

Strategi Penguatan Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Era Digital

M. Elpha Darnia¹, E. Enjely Utami², R. Marsya³, D. Permata Pertiwi⁴, N. Nadila⁵, H. Setian⁶, M. Irsal⁷

Universitas Sultan Syarif Kasim Riau¹²³⁴⁵⁶⁷

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

Abstract. *Consumer protection law is a law that contains regulatory principles and also contains characteristics that protect the interests of consumers. Consumer protection law is also one of the aspects that creates a sense of security and comfort in buying and selling activities. Consumer protection law is the totality of principles and rules that regulate and protect consumers. Even though it is intended to protect the interests of consumers, the Consumer Protection Law does not aim to kill business actors. With the Consumer Protection Law, business actors are expected to be more motivated to increase their competitiveness by paying attention to consumer interests. Consumer protection law is very important for sellers as business actors, because it can prevent sellers from doing things that are prohibited by law and can also prevent losses for buyers as consumers. If sellers understand consumer protection laws, they will not violate these laws and sell seedlings according to the rules that have been set.*

Keywords: *Law, Protection, Consumers.*

Abstrak. Hukum perlindungan konsumen merupakan hukum yang memuat asas-asas kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen, hukum perlindungan konsumen juga menjadi salah satu aspek yang menciptakan rasa aman dan nyaman dalam kegiatan jual beli. Hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen. Meskipun ditujukan untuk melindungi kepentingan konsumen, Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak bertujuan untuk mematikan pelaku usaha. Dengan adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha diharapkan lebih termotivasi untuk meningkatkan daya saingnya dengan memperhatikan kepentingan konsumen. Hukum perlindungan konsumen sangatlah penting bagi pihak penjual selaku pelaku usaha, karena dapat mencegah penjual melakukan hal-hal yang dilarang dalam hukum dan juga dapat mencegah ruginya pihak pembeli selaku konsumen. Apabila penjual memahami hukum perlindungan konsumen maka mereka tidak akan melanggar hukum tersebut dan berjualan semai dengan aturan yang telah ditetapkan.

Kata Kunci: Hukum, Perlindungan, Konsumen.

PENDAHULUAN

Dalam Pasal 1 ayat 3 Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (selanjutnya disingkat UUD NRI 1945), dinyatakan bahwasanya Indonesia adalah negara hukum. Oleh karena itu, jargon yang biasa digunakan dalam bahasa Inggris untuk menyebut prinsip Negara Hukum adalah *'the rule of law, not of man'*. Maksudnya adalah pemerintahan pada pokoknya merupakan hukum sebagai sistem, bukan orang per orang yang hanya bertindak sebagai 'wayang' dari skenario sistem yang mengaturnya. Selain itu, sebagai negara hukum sudah seharusnya ada jaminan perlindungan hukum dan hak asasi manusia, yang notabene menjadi tugas dan tanggung jawab negara (Tuble, 2020). Sebagaimana ditegaskan dalam alinea keempat Pembukaan UUD NRI 1945 yaitu melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa dan ikut melaksanakan ketertiban dunia. Pembukaan UUD NRI 1945 merupakan kesepakatan luhur yang final (*modus vivendi*) karena di dalam

pembukaan UUD 1945 dicantumkan dasar dari negara ini didirikan, yakni Pancasila (Arliman, 2020).

Nilai-nilai Pancasila seharusnya mendorong pembaharuan hukum di Indonesia, baik pada tataran substansial (materi hukum), struktural (aparatur hukum) maupun kultural (budaya hukum). Hal ini dikarenakan, hukum yang ada disebut belum sepenuhnya mengatasi permasalahan terkait hukum di Indonesia. Faktanya masih banyak permasalahan yang timbul khususnya dalam jual beli *online*. Dimana dalam transaksi ini melibatkan konsumen digital yang secara kuantitatif, sangat marak di Indonesia (Rahmatullah, 2020). Maraknya permasalahan yang diakibatkan kegagalan prestasi salah satu pihak jual beli *online*, dianggap masih rumit karena penegakan hukum khususnya aspek hukum jual beli *online* belum secara eksplisit dipahami masyarakat (Widiatama dkk, 2020). Padahal, di Indonesia kehadiran teknologi informasi telah diundangkan UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan UU No. 19 Tahun 2016 sebagaimana diubah dengan UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disingkat UU ITE). UU ITE merupakan payung hukum pertama untuk mengatur adanya aktivitas transaksi elektronik di Indonesia, dan memberikan pembaruan hukum dengan tujuan menjamin kepentingan masyarakat akan jaminan kepastian hukum untuk bertransaksi dengan memanfaatkan media elektronik. Akan tetapi, tidak serta-merta menjadikan kejahatan yang umumnya mengorbankan konsumen digital ini berhenti (Karman dkk, 2021).

Contoh kasus penipuan perjanjian jual beli *online* adalah Pertama, kasus yang terjadi di Kabupaten Barru Provinsi Sulawesi Selatan pada tahun 2020, dimana korban F dan pelaku NBH telah melakukan kesepakatan lewat media *online* untuk transaksi jual beli masker seni yang telah diunggah pelaku lewat aplikasi media sosial *facebook*, kemudian pelaku dan korban mulai saling tawar menawar melalui aplikasi *messenger*, korban dan pelaku sepakat mengenai harga Rp. 170.000/*box* dengan memesan masker sebanyak 15 *box* dengan harga Rp. 2.550.000, kemudian korban *chatting* lagi lewat *whatsApp* dan pelaku mengirim nomor rekening ke korban. Akan tetapi, setelah korban mengirimkan uang terhadap si pelaku dengan lunas sesuai dengan harga barang yang dipesan, pada saat uang sampai di tangan pelaku, pelaku pun membuat paket berupa satu kotak berisi buku tulis dan handuk bayi bekas, dengan tampilan rapi kemudian pelaku menarik uang transfer Rp. 2.550.000 lalu menuju ke tempat pengiriman barang di Kota Parepare bersama istrinya, tidak berselang beberapa menit kemudian pelaku memblokir nomor *WhatsApp* dan akun *facebook* korban, dalam kasus ini korban mengalami kerugian dan melaporkan kejadian ini ke Polres Kabupaten Barru dan

dalam kasus ini pihak kepolisian telah berhasil mengungkap kasus penipuan perjanjian jual beli *online* dengan barang bukti yang diamankan satu buah *handphone* merek Oppo warna *gold*, kartu *handphone* satu, dos dengan tampilan rapi, buku, serta selimut bayi bekas danuang Rp. 450.000 (NewsMetropol, 2020).

Kasus kedua terjadi pada bulan Februari, tahun 2016 di Kabupaten Sidrap Provinsi Sulawesi Selatan. Polda Metro Jaya meringkus kelompok penipuan *online* dengan menggunakan akun palsu yang ada di beberapa toko *online* ternama di Indonesia, Kelompok tersebut membuat akun palsu di toko *online*, di antaranya *olx.co.id*, *kaskus.co.id*, *bukalapak.com*, *tokopedia.com*. Menurut Direktur Reskrimsus Polda Metro Jaya Komisaris Besar dalam keterangan pers di Mapolda Metro Jaya di mana ada sekelompok penipu yang berkedok menawarkan sepeda motor, jam tangan, batu akik, mobil dan telepon genggam melalui berbagai akun palsu di toko *online* akhirnya dibekuk polisi. Modusnya adalah setelah korban mentransfer uang, kelompok tersebut langsung mengambil uang dan barang yang dipesan oleh korban tidak dikirimkan, karena pada dasarnya barang tersebut tidak pernah ada, Lima orang diringkus, yakni H (34), AS (23), Z (49), R (33), dan B (32), kelimanya ditangkap di kawasan Sidrap Sulawesi Selatan. Selain tersangka polisi juga mengamankan sejumlah barang bukti kejahatan di antaranya 14 buah telepon genggam, 32 rekening berbagai bank, satu unit laptop, satu Mobil Honda CRV, satu Mobil Honda Freed, dan sebuah Sepeda Motor Yamaha, di mana total kerugian korban mencapai Rp. 10,1 Miliar (Setyowati dkk, 2019).

Kasus Ketiga yang terjadi di Manado yang dimuat dalam detik Manado. Undang-undang Perlindungan Konsumen dan BW Indonesia lahir sebelum perkembangan teknologi informasi sehingga pada saat jual beli *online* telah menjadi realitas dalam kehidupan masyarakat, kedua aturan tersebut mengalami kesulitan dalam mengakomodir permasalahan yang timbul antara lain otentikasi subjek hukum yang membuat transaksi melalui internet, saat berlakunya perjanjian dan kekuatan mengikat perjanjian secara hukum, objek yang diperjualbelikan, mekanisme peralihan hak, hubungan hukum dan pertanggungjawaban para pihak yang terlibat dalam transaksi baik penjual, pembeli, maupun para pendukung seperti perbankan, internet *seruce provider* (ISP), dan lain-lain, legalitas dokumen catatan elektronik serta tanda tangan digital sebagai alat bukti, mekanisme penyelesaian sengketa, pilihan hukum dan forum peradilan yang berwenang dalam penyelesaian sengketa, masalah perlindungan — konsumen — hak intelektual dan lain-lain? Salah satu bentuk tanggung jawab pemerintah dalam memberikan perlindungan hukum atas aktivitas yang dilakukan

melalui teknologi internet adalah dengan menerbitkan Undang-undang No. No. 11 Tahun 2008 yang telah diubah melalui undang-undang No. 19 tahun 2016 untuk memberikan perlindungan maksimal pada seluruh akitvitas pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi di dalam negeri agar terlindungi dengan baik dari potensi kejahatan dan penyalahgunaan teknologi” Namun kehadiran undang-undang ini pun kemudian menimbulkan permasalahan karena tidak semua norma yang diatur dalam BW Indonesia diakomodir oleh undang-undang ini, misalnya Pasal 1320 BW Indonesia mengenai syarat sah perjanjian.

Kecakapan dalam bertindak sangat diperlukan dalam suatu perjanjian. Termasuk dalam transaksi jual beli yang dilakukan melalui Online Shop. Namun dalam Undang-undang No. 11 Tahun 2008 Tentang ITE tidak diatur mengenai kecakapan seseorang dalam melakukan transaksi ataupun mengakses informasi melalui media elektronik. Mengenai kecakapan memang tidak diatur dan dibatasi oleh undang-undang ini, Hal ini tentu tidak sesuai dengan nilai yang terdapat dalam pasal 1320 KUHPerdata, karena pengguna dari media elektronik ditujukan kepada seluruh masyarakat untuk mendapatkan informasi yang luas dan tanpa batas (Pujiyanto dkk, 2018).

Risiko terakhir yang marak terjadi dalam hal ini adalah penipuan, barang yang sudah diperjanjikan dan sudah di bayar tidak sampai-sampai kepada tangan si pembeli. Berbagai permasalahan di atas menunjukkan bahwa perlindungan konsumen dalam jual beli online belum sepenuhnya dapat diberikan oleh peraturan perundang-undangan yang ada saat ini baik BW Indonesia, Undang-undang Perlindungan Konsumen maupun Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan pengkajian (Setiantoro dkk, 2018).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan terhadap asas hukum dan aturan hukum yang berlaku dan menganalisis kelebihan dan kekurangannya serta menganalisis harmonisasi antara aturan tersebut dengan aturan lain baik secara vertikal maupun horizontal sehingga tipe penelitian ini adalah tipe penelitian normatif. Tipe penelitian ini merupakan penelitian normatif sehingga pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kajian kepustakaan sehingga sumber data yang digunakan adalah sumber data sekunder berupa bahan hukum primer dan sekunder. Pengolahan data penelitian dilakukan dengan menelaah peraturan perundang-

undangan terkait dengan perikatan, perlindungan konsumen dan informasi dan transaksi elektronik kemudian diadakan analisa dengan mempergunakan teori tujuan hukum baik keadilan, kepastian hukum maupun kemanfaatan dan teori perlindungan hukum mencakup perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum.

PEMBAHASAN

Hukum perlindungan konsumen merupakan hukum yang memuat asas-asas kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan juga mengandung sifat” yang melindungi kepentingan konsumen, hukum perlindungan konsumen juga menjadi salah satu aspek yang menciptakan rasa aman dan nyaman dalam kegiatan jual beli. Hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen (Ramli dkk, 2020).. Hukum perlindungan konsumen sangatlah penting bagi pihak penjual selaku pelaku usaha, karena dapat mencegah penjual melakukan hal-hal yang dilarang dalam hukum dan juga dapat mencegah ruginya pihak pembeli selaku konsumen. Apabila penjual memahami hukum perlindungan konsumen maka mereka tidak akan melanggar hukum tersebut dan berjualan sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan. Berikut salah satu contoh isi undang-undang yang perlu penjual selaku pelaku usaha pahami agar nantinya tidak melakukan hal yang dilanggar dan merugikan pembeli selaku konsumen. Contohnya yaitu asas-asas yang menjadi strategi perlindungan konsumen (Siombo dkk, 2021). Perlindungan konsumen yang diatur dalam Pasal 2 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Beserta penjelasan asas-asas nya sebagai berikut:

1. Asas Manfaat

Konsumen maupun pelaku usaha produsen berhak memperoleh manfaat yang diberikan. Tidak boleh bersifat salah satu dari kedua belah pihak. Sehingga tidak ada salah satu pihak yang merasakan manfaat ataupun kerugian.

2. Asas Keadilan

Konsumen dan produsen/pelaku usaha dapat berlaku adil dengan perolehan hak dan kewajiban secara seimbang atau merata.

3. Asas Keseimbangan

Sebuah keseimbangan antara hak dan kewajiban para produsen dan konsumen dengan mengacu pada peraturan hukum perlindungan konsumen.

4. Asas Keamanan dan Keselamatan

Sebuah jaminan hukum bahwa konsumen akan memperoleh manfaat dari produk yang dikonsumsi/dipakainya dan sebaliknya bahwa produk itu tidak akan mengganggu keselamatan jiwa dan harta bendanya.

5. Asas Kepastian Hukum

Sebuah pemberian kepastian hukum bagi produsen maupun konsumen dalam mematuhi dan menjalankan peraturan hukum dengan apa yang menjadi hak dan kewajibannya. Hal ini dilakukan tanpa membebankan tanggung jawab kepada salah satu pihak, serta negara menjamin kepastian hukum.

Hukum perlindungan konsumen bagi pembeli adalah hal yang sangat penting atau utama dalam kegiatan transaksi jual beli, karena dapat menghasilkan keamanan dan mencegah terjadinya kerugian-kerugian bagi pihak pembeli selaku konsumen. Dengan adanya hukum ini juga pembeli mendapatkan hak barang yang sesuai dengan pemberitahuan sebelumnya jika barang yang sesuai dengan yang dijanjikan oleh pihak penjual selaku pelaku usaha (Atalarik dkk, 2022) Pembeli selaku konsumen serta penjual selaku pelaku usaha berhak untuk menerima manfaat yang bersifat tidak merugikan salah satu pihak. Keterbukaan informasi juga menjadi tolak ukur utama yang dilakukan pelaku usaha terhadap konsumen, guna mendapat kepercayaan maupun kenyamanan terhadap konsumen sebagai pengguna barang atau produk yang dibeli.

Berikut dua contoh isi undang-undang yang perlu pembeli selaku konsumen pahami agar nantinya dapat menghasilkan rasa aman dan kepercayaan ketika akan membeli suatu barang ataupun jasa. Contoh pertama yaitu tujuan hukum perlindungan konsumen yang diatur dalam Pasal 3 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen sebagai berikut:

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa.
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan. Dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan Informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha.

6. Meningkatkan kualitas barang dan menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Contoh kedua yaitu hak-hak konsumen yang diatur dalam Pasal 4 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebagai berikut:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa.
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sama dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan Peraturan perundang-undangan lainnya.

Menurut Basri (2020) pengaturan Perlindungan Hukum Konsumen Jual Beli online di Era Digital di Indonesia ada tiga aspek yaitu:

1. Aspek filosofis

Pengaturan Perlindungan Konsumen Jual Beli *online* Hukum dibentuk, kemudian dijalankan serta dipertahankan oleh sebuah kekuasaan yaitu negara dan hal ini sangat kental di negara-negara yang hukum positifnya didasarkan pada sistem kodifikasi termasuk Indonesia. Keberadaan peraturan tertulis di negara hukum yang menganut sistem kodifikasi sejalan dengan pandangan Hans Kelsen bahwa hukum sebagai *law is action*, juga sebagai salah satu sekian banyak alat-alat politik (*political instrument*) dengan alat mana penguasa masyarakat dapat mewujudkan kebijaksanaannya.

Perlindungan hukum adalah perlindungan akan harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh subyek hukum

berdasarkan ketentuan hukum dari kesewenangan atau sebagai kumpulan peraturan atau kaidah yang akan dapat melindungi suatu hal dari hal lainnya. (Ranto, 2019). Perlindungan hukum terhadap konsumen mensyaratkan adanya pemihakan kepada posisi tawar yang lemah (konsumen)?’ Perlindungan hukum bagi konsumen adalah suatu masalah yang besar, dengan persaingan global yang terus berkembang. Perlindungan hukum sangat dibutuhkan dalam persaingan dan banyaknya produk serta layanan yang menempatkan konsumen dalam posisi tawar yang lemah.

2. Aspek Yuridis

Pengaturan Perlindungan Konsumen Jual Beli *online* transaksi elektronik menjadi semua model transaksi yang banyak diminati masyarakat saat ini dan model transaksi ini memiliki karakteristik yang berbeda dengan model transaksi konvensional termasuk daya jangkauan transaksi yang tidak hanya lokal tapi juga bersifat internasional (global), Metode transaksi ini menghasilkan bisnis secara langsung ataupun sering disebut transaksi *online*. Transaksi perdagangan ini telah mengubah konsep perdagangan konvensional menjadi konsep telemarketing, yaitu perdagangan jarak jauh dengan menggunakan internet.

Transaksi jual beli *online*, sama halnya dengan transaksi jual beli biasa yang dilakukan di dunia nyata, dilakukan oleh para pihak yang terkait walaupun dalam jual beli *online* ini pihak-pihaknya tidak bertemu secara langsung satu sama lain, tetapi berhubungan melalui internet. Pada transaksi jual beli *online*, pihak-pihak yang terkait antara lain penjual atau *merchant* atau pengusaha yang menawarkan sebuah produk melalui internet sebagai pelaku Usaha: pembeli atau konsumen yaitu setiap Orang yang tidak dilarang oleh undang-undang, yang menerima penawaran dari penjual atau pelaku usaha dan berkeinginan untuk melakukan transaksi jual beli produk yang ditawarkan oleh penjual/pelaku usaha/*merchant*, bank sebagai pihak penyalur dana dari pembeli atau konsumen kepada penjual atau pelaku usaha/*merchant*. Pada transaksi jual beli *online*, penjual dan pembeli tidak berhadapan langsung sebab mereka berada di lokasi yang berbeda sehingga pembayaran dapat dilakukan melalui perantara dalam hal ini bank, *provider* sebagai penyedia jasa layanan akses internet (Hapsari, 2022).

. Perselisihan/persengketaan dalam transaksi bisnis yang menggunakan *e-commerce* itu disebabkan oleh adanya wanprestasi dari para pihak baik berkaitan dengan tidak memenuhi prestasi, memenuhi prestasi tapi tidak sesuai dengan yang

diharapkan/salah memenuhi prestasi dan terlambat dalam memenuhi prestasi (Rahman, 2023).

Hubungan hukum yang terjadi antara pihak penyedia barang dan/ atau jasa dengan pihak konsumen pada akhirnya melawan suatu hak dan kewajiban yang mendasari terciptanya suatu tanggung jawab. Suatu tanggung jawab pada prinsipnya sama, yaitu merupakan bagian dari konsep kewajiban hukum. Norma dasar kemudian merumuskan kewajiban untuk mengikuti peraturan hukum, dan mempertanggungjawabkan kewajiban untuk mengikuti aturan-aturan hukum tersebut (Sitorus, 2023).

Pada prinsipnya, pelaku usaha dapat dimintai tanggung jawab apabila timbul kerugian konsumen akibat tidak terlaksananya kewajiban hukum pada jenis transaksi dengan berbagai medium. Pada prinsipnya, instrumen perlindungan hukum konsumen dalam suatu transaksi perdagangan diwujudkan dalam dua bentuk pengaturan, yaitu perlindungan hukum melalui suatu bentuk perundang-undangan tertentu yang sifatnya umum untuk semua orang yang melakukan transaksi dan perlindungan hukum berdasarkan perjanjian khusus yang dibuat oleh para pihak dalam bentuk substansi perjanjian antara konsumen dan pelaku usaha, seperti ketentuan ganti rugi, jangka waktu pengajuan klaim, penyelesaian sengketa, dan sebagainya merupakan instrumen yang paling efektif digunakan mengingat perundang-undangan dapat dijadikan dasar bagi kedua belah pihak dalam membuat perjanjian serta pemerintah melalui perangkatnya dapat memaksakan pemberlakuan undang-undang tersebut (Natha dkk, 2022).

Informasi dan Transaksi Elektronik dalam Pasal 28 ayat (1) mengatur tentang perbuatan yang dilarang atas suatu perjanjian jual beli *online*. Pasal 28 ayat (1) menegaskan bahwa setiap orang yang menyebarkan berita bohong dan menyesatkan dipidana berdasarkan Pasal 45A ayat 1. Pasal 45A ayat (1) menegaskan bahwa setiap individu atau badan yang memenuhi unsur pada Pasal 28 ayat 1, dipidana penjara maksimal 6 tahun, dan denda maksimal Rp. 1.000.000.000,(satu milyar rupiah). Pengaturan mengenai jual beli secara *online*, dalam Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik terbagi atas himbauan dan penindakan. Himbauan diatur dalam Pasal 9 sementara penindakan diatur dalam Pasal 28 ayat 1, dengan ketentuan pidana diatur dalam Pasal 45 ayat 2.

Dari uraian-uraian di atas maka dapat dikatakan bahwa aspek yuridis pengaturan perlindungan hukum atas konsumen jual beli *online* pada dasarnya telah diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan meskipun masih terdapat hal-hal tertentu yang belum diatur misalnya mekanisme pernyataan elektronik, bentuk-bentuk wanprestasi khusus yang berkaitan dengan karakter khas dari jual beli *online*. Pembentukan hukum tersebut oleh dua faktor yaitu sistem politik yang mengontrol aktivitas hukum (faktor eksternal) dan kepentingan sosial yang menjadi objek dari pengaturan (faktor internal). Demikian pula dengan pengaturan mengenai perlindungan konsumen khususnya dalam jual beli *online*, kehadiran beberapa peraturan perundang-undangan yang mengatur perlindungan konsumen merupakan salah satu jawaban atas berbagai perkembangan yang terjadi dalam masyarakat saat ini (Suprapdi, 2023).

3. Aspek Sosiologi

Pengaturan Perlindungan Konsumen Jual Beli *online* Hukum itu akan tetap hidup dan berkembang seiring dengan perkembangan masyarakat, atas dasar otoritasnya sendiri yang moral. Dalam hal ini hukum harus tetap berfungsi atau berarti bagi kemaslahatan, keteraturan, serta ketertiban masyarakat. Untuk dapat berfungsi dalam menjaga keteraturan dan ketertiban masyarakat maka sebuah hukum haruslah sejalan dengan perkembangan masyarakat atau dapat dikatakan bahwa semakin maju suatu masyarakat maka hukum yang ada di masyarakat tersebut pun harus maju (Vebriyanti, 2021).

Hukum harus mampu untuk dapat mengikuti perkembangan masyarakat menghendaki adanya perubahan dalam hukum dan makna perubahan ini adalah menjembatani keinginan-keinginan manusia agar tidak timbul perilaku yang anarkis, destruktif, kondisi *chaos*, yang sangat melelahkan masyarakat kita, terutama masyarakat kelas bawah atau *grass root*. Apa yang kita inginkan dari suatu perubahan adalah pemulihan pada keadaan yang lebih baik dan bukan sebaliknya. Secara natural pula bahwa perubahan yang kita inginkan bukan pada hasil secepatnya, seperti membalik telapak tangan (Kurniasari dkk, 2023).

Perubahan yang terjadi pada hukum adalah persoalan kemasyarakatan, persoalan sosiologis, yang tidak dapat steril dari kekuasaan politik, keinginan pribadi, faktor ekonomi, dan sebagainya. Berkaitan dengan perubahan masyarakat dan sistem hukum yang maju dengan pembuatan dan perkembangan hukum didesain secara profesional dan logis, tidak disangsikan lagi bahwa produk hukum dapat

mempengaruhi, bahkan mengubah sendi-sendi kehidupan masyarakat (Permanasari dkk, 2022).

Hanya saja sebelum produk hukum diubah, baik oleh parlemen, pemerintah, maupun pengadilan, terlebih dahulu sudah ada teriakan/kebutuhan dalam masyarakat akan perubahan tersebut. Semakin cepat hukum merespon suara pembaruan/perubahan hukum dalam masyarakat, semakin besar pula peran yang dimainkan oleh hukum untuk perubahan masyarakat tersebut. Sebaliknya semakin lambat hukum merespon suara-suara pembaruan dalam masyarakat, semakin kecil fungsi dan andil hukum dalam mengubah masyarakat tersebut karena masyarakat sudah mengubah dirinya sendiri (Masrurroh, 2019). Bentuk Perlindungan hukum yang Ideal terhadap konsumen dalam jual beli online di era digital ada dua bentuk, yaitu:

1. Perlindungan Hukum melalui Jalur Non Litigasi Undang-undang ITE memberikan keleluasan kepada pihak yang bersengketa untuk melayangkan gugatan keperdataan lewat legasi atau non-litigasi. Namun karena konteks gugatan berada di ranah perdagangan elektronik, dengan media perdagangan berada di internet, praktis bahwa gugatan keperdataan non-litigasi menjadi pilhan yang sering muncul dan menjadi bentuk penyelesaian sengketa yang efektif dan efisien. Dalam Pasal 39 ayat (2) Undang-Undang ITE, bentuk penyelesaian sengketa non-litigasi seperti arbitrase dan alternatif penyelesaian sengketa lainnya diatur secara lebih khusus dalam Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa lainnya.

Undang-undang Nomor 30 tahun 1999 menjelaskan ada 6 bentuk penyelesaian sengketa non litigasi, yakni arbitrase, konsultasi, negosiasi, mediasi, konsiliasi, dan penilaian para ahli Pasal 1 Nomor 10 UU Nomor 30 Tahun 1999 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 Tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa Khusus untuk perdagangan elektronik, secara khusus harus dibagi menjadi dua pengertian dalam kaitannya terhadap penyelesaian sengketa non litigasi. Pertama adalah konteks perdagangan, yang mana merupakan wilayah pengaturan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999. Dalam Pasal 5 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999, sengketa yang dapat diselesaikan melalui arbitrase hanya sengketa di bidang perdagangan.

Ketentuan di atas menyatakan bahwa ketentuan kewenangan arbitrase sebagai media penyelesaian sengketa non- litigasi hanya berada dalam konteks dunia

perdagangan. Selanjutnya mengenai perdagangan yang dilakukan secara elektronik, Pasal 4 Ayat (3) mengakui adanya bentuk perjanjian penyelesaian sengketa yang dilakukan dalam komunikasi dunia maya seperti *e-mail* sebagai dokumen yang sah dalam menangani penyelesaian sengketa antar para pihak yang melangsungkan kontrak perdagangan mengenai sifat penyelesaian sengketa non litigasi dalam Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999, syarat awal yang harus dipenuhi untuk menempuh jalur penyelesaian sengketa non-litigasi adalah adanya ketentuan dalam kontrak para pihak yang bermaksud untuk mengikat dalam konteks perdagangan. (Pasal 2 UU No 30 tahun 1999 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 Tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa).

Setiap sengketa yang timbul dari aktivitas perdagangan elektronik atau *electronic* dapat disebut dengan *ecommerce dispute*. Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, bahwa semakin tinggi aktivitas *ecommerce* maka semakin besar peluang terjadinya suatu sengketa yang timbul karenanya, dan salah satu sengketa yang timbul yaitu akibat dari perbuatan hukum dalam *e-contrad*. Pada umumnya suatu sengketa perdagangan diselesaikan melalui proses litigasi atau non-litigasi secara langsung, namun pada masa kini terdapat suatu mekanisme yang inovatif dalam menyelesaikan suatu sengketa yang timbul dari aktivitas perdagangan di dunia maya (*ecommerce*) yaitu disebut dengan penyelesaian sengketa melalui internet atau dikenal dengan sebutan *Online Dispute Resolution* (ODR).

2. Perlindungan Hukum Melalui melalui Jalur Litigasi. Penyelesaian sengketa dalam perjanjian jual beli secara *online* dapat ditempuh secara litigasi dan non-litigasi. Penyelesaian sengketa melalui non-litigasi dapat dilaksanakan dengan cara mediasi, konsolidasi atau arbitrase. Penyelesaian sengketa secara non-litigasi yang lebih menguntungkan adalah dengan cara mediasi, dimana mediator membantu para pihak untuk berkompromi untuk mencari jalan keluar dari sengketa sesuai kesepakatan para pihak sehingga para pihak bisa menerima dengan baik. Namun, cara ini memiliki kekurangan yaitu hasil kesepakatan tidak mengikat dan bersifat final karena hanya berbentuk kesepakatan para pihak *e-commerce* merupakan transaksi yang dilakukan di dunia maya bukan dunia nyata. Sehingga terdapat pandangan yang berpendapat bahwa hukum yang diberlakukan di dunia nyata tidak dapat diberlakukan di dunia maya.

Seseorang yang melakukan transaksi di dunia nyata dengan dunia maya memiliki perbedaan. Orang hanya memahami dunia maya sebatas unsur-unsur yang bersifat teknik saja bukan terkait masalah-masalah hukum yang ditimbulkan akibat dari transaksi dunia maya. Kenyataannya bahwa internet bukan dimiliki oleh pemilik tunggal. Namun, hal tersebut tidak dapat diterima karena perbuatan-perbuatan hukum yang dilakukan di dunia maya sebenarnya perbuatan-perbuatan yang dilakukan di dunia nyata yang hanya berbeda pelaksanaan transaksi pada bentuk ruang dan media yang digunakannya saja sehingga ketika para pihak telah melanggar perjanjian yang telah dibuat dan disepakatinya berarti telah melakukan suatu perbuatan yang melanggar aturan hukum perdata.

KESIMPULAN

Hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen. Meskipun ditujukan untuk melindungi kepentingan konsumen, Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak bertujuan untuk mematikan pelaku usaha. Dengan adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha diharapkan lebih termotivasi untuk meningkatkan daya saingnya dengan memperhatikan kepentingan konsumen. Hukum perlindungan konsumen sangatlah penting bagi pihak penjual selaku pelaku usaha, karena dapat mencegah penjual melakukan hal-hal yang dilarang dalam hukum dan juga dapat mencegah ruginya pihak pembeli selaku konsumen. Apabila penjual memahami hukum perlindungan konsumen maka mereka tidak akan melanggar hukum tersebut dan berjalan semai dengan aturan yang telah ditetapkan. Hukum perlindungan konsumen bagi pembeli adalah hal yang sangat penting atau utama dalam kegiatan transaksi jual beli, karena dapat menghasilkan keamanan dan mencegah terjadinya kerugian-kerugian bagi pihak pembeli selaku konsumen. Dengan adanya hukum ini juga pembeli mendapatkan hak barang yang sesuai dengan pemberitahuan sebelumnya atau barang yang sesuai dengan yang dijanjikan oleh pihak penjual selaku pelaku usaha. Pembeli selaku konsumen serta penjual selaku pelaku usaha berhak untuk menerima manfaat yang bersifat tidak merugikan salah satu pihak. Keterbukaan informasi juga menjadi tolak ukur utama yang dilakukan pelaku usaha terhadap konsumen, guna mendapat kepercayaan maupun kenyamanan terhadap konsumen sebagai pengguna barang atau produk yang dibeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Arliman, L. (2020). Mewujudkan Penegakan Hukum Yang Baik Untuk Mewujudkan Indonesia Sebagai Negara Hukum. *Doctrinal*, 2(2), 509-532.
- Atalarik, R., Nugroho, A., & Hermawan, S. (2022). PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI PELIHARAAN REPTIL SCARA ONLINE DI SURAKARTA. *Jurnal Komunikasi Hukum (JKH)*, 8(2), 467-486.
- Basri, H. (2020). Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam melakukan transaksi e-commerce ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 (Studi Kasus Kerudungbyramana Bandung). *Pamulang Law Review*, 2 (2), 131.
- D. Setyowati., C. P. Putra., & R. D. Saputro. "Perlindungan Hukum Pada Tindak Pidana E-Commerce," *Perspektif Hukum* 18, no. 2 (2019): 215-46, <https://doi.org/10.30649/phj.v18i2.160>, h. 220
- Hamzah, Z., Arif, M., & Nisa, C. (2019). Analisis Komparasi Strategi Pemasaran Dalam Transaksi Jual Beli Online Dan Offline Pada Hijab (STUDI Kasus: Mahasiswa Universitas Islam Riau). Syarikat: *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 2(1), 16-26.
- Hapsari, R. A. E., Hesti, Y. E., & Gea, D. K. E. (2022). Perlindungan Hukum Dalam Modernisasi Umkm Melalui Penerapan Fintech Di Era Digital (Studi Kasus Pada Otoritas Jasa Keuangan dan Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Lampung). *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 1(2), 409-417.
- Kamran, M., & Maskun, M. (2021). Penipuan dalam jual beli online: Perspektif hukum telematika. *Balobe Law Journal*, 1(1), 41-56.
- Kurniasari, T. W. K., & Rahman, A. (2023). PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PELAKU USAHA UMKM TERHADAP PENYALAHGUNAAN POSISI DOMINAN PLATFORM DIGITAL: MARKETPLACE MELALUI PENETAPAN HARGA DAN PENGUASAAN PASAR. *REUSAM: Jurnal Ilmu Hukum*, 10(2), 131-153.
- Masruroh, A. (2019). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Jual Beli Secara Online Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *HUMANIS: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Humaniora*, 11(1), 53-60.
- Natha, K. D. R., Budiarta, N. P., & Astiti, N. G. K. S. (2022). Perlindungan Hukum atas Kebocoran Data Pribadi Konsumen pada Perdagangan Elektronik Lokapasar (Marketplace). *Jurnal Preferensi Hukum*, 3(1), 143-148.
- NewsMetropol, "Polres Barru Ungkap Kasus Penipuan Transaksi Jual Beli Online," [newsmetropol.com](https://newsmetropol.com/polres-barru-ungkap-kasus-penipuan-transaksi-jual-beli-online/#), 2020, <https://newsmetropol.com/polres-barru-ungkap-kasus-penipuan-transaksi-jual-beli-online/#>.
- PERMANASARI, L., GANEFWATI, R., & PERGIWATI, D. V. (2022). PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF UMKM DESA KEDUNGPELUK SIDOARJO MELALUI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL SETA MEMBENTUK KESADARAN HUKUM MASYARAKAT. *Jurnal Abdi Bhayangkara*, 4(01), 1275-1284.
- Pujianto, A., Mulyati, A., & Novaria, R. (2018). Pemanfaatan Big Data Dan Perlindungan Privasi Konsumen Di Era Ekonomi Digital. *Majalah Ilmiah BIJAK*, 15(2), 127-137.
- Rahman, I., Mayasari, R. E., & Nurapriyanti, T. (2023). Hukum Perlindungan Konsumen di Era E-Commerce: Menavigasi Tantangan Perlindungan Konsumen dalam Lingkungan Perdagangan Digital. *Jurnal Hukum dan HAM Wara Sains*, 2(08), 683-691.
- Rahmatullah, I. (2020). Meneguhkan Kembali Indonesia Sebagai Negara Hukum Pancasila. *ADALAH*, 4(2), 39-44.
- Ramli, T. S., Ramli, A. M., Permata, R. R., Ramadayanti, E., & Fauzi, R. (2020). Aspek hukum platform e-commerce dalam era transformasi digital. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 24(2), 119-136.

- Ranto, R. (2019). Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik. *Jurnal Ilmu Hukum: ALETHEA*, 2(2), 145-164.
- Setiantoro, A., Putri, F. D., Novitarani, A., & Njatrijani, R. (2018). Urgensi Perlindungan Hukum Konsumen Dan Penyelesaian Sengketa E-Commerce Di Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 7(1), 1-17.
- Siombo, M. R., SH, M. S., Yusuf Shofie, S. H., Valerie Selvie, S. H., Nugraheni, L. A., & SH, M. (2021). Bunga rampai: berbagai aspek hukum dalam transaksi konsumen secara digital di masa pandemi covid-19. Penerbit Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Sitorus, H. A. M. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Nasabah Atas Fraud Pada Transaksi Bank Digital. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 7(1).
- Sumenge, M. (2013). Penipuan Menggunakan Media Internet Berupa Jual-Beli Online. *Lex Crimen*, 2(4).
- Suprapdi, S., & Mujib, A. (2023). ANALISIS PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN TABUNGAN EMAS PADA E-COMMERCE TOKOPEDIA. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 8(1), 74-86.
- Tarigan, H. A. A. B., & Paulus, D. H. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Nasabah Atas Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 1(3), 294-307.
- Tumbel, TGM. (2020). Perlindungan konsumen jual beli online di era digital 4.0. *Lex dan Societatis*, 8 (3).
- Vebrianty, A. (2021). PERLINDUNGAN HUKUM PEMBUKAAN REKENING SECARA ONLINE DALAM LAYANAN PERBANKAN DIGITAL PADA PT BANK CENTRAL ASIA Tbk (Bachelor's thesis, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Widiatama, W., Mahmud, H., & Suparwi, S. (2020). Ideologi Pancasila Sebagai Dasar Membangun Negara Hukum Indonesia. *Jurnal USM Law Review*, 3(2), 310-327.