkembang, seringkali terjadi transaksi ekonomi yang menyebabkan permasalahan dan sengketa, serta ketidakpuasan konsumen terhadap produk yang mereka konsumsi karena tidak memenuhi standar kualitas, keamanan, dan bahkan dapat berpotensi berbahaya.

Pasal-pasal dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 merumuskan hak-hak yang melekat pada konsumen dan pelaku usaha. Walaupun demikian, dalam kenyataannya, seringkali konsumen berada dalam posisi yang kurang menguntungkan, dan daya tawar mereka cenderung lemah. Hal ini dikarenakan kurangnya pemahaman konsumen terhadap hak-hak yang mereka miliki, sehingga seringkali mereka menganggap masalah ini sebagai hal yang biasa. Oleh karena itu, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat menjadi penting, karena lembaga-lembaga ini berperan sebagai advokat yang berjuang untuk melindungi hak-hak konsumen.

Oleh karena itu, penting bagi konsumen untuk memiliki kesadaran, pengetahuan, kepedulian, dan kemampuan yang memungkinkan mereka untuk melindungi diri sendiri. Sosialisasi mengenai Undang-Undang Perlindungan Konsumen perlu dilakukan secara intensif, terutama kepada masyarakat dengan tingkat pendidikan yang lebih rendah, karena permasalahan-permasalahan yang timbul seringkali disebabkan oleh kurangnya pemahaman konsumen. Pasal 5 dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur kewajiban konsumen sebagai berikut:

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur penggunaan atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi menjaga keamanan dan keselamatan.
2. Bertindak dengan itikad baik saat melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.

3. Melakukan pembayaran sesuai dengan nilai tukar yang telah disepakati.
4. Mengikuti proses penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Seperangkat aturan hukum ada dengan tujuan untuk melindungi hak-hak konsumen, dan tidak dimaksudkan untuk merugikan usaha para pelaku usaha. Sebaliknya, perlindungan konsumen dapat memberikan dorongan untuk menciptakan iklim bisnis yang kuat dengan menyediakan produk atau jasa yang bermutu. Meskipun demikian, pelaksanaan Undang-Undang Perlindungan Konsumen tetap memberikan perhatian khusus kepada pelaku usaha kecil dan menengah. Hal ini diwujudkan melalui upaya pembinaan dan penerapan sanksi jika terdapat pelanggaran.

Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Online Di Indonesia

Dalam era digital saat ini, melakukan transaksi jual beli melalui internet memberikan kenyamanan, kemudahan, dan efisiensi, dan inilah yang menjadi salah satu pendorong pertumbuhan e-commerce di Indonesia yang berkembang pesat (Sudaryatmo, 1999). Namun, walaupun terdapat berbagai aspek positif dari e-commerce, potensi kerugian bagi konsumen dalam transaksi jual beli juga perlu diperhatikan. Kerugian yang umumnya dialami oleh konsumen mencakup aspek berikut:

a) Wanprestasi

Transaksi e-commerce adalah bentuk perjanjian jual beli yang dilakukan secara online melalui internet, yang pada dasarnya diatur oleh Ketentuan Hukum Perdata (KUHPerdata). Sebagai perjanjian, hal ini juga melibatkan kewajiban dan prestasi, yang merupakan kewajiban pihak-pihak yang terlibat untuk memenuhi syarat-syarat dalam perjanjian tersebut. Namun, jika salah satu pihak tidak memenuhinya, maka hal ini dapat disebut sebagai wanprestasi atau ketidakpenuhiannya. Wanprestasi yang dilakukan oleh pihak penjual akan berdampak merugikan pihak konsumen dalam konteks transaksi e-commerce. Dalam konteks ini, pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memberikan barang yang telah dijual kepada konsumen. Jika pelaku usaha gagal melaksanakan kewajiban ini, maka ia dianggap melakukan wanprestasi. Begitu pula dengan konsumen, jika pelaku usaha sudah melaksanakan kewajibannya maka konsumen harus memberikan apa yang menjadi hak pelaku usaha

b) Kejahatan Siber

Tidak dapat dipungkiri bahwa dalam melakukan transaksi jual beli melalui internet, terdapat risiko terkait dengan kejahatan siber, yang dapat merugikan pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi. Seiring dengan pertumbuhan pesat kegiatan e-

commerce, hal ini juga memberikan peluang bagi para penjahat siber untuk melakukan tindakan kriminal. Beberapa contoh dari kejahatan siber ini seperti Penipuan melalui media komputer atau digital yang seringkali terkait dengan aspek keuangan. Dan Penyadapan data pribadi, perangkat digital, dan jaringan komunikasi, termasuk pencurian informasi pribadi individu atau organisasi.

Dengan meningkatnya kejahatan siber, muncul perlunya tindakan hukum untuk mengatasi dampak yang timbul akibat kejahatan yang terjadi dalam konteks transaksi jual beli online. Upaya hukum yang dimaksud mencakup berbagai langkah untuk menyelesaikan permasalahan hukum yang muncul sebagai akibat dari kejahatan yang terjadi. Dalam ecommerce terdapat dua macam upaya hukum, yakni:

1) Upaya Hukum Preventif

Upaya hukum preventif bisa dikatakan sebagai segala upaya yang dilakukan guna mencegah terjadinya suatu keadaan yang tidak diinginkan atau secara singkatnya melakukan pencegahan sebelum timbulnya suatu cyber crimes. Dengan adanya upaya hukum preventif memberikan pencegahan, mengingat dalam menyelesaikan suatu sengketa ecommerce bisa dikatakan relatif sulit, membutuhkan waktu yang tidak cepat dan tidak jarang juga memerlukan biaya yang cukup tinggi. Salah satu cara usaha untuk mencegah terjadinya kerugian, langkah yang dapat dilakukan yaitu dengan Pembinaan Konsumen. Pembinaan konsumen terdapat dalam Pasal 29 ayat 1 UU Perlindungan Konsumen. Pembinaan konsumen memiliki maksud agar konsumen dapat dapat memahami haknya sebagai konsumen dan memaksimalkan pelaku usaha agar melakukan usahanya secara sehat. Pembinaan Konsumen yang dilakukan pemerintah diserahkan kepada menteri teknis terkait Pasal 29 ayat 2 UU Perlindungan Konsumen. Namun dalam prakteknya, peranan pemerintah dalam melaksanakan pembinaan terhadap konsumen belum bisa dikatakan maksimal, hal ini dapat dirasakan dari rendahnya konsumen yang sadar terhadap hak yang dimiliki dan kurangnya rasa berani konsumen untuk menuntut pelaku usaha.

2) Upaya Hukum Represif

Upaya hukum represif adalah langkah-langkah hukum yang diterapkan untuk menyelesaikan suatu permasalahan hukum yang timbul. Upaya hukum ini digunakan ketika terjadi konflik atau sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen, salah satu hak konsumen adalah

mendapatkan perlindungan hukum dan berpartisipasi dalam penyelesaian sengketa dengan cara yang adil dan benar (Pasal 4 huruf e Undang-Undang Perlindungan Konsumen). Di samping itu, salah satu kewajiban pelaku usaha adalah mengganti rugi atas kerugian yang disebabkan oleh penggunaan, pemakaian, atau pemanfaatan barang dan/atau jasa yang mereka jual (Pasal 7 huruf f Undang-Undang Perlindungan Konsumen). Upaya hukum represif harus menyediakan mekanisme yang efektif dan efisien untuk menyelesaikan sengketa dalam e-commerce. Terdapat juga mekanisme lain yang digunakan untuk menyelesaikan sengketa di bidang e-commerce, termasuk:

- Non-Litigasi

Penyelesaian sengketa dengan non-litigasi adalah sebuah mekanisme yang digunakan di luar pengadilan, dan melibatkan berbagai cara yang berbeda, seperti mediasi, arbitrase, penyelesaian dalam lingkup keluarga, atau dengan mengacu pada hukum adat. Dalam penyelesaian sengketa ini, pihak-pihak yang bersengketa perlu mencapai kesepakatan mengenai bentuk ganti rugi dan/atau tindakan tertentu untuk memastikan bahwa kerugian yang dialami konsumen tidak terulang. Penyelesaian sengketa non-litigasi ini menghasilkan solusi yang menguntungkan bagi semua pihak yang terlibat. Selain itu, terdapat beberapa alasan mengapa pihak-pihak memilih lembaga penyelesaian sengketa alternatif untuk menyelesaikan konflik dalam transaksi e-commerce, seperti biaya yang lebih terjangkau, proses yang lebih cepat, keamanan, dan bebas dari beban. Salah satu lembaga yang sering digunakan untuk menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen adalah Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

- Litigasi

Jalur litigasi, di sisi lain, mengacu pada upaya hukum yang diajukan di pengadilan. Dasar hukum untuk mengambil tindakan hukum di pengadilan diatur dalam Pasal 45 ayat 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Sesuai dengan prinsip hukum yang menyatakan bahwa setiap orang yang menyebabkan kerugian kepada orang lain harus bertanggung jawab atas perbuatannya. Dalam konteks ini, konsumen dapat mengajukan klaim ganti rugi terhadap pelaku usaha. Penggantian kerugian ini dapat mencakup tindakan seperti pengembalian uang, penggantian barang atau jasa dengan yang setara, perawatan kesehatan, atau kompensasi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat

Peran lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang beroperasi dalam bidang perlindungan konsumen memiliki kebutuhan yang besar dalam masyarakat (Yusuf, 2018). Pemerintah mengakui peran lembaga ini dan memberikan kesempatan bagi mereka untuk aktif dalam upaya menjalankan perlindungan konsumen. Keberadaan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat ini diatur dalam undang-undang dan memiliki fungsi, seperti yang dijelaskan dalam Pasal 44 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, seperti:

- a. Penyampaian informasi guna meningkatkan kesadaran tentang hak dan kewajiban serta kehati-hatian konsumen saat mengonsumsi barang dan/atau jasa.
- b. Memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukan bantuan.
- c. Kerja sama dengan instansi terkait dalam usaha mencapai perlindungan konsumen.
- d. Mendampingi konsumen dalam memperjuangkan hak-haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan dari konsumen.
- e. Melakukan pengawasan bersama-sama dengan pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

Di sisi lain, lembaga pengawasan dan instansi pemerintah bertanggung jawab dalam mengawasi peredaran barang dan jasa yang dikonsumsi oleh masyarakat, seperti BPOM, DINKES, dan departemen terkait yang mengeluarkan izin produksi, perdagangan, dan peredaran produk tertentu. Mereka memiliki peran khusus dalam memastikan keamanan dan kualitas produk yang beredar di pasaran, dan mereka tidak boleh terkecoh oleh tindakan curang pelaku usaha yang pada akhirnya merugikan konsumen. Terdapat contoh-contoh kasus, seperti formalin, HIT, atau susu yang dicampur dengan melamin, yang sebenarnya sudah diketahui oleh badan-badan pemerintah terkait, tetapi terkadang diabaikan. Namun, saat kasus ini menjadi perhatian publik atau mencuat di media, pemerintah baru mengambil tindakan, padahal kerugian dan dampaknya sudah dirasakan oleh konsumen sebelumnya.

KESIMPULAN

Keberadaan Undang-undang Perlindungan Konsumen telah mencapai tingkat yang memadai untuk melindungi konsumen, asalkan semua pihak, baik pelaku usaha maupun konsumen, telah memahami isi Undang-undang tersebut. Peran lembaga perlindungan konsumen dan lembaga penegak hukum lainnya perlu bekerja sama secara sinergis untuk mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, sekaligus memastikan bahwa konsumen yang menggunakan barang dan jasa tidak mengalami kerugian. Dalam e-commerce terdapat dua macam upaya hukum, yakni upaya hukum preventif dan upaya hukum represif.

Upaya hukum preventif lebih menitikberatkan pada pencegahan agar tidak timbulnya suatu permasalahan ataupun kerugian bagi pihak yang bersangkutan. Sementara upaya hukum represif digunakan apabila telah terjadi sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen. Dalam upaya hukum represif terdapat 2 mekanisme penyelesaian sengketa yang dapat dilakukan. Pertama melalui jalur nonlitigasi, penyelesaian sengketa secara non-litigasi memberikan win-win solution bagi para pihak yang bersengketa. Kedua melalui jalur litigasi yang pada prinsipnya bahwa setiap orang yang melakukan suatu akibat kerugian bagi orang lain, harus memikul tanggung jawab yang diperbuatnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, (2007) *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Indrajit, R. E (2007). *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*. PT. Elex Media Komputindo.
- Abdul halim Barkattulah dan Teguh Prasetyo (2005) *Bisnis E-Comerce : Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Matheus, J. *E-Arbitration: Digitization Of Business Dispute Resolution Pada Sektor E-Commerce Dalam Menyongsong Era Industri 4.0 Di Tengah Pandemi Covid-19*. *Lex Renaissance*, (2021) 6(4), 692–704
- Nasution AZ, *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta (1995) p. 18
- Bandung Sudaryatmo, (1999) *Hukum dan Advokasi Konsumen*, Yogyakarta : PT. Citra Aditya Bakti
- Yusuf Sofie. (2000) *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Bandung : PT. CitraAditya Bakti
- Pasal 1 Ayat (2) UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.