PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE* PADA SAAT PANDEMI COVID-19

SKRIPSI

Oleh:
M. Juan Athaya
No. Mahasiswa: 17410185

PROGRAM STUDI (S1) ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2022

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE* PADA SAAT PANDEMI COVID-19

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana (Strata-1) pada Fakultas Hukum
Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta

Oleh:
M. Juan Athaya
No. Mahasiswa: 17410185

PROGRAM STUDI (S1) ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2022

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE* PADA SAAT PANDEMI COVID-19

Telah diperiksa dan Disetujui oleh Dosen Pembimbing Tugas Akhir Untuk Diajukan ke

Depan Tim Penguji dalam Ujian Tugas Akhir / Pendadaran

Pada Tanggal 21 November 2022

Yogyakarta, 21 November 2022

Dosen Pembimbing Skripsi

Bambang Sutiyoso, Dr., S.H., M.Hum

954100103

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE* PADA SAAT PANDEMI COVID-19

Telah Dipertahankan di Hadapan Tim Penguji dalam

Ujian Tugas Akhir / Pendadaran

Pada Tanggal 19 Desember 2022 dan dinyatakan LULUS

Yogyakarta, 19 Desember 2022

Tim Penguji		**Tanda Tangan**
1. Ketua	: Bambang Sutiyoso, Dr., S.H., M.Hum.	.....
2. Anggota	: Ayu Atika Dewi, S.H., M.H.	.....
3. Anggota	: Indah Parmitasari, S.H., M.H.	.....

Mengetahui

Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

Fakultas Hukum

Dekan

Prof. Dr. Budi Agus Riswandi, S.H., M.Hum.

NIK.014100109

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

KARYA TULIS ILMIAH/TUGAS AKHIR MAHASISWA
FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Yang bertandatangan dibawah ini, saya:

Nama : M. Juan Athaya

No. Mahasiswa : 17410185

Adalah benar-benar mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang telah melakukan penulisan Karya Tulis Ilmiah (Tugas Akhir) berupa skripsi dengan judul:

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE* PADA SAAT PANDEMI COVID-19

Karya ilmiah ini akan saya ajukan Kepada Tim Penguji dalam Ujian Pendadaran yang diselenggarakan oleh Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.

Sehubungan dengan hal tersebut, dengan ini saya menyatakan:

1. Bahwa karya tulis ilmiah ini adalah benar-benar hasil karya saya sendiri yang dalam penyusunan tunduk dan patuh terhadap kaidah, etika dan norma-norma penulisan sebuah karya ilmiah sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
2. Bahwa saya menjamin hasil yang dapat dikategorikan sebagai melakukan perbuatan karya ilmiah ini benar-benar Asli (orisinal), bebas dari unsur-unsur *"penjiplakan karya ilmiah (plagiat)"*;
3. Bahwa meskipun secara prinsip hak milik atas karya ilmiah ini ada pada saya, namun demi kepentingan-kepentingan yang bersifat akademik dan pengembangannya, saya memberikan kewenangan kepada Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia dan perpustakaan di lingkungan Universitas Islam Indonesia untuk mempergunakan karya ilmiah ini.

Selanjutnya berkaitan dengan hal diatas (terutama pernyataan butir no.1 dan no.2), saya sanggup menerima sanksi baik administratif, akademik, bahkan sanksi pidana, jika saya terbukti secara kuat dan meyakinkan telah melakukan perbuatan yang menyimpang dari pernyataan tersebut. Saya juga akan bersifat kooperatif untuk hadir, menjawab, membuktikan, melakukan terhadap pembelaan kewajiban saya, didepan "Majelis" atau "Tim" Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang ditunjuk oleh Pimpinan Fakultas, apabila tanda-tanda plagiat disinyalir terjadi pada karya ilmiah saya ini oleh pihak Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dalam kondisi sehat jasmani dan rohani, dengan sadar serta tidak ada tekanan dalam bentuk apapun dan oleh siapapun.

Yogyakarta, 28 November 2022

Yang membuat pernyataan

M. Juan Athaya

CURRICULUM VITAE

1.	Nama Lengkap	: M. Juan Athaya
2.	Tempat Lahir	: Pekanbaru
3.	Tanggal Lahir	: 31 Desember 1999
4.	Jenis Kelamin	: Laki-laki
5.	Alamat Terakhir	:Jl. Beringin Raya, Maguwoharjo, Sleman, Yogyakarta
6.	Alamat Asal	:Jl. Jati No.26. Bukit Raya, Pekanbaru, Riau
7.	Identitas Orangtua	
	a. Nama Ayah	: M. Nasir
	Pekerjaan	: PNS (Pensiun)
	b. Nama Ibu	: Gustri Mulyeni
	Pekerjaan	: Ibu Rumah Tangga
	Alamat Orangtua	: Jl. Jati No.26. Bukit Raya, Pekanbaru, Riau
8.	Riwayat Pendidikan	
	a. SD	: SD Negeri 032 Tembilahan
	b. SMP	: SMP Negeri 4 Pekanbaru
	c. SMA	: SMA Negeri 1 Pekanbaru
9.	Hobby	: Badminton, futsal, dll.

Yogyakarta, 21 November 2022

Yang Bersangkutan,

M. Juan Athaya

No. Mahasiswa: 17410185

HALAMAN MOTTO

"*Every exit is an entry somewhere else*."

(***Tom Stoppard)***

"*Enggak perlu memaksakan standarmu untuk hidup orang lain. Enggak semua orang punya cita-cita tinggi. Ada yang cukup dengan kesederhanaan, dan itu enggak apa-apa. Punya mimpi yang berbeda juga merupakan hak.*"

(Fiersa Besari)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. *Kepada seluruh keluarga penulis dan kedua orang tua Ayahanda dan Ibunda;*
2. *Teman-teman semasa sekolah dan kuliah;*
3. *Kepada **Almamater Universitas Islam Indonesia** yang saya banggakan; dan*
4. ***Masyarakat di Seluruh Indonesia**, semoga dapat berkontribusi dalam menambah khasanah ilmu pe*
5. *ngetahuan.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Sujud syukur Alhamdulillah yang tak terhingga penulis persembahkan kepada Allah SWT atas rahmat, ridho, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir (skripsi) ini dengan baik dan lancar. Shalawat serta salam penulis haturkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW melalui petunjuknya yang membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Penulisan skripsi ini diajukan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Hukum (Strata 1) di Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Judul yang penulis angkat dalam skripsi ini adalah "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Pada Saat Pandemi Covid-19".

Skripsi ini murni ditulis oleh penulis sendiri dengan menggunakan data dari berbagai referensi kepustakaan serta Undang-Undang yang penulis butuhkan, sehingga keaslian dari tugas akhir ini dapat dipertanggungjawabkan. Dalam penyusunan penelitian ini, penulis berupaya semaksimal mungkin agar dapat memenuhi harapan semua pihak, namun penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Selanjutnya dengan segala kerendahan, ketulusan, keikhlasan hati dengan tidak mengurangi rasa hormat, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Budi Agus Riswandi, S.H., M.Hum. selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia;
2. Bapak Bambang Sutiyoso, Dr., S.H., M.Hum. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu, memberikan ilmu, saran, nasehat, dan kesabaran serta pengarahan dan bimbingan dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai;
3. Papa dan Mama, M. Nasir dan Gustri Mulyeni, yang senantiasa menyertai penulis dengan doa restunya dan telah memberikan kasih sayang dan perhatian serta dukungan baik moril maupun pateriil sehingga penulis dapat menyelesaikan kuliah dengan baik;
4. Kakak, Yesi Indri dan Rindhi Marverissa yang telah mendukung dan membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini serta menjadi motivasi penulis untuk menyelesikan kuliah;
5. Sahabat seperjuangan, Ramadhio dan Ikram yang telah melewati berbagai drama kehidupan bersama penulis.
6. Semua pihak yang telah banyak membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis mendoakan semoga amal ibadah Bapak/Ibu/Teman/ Saudara, mendapat imbalan anugrah dari Allah SWT.

Akhir kata, penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis sangat terbuka untuk diberikan kritik dan

saran dari para pembaca serta Penulis berharap semoga nilai positif dari penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 21 November 2022

Penulis

M. Juan Athaya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL..... ii

DAFTAR ISI..... iiii

ABSTRAK..... xv

BAB 1 PENDAHULUAN..... 1

A. Latar Belakang Masalah……1

B. Rumusan Masalah…….8

C. Tujuan Penelitian……..8

D. Manfaat Penelitian……....9

E. Tinjauan Pustaka……...9

F. Kerangka Teori……12

G. Metode Penelitian……19

H. Pertanggung Jawaban Sistematika……..23

BAB II KAJIAN NORMATIF PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE* 25

A. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen……25

B. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen (Perlindungan Konsumen)……28

C. E-Commerce……46

D. Hukum Perlindungan Konsumen dan Agama Islam……...55

BAB III PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE* BERDASARKAN UU ITE..... 58

A. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Melakukan Transaksi *E-Commerce* 58

B. Upaya Penyelesaian Hukum Apabila Terjadi Wanprestasi Dalam Transaksi *E-Commerce* 71

C. Transaksi E-Commerce: Proses Transaksi Jual Beli melalui Shopee dan Kaitannya dengan UUPK……78

BAB IV PENUTUP 85
A. Kesimpulan……..85
B. Saran……..…….86
DAFTAR PUSTAKA 87

ABSTRAK

Transaksi yang biasanya dilakukan secara tatap muka kini dapat dilakukan secara elektronik dengan menggunakan media internet. Hal tersebut disebabkan perdagangan yang dilakukan melalui *e-commerce* mampu menjangkau pangsa pasar yang lebih luas, efektif, efisien dan informatif. Dalam perkembangannya transaksi melalui *e-commerce* telah menjadi gaya hidup di era modern seperti sekarang ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Perlindungan konsumen ketika melakukan transaksi *e-commerce* sebelum dan sesudah ditetapkannya UU ITE serta cara mengatasi wanprestasi dalam transaksi *e-commerce*.

Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum normatif. Objek kajian penelitian ini adalah perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan studi dokumenter. Penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan yang menekankan pada regulasi dan legislasi peraturan perundangan-undangan terkait dengan pokok masalah yang diteliti. Berdasarkan analisis yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa dalam transaksi jual beli secara fisik, perlindungan hukum bagi konsumen di Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Namun dalam transaksi perdagangan melalui media elektronik atau lazim disebut *E-commerce* masih menyisakan berbagai permasalahan yang belum ada pengaturannya, sehingga masih perlu dilakukan pembaharuan agar sesuai dengan perkembangan zaman saat ini. Upaya penyelesaian hukum apabila terjadi wanprestasi pada transaksi *e-commerce* dapat dilakukan melalui beberapa cara, yaitu konsultasi, negosiasi, mediasi, konsiliasi, dan penilaian ahli. Lazimnya, masyarakat menggunakan musyawarah dalam menyelesaikan masalah. Musyawarah merupakan cara damai di luar upaya hukum yang ditegaskan dalam Pasal 45 ayat 2 UUPK. Jika permasalahan tidak dapat diselesaikan dengan baik, maka pelaku usaha tersebut dapat dipidana karena melakukan penipuan dengan memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan yang diinformasikan.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, Transaksi *E-Commerce*.

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan informasi membawa berbagai perubahan dalam berbagai bidang terutama pada bidang perekonomian. Transaksi yang biasanya dilakukan secara tatap muka kini dapat dilakukan secara elektronik dengan menggunakan media internet. Hal tersebut disebabkan perdagangan yang dilakukan melalui *e-commerce* mampu menjangkau pangsa pasar yang lebih luas, efektif, efisien dan informatif.[1] Dalam perkembangannya transaksi melalui *e-commerce* telah menjadi gaya hidup di era modern seperti sekarang ini.[2]

Dengan adanya fenomena ini, semakin majunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktivitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha, maka perlindungan hukum terhadap konsumen dipandang sangat penting keberadaannya. Sebab dalam rangka mengejar produktivitas dan efisiensi tersebut, pada akhirnya baik secara langsung maupun tidak langsung konsumenlah yang menanggung dampaknya.

Hal tersebut dapat dilihat dari data Bank Indonesia yang mencatat bahwa pada bulan Agustus 2020 terjadi kenaikan transaksi *e-commerce* sebesar

[1]BPKN, *Kajian Perlindungan Konsumen E-Commerce Di Indonesia* terdapat dalam https://bpkn.go.id/uploads/document/42b7fdf350d4fb748684579a4629ee6798b6971d.pdf diakses tanggal 26 November 2020 pukul 23:01 WIB.

[2] Yudha Sri Wulandari. "Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce". *Ajudikasi.* Edisi 2 Volume 2, Fakultas Hukum Universitas Serang Raya, 2018, hlm. 210.

26% sejalan dengan peningkatan jumlah konsumen yang mencapai 51%.[3] Peningkatan tersebut semakin menguat pasca pandemi Covid-19. Peningkatan transaksi pada sektor makanan mengalami peningkatan 55%, kesehatan 19%, dan farmasi 11%. E-Commerce terbukti dapat mendorong perekonomian Indonesia selama Pandemi Covid-19.[4]

Beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang melakukan pembelian melalui *e-commerce* antara lain kemampuan finansial, promo yang menggiurkan dan bervariatif, sifat konsumtif serta pengaruh iklan di media massa.[5] Meskipun demikian, masih banyak masyarakat Indonesia enggan melakukan transaksi melalui *e-commerce* karena kurang aman atau memiliki perlindungan secara hukum. Hal tersebut ditunjukkan masih maraknya wanprestasi, kemudahan akses kartu kredit oleh orang lain dan berbagai alasannya lainnya. Faktor keamanan merupakan faktor utama yang menjadikan seseorang enggan melakukan transaksi melalui *e-commerce.*[6]

Perdagangan seperti ini tidak lagi merupakan *paper-based economy* akan tetapi berubah menjadi *digital electronic economy*. Pemakaian benda tidak berwujud semakin tumbuh dan mungkin secara relative akan mengalahkan penggunaan benda yang berwujud. Terdapat beberapa kasus yang terjadi dalam

---

[3] M. Reza Sulaiman dan Luthfi Khairul Fikri, *Hati-hati, Tingkat Penipuan Belanja Online Meningkat Selama Pandemi*, terdapat dalam https://www.suara.com/lifestyle/2020/10/28/233500/hati-hati-tingkat-penipuan-belanja-online-meningkat-selama-pandemi?page=2 diakses tanggal 25 November 2020 pukul 13:02 WIB.

[4] Sudaryono, Efana Rahwanto dan Ratna Komala, "E-Commerce Dorong Perekonomian Indonesia, Selama Pandemi Covid 19 Sebagai Entrepreneur Modern dan Pengaruhnya Terhadap Bisnis Offline", *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JUMANIS).* Edisi 1 Vol. 2, 2020, hlm. 200.

[5] Kominfo, *Sistem e-Commerce dan Perlindungan Konsumen*, terdapat dalam https://aptika.kominfo.go.id/2017/06/sistem-e-commerce-dan-perlindungan-konsumen/ diakses pada tanggal 26 November 2020 pukul 09:08 WIB.

[6] *Ibid.*

transaksi elektronik tersebut, seperti kasus yang dialami oleh seorang Mahasiswa di Yogyakarta yang hendak melakukan transaksi jual beli dengan pihak penyedia jasa di salah satu *market place*, yaitu Shopee. Setelah kedua belah pihak sepakat dengan perjanjian yang mereka adakan, maka timbul hak dan kewajiban yang diterima oleh masing-masing pihak, namun di lain pihak telah terjadi wanprestasi dimana pelaku usaha tidak melakukan kewajibannya dalam perjanjian yang telah diadakan kepada pihak konsumen, dan dalam hal ini apabila konsumen telah mendapatkan sebuah tindakan pelanggaran yang dilakukan oleh pihak pelaku usah maka bagaimana kekuatan hukum yang timbul dalam perjanjian yang diadakan oleh kedua belah pihak, agar dari pihak konsumen dapat memiliki rasa aman dari kontrak elektronik yang dilakukan kepada pihak pelaku usaha tersebut.

Dengan masuknya media internet dalam dunia perdagangan/bisnis, banyak hal-hal mengalami perubahan, seperti kedekatan para pihak dalam bertransaksi menjadi semakin renggang, karena masing-masing pihak praktis tidak mengenal secara dekat satu sama lain (pengenalan hanya diketahui melalui media komputer), ketidakjelasan mengenai barang yang ditawarkan, terlebih apabila barang yang ditawarkan membutuhkan pengenalan secara fisik (seperti parfum dan obat-obatan), kepastian bahwa barang yang dikirim sesuai dengan barang dipesan, padahal kita ketahui bahwa hubungan yang timbul antara konsumen dengan pelaku usaha senantiasa dimaksudkan agar kedua belah pihak menikmati keuntungan.

Kondisi inilah yang seringkali timbul dalam setiap transaksi dengan menggunakan internet. Sebaliknya Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang sekarang berlaku di Indonesia masih berbasis pada sesuatu yang sifatnya fisik belum kepada *virtual*/maya. Transaksi perdagangan melalui media elektronik atau lazim disebut *E-commerce* menyisakan berbagai permasalahan yang belum ada pengaturannya. *E-commerce* terbentuk dari berbagai sub sistem yang tersusun secara sistematis, dan masing-masing sub sistem tersebut memiliki permasalahannya masing-masing.

Ketika seseorang hendak melakukan suatu transaksi, misalnya saja pembeliaan barang, maka para pihak sudah mulai dihadapkan pada berbagai masalah hukum seperti keabsahan dokumen yang dibuat, tandatangan digital yang dibuat saat seorang tersebut meyatakan sepakat untuk bertransaksi, kekuatan mengikat dari kontrak tersebut dan pembayaran transaksi. Dalam oprasionalnya, *E-Commerce* ini dapat berbentuk *Business to Business* atau *Business to Consummers*. Salah satu isu yang *crucial* dalam *E-Commerce* adalah menyangkut keamanan dalam mekanisme pembayaran (*payment mechanism*) dan jaminan keamanan dalam bertransaksi (*security risk*), seperti informasi mengenai transfer data kartu kredit dan identitas pribadi konsumen.

Dalam Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik ini yang dimaksud dengan transaksi elektronik adalah “Perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya”. Sesuai dengan pengertian di atas, maka kegiatan jual beli yang dilakukan melalui komputer ataupun *handphone* dapat

dikategorikan sebagai suatu transaksi elektronik. Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik juga mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang lengkap dan benar.

Tahun 2017 hingga tahun 2020 Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) menerima berbagai pengaduan tentang upaya penipuan.[7] Jumlah penipuan meningkat pasca terjadi pandemi Covid-19 seiring dengan peningkatan pengguna layanan *e-commerce* yaitu mencapai 1,6 ribu laporan.[8] Hal tersebut sejalan dengan data Direktorat Tindak Pidana Siber Bareskrim yang mencatat 1.617 kasus penipuan *online* sepanjang 2019 yang terdiri dari 534 kasus peniupuan via Instagram, 413 kasus penipuan via Whatsapp dan sisanya 304 kasus penipuan via Facebook.[9]

Beberapa bentuk penipuan yang sering terjadi yaitu penipuan harga diskon pada Hari Belanja *Online* Nasional (Harbolnas) tahun 2015, penipuan barang tidak sesuai pesanan dan penipuan berpura-pura menjual barang.[10] Penipuan tersebut merupakan bentuk waprestasi dalam transaksi melalui *e-commerce*[11] Selain penipuan, juga seringkali terjadi peretasan akun yang dilakukan dengan mengirimkan tautan melalui email yang kemudian korban

---

[7] M. Reza Sulaiman dan Luthfi Khairul Fikri, *Hati-hati, Tingkat Penipuan Belanja Online Meningkat Selama Pandemi*, terdapat pada https://www.suara.com/lifestyle/2020/10/28/233500/hati-hati-tingkat-penipuan-belanja-online-meningkat-selama-pandemi?page=2 diakses tanggal 25 November 2020 pukul 13:02 WIB.

[8] Fahmi Ahmad Burhan, *Mayoritas Aduan Konsumen E-Commerce soal Penipuan dan Peretasan Akun*, terdapat dalam https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5f97be1c17ad7/mayoritas-aduan-konsumen-e-commerce-soal-penipuan-dan-peretasan-akun diakses tanggal 26 November 2020 pukul 21: 56 WIB.

[9] Pipit Ika Ramadhani, *Bareskrim Catat 1.617 Kasus Penipuan Online di 2019, Terbanyak di Instagram,* terdapat pada https://www.merdeka.com/uang/bareskrim-catat-1617-kasus-penipuan-online-di-2019-terbanyak-di-instagram.html diakses tanggal 26 November 2020 pukul 09:31 WIB.

[10] Satria Nur Fauzi dan Lushiana Primasari, *Tindak Pidana Penipuan dalam Transaksi di Situs Jual Beli Online (E-Commerce)*. *Recidive.* Edisi 3 Volume 7, 2020, hlm. 250.

[11] Yudha Sri Wulandari. *Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce*. *Ajudikasi.* Edisi 2 Vol. 2, 2018, hlm. 199.

diarahkan pada iklan yang mengandung *malware* dan *ransomware*. Selain itu, penipuan juga terjadi ketika konsumen menyerahkan data data penting seperti kode verifikasi atau *One-Time Password* (OTP) serta masalah *refund.* [12] Beberapa permasalahan lain yang peneliti dapatkan adalah sebagai berikut:

1. Putusan 208/Pid.Sus/2021/PN. Sdr

   Kasus tentang pinjaman online yang merugikan kinsmen menunjukkan secara sah dan menyakinkan bersalah melakukan tindak pidana Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana yang diatur dalam Pasal 45 A ayat 1 Jo Pasal 28 ayat 1 UU RI No.19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang RI No. 11/2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

2. Putusan 206/Pid.Sus/2021/PN. Sdr

   Kasus tentang investasi trading Forex bodong merupakan tindak pidana sebagaimana Pasal 45A ayat (1) jo Pasal 28 ayat (1) UU R.I. No.19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas UU R.I. No.11 tahun 2008 tentang Informasi Transaksi Elektronik.

3. Putusan 1525/Pid.Sus/2020/PN.Jkt.Brt

   Kasus tentang konten asusila menunjukkan telah terbuktinya semua unsur-unsur dalam Pasal 45 ayat (1) Undang Undang Republik Indonesia No.19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elekronik Jo Pasal 55 ayat (1) ke-1 KUHP

12 Pipit Ika Ramadhani, *Op. Cit.*

4. Putusan No. 1229 /Pid.Sus/2020/PN Mks

   Putusan terhadap judi bola online melanggar Pasal 46 ayat (2) yo. Pasal 30 ayat (2) Undang-Undang No.19 Tahun 2016 tentang Perubahan Undang-Undang No.11 Tahun 2008 Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) serta ketentuan-ketentuan lain yang berlaku dan bersangkutan.

Customer protection (perlindungan konsumen) dan *cyber security* (keamanan siber) merupakan masalah yang sering terjadi pada transaksi *e-commerce* di Indonesia. Minimnya kemanan transaksi dan perlindungan konsumen ketika melakukan transaksi melalui media elektronik patut dikaji mengingat Indonesia memiliki berbagai peraturan tentang perlindungan konsumen, perdagangan dan transaksi elektronik. Beberapa peraturan tersebut adalah UU No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Perdagangan yaitu UU No. 7 tahun 2014, LN No. 45 Tahun 2014, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yaitu UU No 19 Tahun 2016 dan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*e-commerce).* Namun demikian, dalam praktiknya pelaksanaan kegiatan *e-commerce* di Indonesia masih belum memiliki kepastian hukum dan memberikan jaminan perlindungan karena berbagai permasalahan dalam transaksi *e-commerce* masih sering terjadi di Indonesia.

Beberapa kasus e-commerce adalah dalam Putusan No. 82/Pdt.g/2013/Pn.Yk. Kasus sengketa antara Penggugat (Suhartik Karuniawati alias Mey Fung) melawan Tergugat 1 (Rosita Vidiastria) dan Tergugat 2

(Rusdi) tentang ambigunya kesepakatan dalam transaksi elektronik. Dalam hal ini konsumen yang memiliki tawar yang lemah jika dibandingkan dengan pelaku usaha.[13] Konsumen tentunya membutuhkan sebuah perlindungan hukum yang maksimal dan komprehesif terhadap hak-haknya. Beberapa permasalahan tersebut memotivasi penulis untuk melakukan penelitian dengan judul "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi *E-Commerce* Pada Saat Pandemi Covid-19*".*

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam melakukan transaksi *e-commerce*?
2. Bagaimana upaya penyelesaian hukum apabila terjadi wanprestasi dalam transaksi *e-commerce*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam melakukan transaksi *e-commerce*.

13 Abdul Halim Barkatullah, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Lintas Negara di Indonesia*, *Disertasi (dipublikasikan)* terdapat dalam diakses dari https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/9394 diakses tanggal 27 November 2020 pukul 09:21 WIB.

2. Penyelesaikan hukum apabila terjadi wanprestasi dalam transaksi *e-commerce*

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dibagi menjadi 2 (dua) kategori yaitu manfaat secara akademik dan secara praktik dengan penjelasannya sebagai berikut:

1. Manfaat Akademik

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pengembangan keilmuan di bidang ilmu hukum di Indonesia terutama dalam bidang Hukum Perlindungan Konsumen dalam bertransaksi melalui *e-commerce.*

2. Manfaat Praktik

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan masukan terhadap berbagai pihak yang terkait dalam bidang perlindungan konsumen dalam bertransaksi melalui *e-commerce.*

E. Tinjauan Pustaka

Berbagai penelitian tentang perlindungan konsumen banyak dilakukan. Beberapa penelitian tersebut antara lain sebagai berikut:

Penelitian Acep Rohendi[14] yang berjudul "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi *E-Commerce* Perspektif Hukum Nasional dan Internasional". Tujuan penulisan ini adalah untuk mengetahui perlindungan konsumen dalam transaksi *e-*

[14] Acep Rohendi, "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi *E-Commerce* Perspektif Hukum Nasional dan Internasional", *Ecodemica,* Edisi 2 Vol. 3, 2015, hlm. 474.

commerce menurut perundang-undangan Indonesia. Dua undang-undang yang terkait perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* adalah Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Pasal 9 Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 yang merupakan perubahan atas Undang-Undang No 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Kedua Undang-undang tersebut telah mampu memberikan perlindungan hukum yang memadai bagi konsumen dalam melakukan transaksi jual beli barang bergerak melalui *e- commerce*, perlindungan hukum tersebut terlihat dalam ketentuan-ketentuan UUPK dan UU ITE. Kedua undang-undang tersebut telah mengatur mengenai penggunaan data pribadi konsumen, syarat sahnya suatu transaksi e-commerce, penggunaan CA (*Certification Authority*), permasalahan klausula baku dan mengatur mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam memasarkan dan memproduksi barang dan jasa yang dapat dijadikan acuan bagi obyek dalam transaksi *e-commerce*. Walaupun UUPK memiliki kelemahan yaitu hanya menjangkau pelaku usaha yang berkedudukan di Indonesia saja, namun kelemahan ini sudah ditutupi oleh UU ITE dan berbagai ketentuan internasional seperti UNCITRAL Model Law. Meskipun ketentuan yang dibuat PBB ini belum lengkap. Penelitian ini dan penelitian tersebut sama-sama meneliti tentang perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* namun penelitian ini dengan penelitian tersebut juga memiliki perbedaan.

Penelitian I Putu Erick Sanjaya Putra, I Nyoman Putu Budiartha dan Ni Made Sukaryati Karma[15] yang berjudul "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Jual Beli Barang Melalui E-Commerce". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaturan hukum jual-beli barang melalui e-commerce serta perlindungan hukum bagi konsumen yang mengalami kerugian akibat jual beli barang e-commerce. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian normatif, pendekatan perundang -undangan, meneliti belum jelasnya aturan yang mengatur perlindungan konsumen terhadap usaha jual-beli online, kemudian diolah dan dianalisa dengan menggunakan intepretasi dan argumentasi hukum secara sistematis serta dituangkan secara deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengaturan hukum jual-beli barang secara online telah diatur dalam UU ITE dan UUPK. Perlindungan hukum bagi konsumen yang mengalami kerugian akibat jual-beli barang electronic commerce (e-commerce) dalam UU ITE telah diatur dalam Pasal 28 ayat 1 mengenai kerugian konsumen dalam *e-commerce.* Sebagaimana diketahui pasal 19 UUPK yang dimaksud mengatur tanggung jawab ganti rugi.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian tersebut terletak pada fokus penelitian. Jika penelitian tersebut menggambarkan perlindungan konsumen dalam kegiatan *e-commerce* secara umum maka penelitian ini akan membahas perlindungan konsumen sebelum dan sesudah diundangkannya UU ITE serta menganalisis berbagai permasalahan hukum yang terjadi dalam transaksi *e-commerce.*

[15] I Putu Erick Sanjaya Putra, I Nyoman Putu Budiartha dan Ni Made Sukaryati Karma, "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Jual Beli Barang Melalui E-Commerce", *Jurnal Analogi Hukum*, Edisi 2 Volume 1, 2019, hlm. 239.

Penelitian yang dilakukan penulis mempunyai ruang lingkup yang lebih khusus dengan rumusan masalah sebagaimana di atas. Berdasarkan adanya beberapa penelitian yang telah ada, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini orisinil dan belum ada yang melakukan penelitian serupa.

F. Kerangka Teori

1. Perjanjian

Pasal 1313 KUH Perdata mendefinisikan perjanjian sebagai perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Perjanjian mengakibatkan timbul suatu hubungan hukum antara kedua belah pihak yang melakukan perjanjian. Berdasarkan pada asas kebebasan berkontrak dalam pasal 1338 KUHPerdata dijelaskan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku bagi undang-undang bagi mereka yang membuatnya.

Terdapat empat syarat sah perjanjian yang diatur dalam pasal 1320 – pasal 1337 KUHPerdata. Syarat sah tersebut antara lain kesepakatan para pihak, kecakapan para pihak, mengenai suatu hal tertentu dan sebab-sebab yang halal.

Azas-azas dalam hukum perjanjian adalah azas konsensualitas dan azas kebebasan berkontrak. Azas konsensualitas menyatakan bahwa suatu perjanjian dan perikatan yang timbul telah lahir sejak detik tercapainya kesepakatan, selama para pihak dalam perjanjian tidak menentukan lain. Azas ini sesuai dengan ketentuan Pasal 1320 KUH

Perdata mengenai syarat-syarat sahnya perjanjian. Adapun azas kebebasan berkontrak menyatakan bahwa bahwa para pihak dalam suatu perjanjian bebas untuk menentukan materi/isi dari perjanjian sepanjang tidak bertentangan dengan ketertiban umum, kesusilaan dan kepatutan. Azas ini tercermin jelas dalam Pasal 1338 KUH Perdata yang menyatakan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah mengikat sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.

Perjanjian yang tidak dilaksanakan atau dilalaikan disebut sebagai wanprestasu atau cidra janji. Disebut lalai atau melakukan wanprestasi jika salah satu pihak yang mengadakan perjanjian, tidak melakukan apa yang diperjanjikan. Adapun beberapa bentuk kelalaian dapat berupa tidak melaksanakan isi perjanjian, melaksanakan isi perjanjian tetapi tidak sebagaimana dijanjikan, terlambat melaksanakan isi perjanjian dan melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya.

2. Perlindungan Konsumen

Pasal 1 ayat (2) UUPK mendefinisikan konsumen sebagai setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Konsumen berhak untuk mendapatkan perlindungan baik perlindungan secara fisik maupun perlindungan terhadap hak-haknya. Secara garis besar hak-hak

yang menjadi prinsip dasar dibagi menjadi 3 (tiga), yaitu hak yang dimaksud untuk mencegah konsumen dari kerugian, baik kerugian personal, maupun kerugian kekayaan; hak untuk memperoleh barang dan/atau jasa dengan harga yang wajar; dan hak untuk memperoleh penyelesaian yang patut terhadap permasalahan yang dihadapi.[16] Adapun menurut pendapat Celina Tri Siwi Kristiyanti[17] bahwa secara umum konsumen memiliki empat hak yaitu hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety*), hak untuk untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*), hak untuk memilih (*the right to choose*) dan hak untuk didengar (*the right to be heard*).

Pemerintah Indonesia melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) memberikan perlindungan terhadap konsumen dengan melindungi hak-haknya. Beberapa hak konsumen menurut Pasal 4 UUPK antara lain:

a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamataan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang di janjikan;
c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;

[16] Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT Raja Grafindo, Jakarta, 2015, hlm. 47.
[17] Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2018, hlm. 30.

d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Asas perlindungan konsumen berdasarkan Pasal 2 UUPK adalah asas manfaat, asas keadilan, asas keseimbangan dan keselamatan konsumen, dan asas kepastian. Masing-masing asas dijelaskan dalam uraia berikut:[18]

a. Asas manfaat

   Maksud asas ini adalah untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

b. Asas keadilan

[18] Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Transmedia Pustaka, Jakarta, 2008., hlm. 17.

Asas ini dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat bisa diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya.

c. Asas keseimbangan

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti material atau spiritual.

d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen

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

e. Asas kepastian hukum

Asas ini dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta Negara menjamin kepastian hukum.

Prinsip tentang tanggung jawab merupakan hal penting dalam perlindungan konsumen. Secara umum prinsip-prinsip tanggung jawab dapat dibedakan menjadi beberapa bagian yaitu prinsip kesalahan (*liability based on fault*), prinsip praduga selalu bertanggung jawab (*presumption of liability*), prinsip praduga selalu tidak bertanggug jawab (*presumption of nonliability*), prinsip tanggung jawab mutlak (*strict*

liability) dan prinsip pembatasan tanggung jawab (*limitation of liability*).[19]

3. ***E-Commerce***

Transaksi yang dilakukan secara Elektronis pada dasarnya adalah perikatan ataupun hubungan hukum yang dilakukan secara Elektronis dengan memadukan jaringan sistem Elektronis oleh keberadaan jaringan komputer gobal atau internet.

Hubungan hukum merupakan hubungan antara dua pihak atau lebih (subjek hukum) yang mempunyai akibat hukum (menimbulkan hak dan kewajiban) dan diatur oleh hukum. Dalam hal ini hak merupakan kewenangan atau peranan yang ada pada seseorang (pemengangnya) untuk berbuat atas sesuatu yang menjadi obyek dari haknya itu terhadap orang lain. Sedangkan kewajiban adalah sesuatu yang harus dipenuhi atau dilaksanakan oleh sesorang untuk memperoleh haknya atau karena telah mendapatkan haknya dalam suatu hubungan hukum. Obyek hukum adalah sesuatu yang berguna, bernilai, berharga bagi subyek hukum dan dapat digunakan sebagai pokok hubungan hukum. Sedangkan subyek hukum adalah segala sesuatu yang dapat menjadi pendukung hak dan kewajibannya atau memiliki kewenangan hukum.

Electronik Commerce atau disingkat *E-Commerce* adalah kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (consumers), manufaktur

[19] Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Op. Cit*, hlm. 92

(manufacturers), service provider, dan perdagangan perantara (intermediaries) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (computer networks), yaitu E-Commerce sudah meliputi seluruh spektrum kegiatan komersial. Onno w. Purbo dan Aang Arif Wahyudi mencoba menggambarkan E-Commerce sebagai suatu cakupan yang luas mengenai teknologi, proses dan praktik yang dapat melakukan transaksi bisnis tanpa menggunakan kertas sebagai sarana mekanisme transaksi. Hal ini bisa dilakukan dengan berbagai cara seperti melalui e-mail atau bisa melalui World Wibe Web.

Di samping definisi di atas, Bajaj dan Debjani mempertegas pendapatnya dengan merujuk kepada definsi yang dibuat oleh UNCITRAL yang menyatakan, bahwa secara singkat E-commerce didefinisikan sebagai "setiap aktivitas perdagangan yang dilaksanakan dengan cara melakukan pertukaran informasi yang diberikan, dan diterima atau disimpan melalui jasa elektronik, optik atau alat serupa lainnya termasuk, tetapi tidak terbatas pada EDI, e-mail, telegram, telex atau telekopi" (Pasal 1 dan 2 UNICITRAL, Modal Law).

Sedangkan menurut para akademisi yang mendefinisikan E-Commerce seperti menurut Ding E-Commerce adalah transaksi komersial antara penjual dan pembeli atau pihak-pihak lainnya dalam hubungan kontrak yang menggunakan media elektronik atau digital yang dalam prosesnya tidak diperlukan temu muka dan transaksi dilakukan secara

lintas batas. Menurut Kalakita dan Whinston mendefinisikan E-Commerce dalam beberapa definsi di antara adalah sebagai berikut:

a. *E-Commerce* adalah aktivitas pengiriman komunikasu dan informasi, produk-produk atau jasa, atau pembayaran yang dilakukan melalui telepon, jaringan-jaringan komputer atau sarana-sarana Elektronis lainya.
b. Proses bisnis dengan mengaplikasikan teknologi untuk melakukan transaksi-transaksi bisnis atau alur kerja.
c. Sarana yang memungkinkan perusahaan-perusahaan, konsumen-konsumen dan menajamen perusahaan untuk menurunkan biaya-biaya pelayanan.
d. Sarana yang memungkinkan dilakukannya penjual dan pembelian produk dan infomasi melalui internet dan layanan-layanan online lainnya.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum normatif. Soerjono Soekanto dan Sri Mamuji[20] mendefinisikan penelitian hukum normatif atau hukum kepustakaan adalah penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder belaka. Mukti Fajar ND dan Yulianto Ahmad menyajikan penelitian hukum normatif sebagai

[20] Salim H.S. dan Erlies Septiana Nurbaini, *Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Tesis dan Disertasi*, Rajawali Press, Jakarta, 2017, hlm. 12.

penelitian yang meletakkan hukum sebagai norma. Sistem norma yang dimaksud adalah mengenai asas-asas, norma kaidah dari peraturan perundangan, putusan pengadilan, perjanjian serta doktrin (ajaran).[21] Peneliitian hukum normatif adalah penelitian yang mengkonsepkan hukum sebagai norma (nilai-nilai, hukum positif, dan putusan pengadilan).[22]

2. Objek Penelitian

Soekanto dan Sri Mamuji[23] menyajikan objek penelitian hukum normatif . Objek kajian tersebut meliputi penelitian tentang asas-asas hukum, penelitian tentang sistematika huukum, penelitian terhadap taraf sinkronisasi hukum, penelitian sejarah hukum dan penelitian perbandingan hukum. Objek kajian penelitian ini adalah perlindungan konsumen ketika melakukan transaksi *e-commerce.*

3. Sumber Data Penelitian

Penelitian ini bersumber pada data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang memiliki kekuatan mengikat sedangkan bahan hukum sekunder merupakan data yang diperoleh dari bahan kepustakaan atau literatur yang mempunyai hubungannya dengan objek penelitian. Adapun

[21] Mukti Fajar ND dan Yulianto Achmad, *Dualisme Peneltiian Hukum Normatif dan Hukum Empiris*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2010, hlm. 34.
[22] Tim Buku Pedoman Penulisan Tugas Akhir Program Studi S-1 Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, *Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa*, 2020, hlm. 10.
[23] *Ibid.*

bahan hukum tersier dalah bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.[24]

Dalam penelitian hukum normatif, maka sumber data yang utama berasal dari data kepustakaan. Bahan hukum primer penelitian ini adalah:

a. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata *[Burgerlijk Wetboek]*
b. UU No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
c. Undang-Undang Perdagangan, UU No. 7 tahun 2014, LN No. 45 Tahun 2014.
d. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
e. Peraturan Pemerintah Tentang Penyelenggaraan Sistem Transaksi Elektronik. PP No 82 Tahun 2012. LN No 189.
f. Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*e-commerce).*

Adapun bahan hukum sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Buku-buku yang membahas tentang perlindungan konsumen.
b. Penelitian-penelitian ilmiah yang berkaitan dengan bahasan penelitian ini.
c. Berbagai berita yang berkaitan dengan penelitian baik berita media cetak maupun media elektronik.

[24] *Ibid.,* hlm. 12.

4. Teknik Pengumpulan Data

Bahan hukum yang dikaji dan yang dianalisis dalam penelitian hukum normatif meliputi bahan hukum primer, sekunder dan tersier. Teknik untuk mengkaji dan mengumpulkan ketiga bahan tersebut yaitu dengan studi dokumenter. Studi dokumenter merupakan studi yang mengkaji tentang berbagai dokumen yang berkaitan dengan peraturan perundang-undangan maupun dokumen-dokumen yang sudah ada.[25]

5. Metode Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan yang menekankan pada regulasi dan legislasi peraturan perundangan-undangan terkait dengan pokok masalah yang diteliti.

6. Analisis Data

Analisis data diartikan sebagai proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, ketegori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data[26]. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif. Analisis kualitatif adalah analisis data yang tidak menggunakan angka, melainkan memberikan gambaran-gambaran (deskripsi) dengan kata-kata atas temuan-temuan dan

[25] *Ibid.*
[26] *Ibid.*

karenanya ia lebih mengutamakan mutu/kualitas dari data dan bukan kuantitas[27]. Dengan demikian, analisis data penelitian ini berupaya mengkaji, mengindentifikasi data penelitian kemudian dianalisis dengan menggunakan teori-teori hingga hasilnya dapat diintepretasikan. Data penelitian yang terkumpul ditelaah menggunakan peraturan yang ada dan kemudian dianalisis untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan yang dirumuskan sehingga peneliti mendapatkan gambaran umum tentang penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen pada transaksi *e-commerce.*

H. Pertanggung Jawaban Sistematika

Untuk memperoleh gambaran secara menyeluruh dari penulisan hukum yang disusun, maka Penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka teori, dan metode penelitian yang digunakan serta pertanggungjawaban sistematika.

Bab II berisi kajian normatif perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce.* Bab ini berisi penjelasan teoritis tentang tinjauan umum konsumen, perlindungan konsumen, transaksi *e-commerce.*

Bab III berisi gambaran umum perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik serta implementasinya.

[27] *Ibid.*

Bab IV berisi kesimpulan hasil penelitian dan saran yang berkaitan dengan temuan penelitian sehingga berbagai permasalahan tentang perlindungan konsumen pada transaksi *e-commerce* dapat terselesaikan.

BAB II

KAJIAN NORMATIF PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE*

A. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen

1. Teori Perlindungan Hukum

Teori perlindungan hukum merupakan teori yang mengkaji dan menganalisis tentang wujud atau bentuk atau tujuan perlindungan, subjek hukum yang dilindungi serta objek perlindungan yang diberikan oleh hukum kepada subjeknya. Teori ini dikembangkan oleh Roscou Pound, Sudikno Mertokusumo dan Antonio Fortin.[28]

Teori perlindungan hukum berasal dari bahasa inggris yaitu *legal protection theory*. Secara gramatikal perlindungan adalah tempat berlindung atau hal (perbuatan) melindungi[29]. Menurut Satijipto Raharjo[30] perlindungan hukum adalah "memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia (HAM) yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum". Adapun menurut Salim dan Nurbani[31] perlindungan adalah "upaya atau bentuk pelayanan yang diberikan oleh hukum kepada subjek hukum serta hal-hal yang menjadi objek yang dilindungi".

---

[28] Salim H.S. dan Erlies Septiaana Nurbani, *Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Tesis dan Disertasi*, PT. Radja Grafindo Persada, Depok, 2017, hal. 259.
[29] *Ibid.*
[30] *Ibid.*
[31] *Ibid.*

Berdasarkan pengertian perlindungan hukum di atas dapat dikatakan bahwa 3 unsur yang tercantum dalam definisi perlindungan hukum adalah adanya wujud atau bentuk perlindungan atau tujuan perlindungan, subjek hokum dan objek perlindungan hukum.

2. Bentuk Perlindungan Hukum

Phillipus M. Hadjon[32] membagi bentuk perlindungan hukum menjadi dua, yaitu perlindungan hukum secara preventif dan perlindungan hukum secara represif. Kedua bentuk perlindungan hukum tersebut dijelaskan dalam uraian berikut:

a. Perlindungan secara preventif

Perlindungan hukum secara preventif merupakan bentuk perlindungan hukum yang sifatnya pencegahan. Perlindungan memberikan kesempatan kepada rakyat untuk mengajukan keberatan *(inspraak)* atas pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintahan mendapat bentuk yang definitif sehingga perlindungan hukum ini bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa dan sangat besar artinya bagi tindak pemerintah yang didasarkan pada kebebasan bertindak. Adanya perlindungan hukum ini mendorong pemerintah untuk berhati-hati dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan asas kebebasan (*freies ermessen*) dan rakyat dapat mengajukan keberatan atau dimintai pendapatnya mengenai rencana keputusan tersebut.

[32] *Ibid.*, hlm. 264.

b. Perlindungan secara represif

Perlindungan hukum yang represif berfungsi untuk menyelesaikan apabila terjadi sengketa. Badan yang menangani perlindungan hukum bagi rakyat Indonesia adalah pengadilan dalam lingkup peradilan umum dan instansi pemerintah yang merupakan lembaga banding dan kasasi.

3. Urgensi Perlindungan Hukum

Peraturan perundang-undangan yang baik haruslah mampu mengakomodir perlindungan hukum terhadap masyarakat. Perlindungan hukum tersebut merupakan aspek yang dapat direncanakan sebelumnya karena pada dasarnya perlindungan hukum akan berkaitan erat dengan proses pembentukan sebuah peraturan perundang-undangan.

Maria S.W. Sumardjono[33] menyatakan bahwa memberikan perlindungan hukum merupakan kewajiban negara dalam rangka menghormati *(to respect),* melindungi *(to protect)* dan memenuhi *(to fullfill)* hak-hak rakyatnya. Perlindungan hukum tersebut diberikan melalui pengaturan tertentu di dalam peraturan perundang-undangan, baik perlindungan yang sifatnya preventif maupun represif sehingga masyarakat terlindungi haknya dari perbuatan melanggar hukum yang dilakukan oleh orang lain maupun oleh penyelenggara pemerintahan/administrasi negara.

[33]Suyanto, *Hapusnya Hak atas Tanah Akibat Penitipan Ganti Kerugian Pengaadaan Tanah untuk Kepentingan Umum*, CV. Jakad Publishing, Surabaya, 2020, hal. 113.

B. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen (Perlindungan Konsumen)

1. Pengertian Hak dan Kewajiban Konsumen Serta Pelaku Usaha

Pasal 1 aat 2 UU No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen mendefinisikan konsumen sebagai setiap orang pemakai barang dan/jsa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Adapun hak-hak dasar konsumen yaitu hak untuk mendapatkan keamanan *(the right to safety),* hak untuk mendapatkan informasi *(the right to be informed),* hak untuk memilih *(the right to choose)* dan hak untuk didengar *(the right to be heard).* Dalam perkembangannya, *The International Organization of Consumer Union (IOCU)* menambahkan lagi beberapa hak seperti hak mendapatkan pendidikan konsumen, hak mendapatkan ganti kerugian, dan hak mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat.

Hak konsumen menurut Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut:

a. Hak atas kenyamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa.
b. Hak untuk memilih barang dan atau jasa serta mendapatkan barang dan atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
e. Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
h. Hak untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuaan peraturan perundang-undangan lainnya.

Selain itu, hak-hak konsumen juga dirumuskan dalam Pasal 7 yang mengatur tentang kewajiban pelaku usaha. Kewajiban dan hak merupakan antinomi dalam hukum, sehingga kewajiban pelaku usaha dapat dilihat sebagai hak konsumen. Selain hak-hak yang dilindungi itu, itu da juga hak untuk dilindungi dari akibat negatif persaingan curang. Hal ini berangkat dari pertimbangan, kegiatan bisnis yang dilakukan pengusaha sering dilakukan tidak jujur, yang dalam hukum dikenal dengan terminologi ‘persaingan curang’ *(unfair competition).*

Kajian atas perlindungan terhadap konsumen tidak dapat dipisahkan dari telaah terhadap hak-hak dan kewajiban produsen. Hak-hak produsen dapat ditemukan antara lain pada faktor-faktor yang membebaskan

produsen dari tanggung jawab atas kerugian yang diderita oleh konsumen. Meskipun kerusakan timbul akibat cacat pada produk, yaitu apabila produk tersebut sebenarnya tidak diedarkan, cacat timbuk di kemudian hari, cacat timbul setelah produk berada di luar kontrol produsen, barang yang diproduksi secara individual tidak untuk keperluan produksi, cacat timbul akibat ditaatinya ketentuan yang ditetapkan.

Pasal 6 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 menyebutkan bahwa produsen merupakan pelaku usaha yang mempunyai hak sebagai berikut:

a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beriktikad baik.
c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.
d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan.

Adapun dalam Pasal 7 diatur kewajiban pelaku usaha, yaitu sebagai berikut:

a. Beritikat baik dalam melakukan kegiatan usahanya.

b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan perbaikan dan pemeliharaan.
c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.
f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
g. Memberi kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen menjelaskan bahwa pelaku usaha diwajibkan beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, sedangkan bagi konsumen diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Hal tersebut menunjukkan bahwa i'tikad baik lebih ditekankan kepada pelaku usaha untuk beritikad

baik dimulai sejak barang dirancang/diproduksi sampai pada tahap purna penjualan, sebaliknya konsumen hanya diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang/jasa. Hal ini tentu saja disebabkan oleh kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen sejak dimulai barang dirancang, dan diproduksi sedangkan bagi konsumen, untuk dapat merugikan produsen mulai pada saat melakukan transaksi dengan produsen.

2. Perlindungan Konsumen dalam Peraturan Perundang-Undangan

Perlindungan konsumen diatur dalam UU Nomor 8 Tahun 1999 yang menyatakan bahwa kesemua undang-undang yang ada dan berkaitan dengan perlindungan konsumen tetap berlaku, sepanjang tidak bertentangan atau telah diatur khusus oleh undang-undang. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa seiring perkembangan zaman, banyak diterbitkan beberapa peraturan perundang-undangan yang mengatur dan melindungi kepentingan konsumen. Hal tersebut dikarenakan:

1. Konsumen memerlukan pengaturan tersendiri, karena dalam suatu hubungan hukum dengan penjual, konsumen merupakan pengguna barang dan jasa untuk kepentingan diri sendiri dan tidak untuk diproduksi ataupun diperdagangkan.
2. Konsumen memerlukan sarana atau acara hukum tersendiri sebagai upaya guna melindungi atau memperoleh haknya.[34]

[34]Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan Kelima. Sinar Grafika, Jakarta, 2016, hlm. 49.

Penjelasan tersebut menunjukkan bahwa sebagai pengguna barang/jasa konsumen memerlukan peraturan hukum yang melindungi mereka dalam memperoleh haknya.

Selain Undang-Undang Perlidungan konsumen, beberapa peraturan perundangan yang mengatur tentang perlindungan konsumen adalah sebagai berikut:

a) Undang-undang Dasar dan Ketetapan MPR

Az. Nasution menyatakan bahwa dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 Alinea ke-4 yang berbunyi: "Kemudian daripada itu untuk membentuk suatu Pemerintah Negara Indonesia yang melindungi segenap bangsa Indonesia". mengandung unsur perlindungan hukum bagi seluruh rakyat Indonesia tanpa terkecuali. Hal tersebut juga ditunjukkan dalam Pasal 27 ayat 2 Undang-Undang Dasar 1945 (UUD 45) yang menyatakan bahwa "Tiap warga negara berhak atas penghidupan yang layak bagi kemanusiaan".

Dalam upaya melindungi konsumen, ketetapan MPR telah diterbitkan sejak tahun 1978 meskipun secaara detail tidak menjelaskan maksud dari perlindungan yang diberikan. "Kalau pada TAP MPR 1978 digunakan istilh'menguntungkan' konsumen sedangkan TAP MPR 1988 menggunakan kata 'menjamin' dan tahun 1993 digunakan istilah 'melindungi kepentingan konsumen".[35] Peraturan tersebut sangat bermanfaat bagi beberapa pihak, yaitu bagi kalangan pelaku usaha dan

[35] *Ibid.,* hlm. 50.

bagi konsumen. Bagi kalangan pelaku usaha perlindungan itu adalah utnuk kepentingan komersial mereka dalam menjalankan kegiatan usaha, seperti bagaimana mendapatkan bahan baku, bahan tambahan dan penolong, bagaimana memproduksinya, mengangkut dan memasarkannya, termasuk di dalamnya bagaimana menghadapi persaingan usaha. Adapun bagi konsumen, fungsi beberapa peraturan tersebut adalah untuk menjaga keseimbangan, keselarasan, dan keserasian di antara keduanya.

1. Bagi kalangan pelaku usaha perlindungan itu adalah untuk kepentingan komersial mereka dalam menjalankan kegiatan usaha. Haruslah ada peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang usaha dan mekanisme persaingan itu. Persaingan haruslah berjalan wajar dan tidak terjadi kecurangan-kecurangan yang mengakibatkan kalangan pelaku usaha tidak meningkatkan pendapatannya tetapi mati usahanya.
2. Bagi konsumen, kepentingan non komersial mereka yang harus diperhatikan adalah akibat-akibat kegiatan usaha dan persaingan di kalangan pelaku usaha terhadap jiwa, tubuh dan harta benda mereka. Dalam keadaan bagaimanapun harus dijaga keseimbangan, keselarasan dan keserasian diantara keduanya.

   Oleh karena itu, dalam penyusunan peraturan perundang-undangan haruslah jelas siapa yang dimaksudkan dengan pelaku usaha dan siapa

pula konsumen, dan apa hak, kewajiban yang sesuai dengan kepentingan masing-masing pihak.

b) Hukum Konsumen dan Hukum Perdata

Kaidah-kaidah hukum perdata umumnya termuat dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Kaidah-kaidah yang mengatur hubungan dan masalah hukum antara pelaku usaha penyedia barang dan atau penyelenggara jasa dengan konsumen masing-masing termuat dalam:

1) KUH Perdata terutama buku kedua, ketiga dan keempat.
2) KUHD buku kesatu dan kedua
3) Berbagai peraturan perundang-undangan lain yang memuat kaidah-kaidah hukum bersifat perdata tentang subjek-subjek hukum, hubungan hukum dan masalahnya antara penyedia barang atau penyelenggara jasa tertentu dan konsumen.

c) Perbuatan melawan hukum (Pasal 1365 KUH Perdata) dalam sengketa antara konsumen dan pelaku usaha

Perbuatan melawan hukum di Indonesia secara normatif selalu merujuk pada ketentuan pasal 1365 KUH Perdata. Rumusan norma dalam pasal ini unik tidak seperti ketentuan pasal lainnya. Perumusan pasal 1365 KUH Perdata senantiasa memerlukan materialisasi di luar KUH Perdata. Perbuatan melawan hukum Indonesia diatur dalam Pasal 1365 KUH Perdata sampai dengan Pasal 1380 KUH Perdata. Pasal-pasal tersebut mengatur bentuk tanggung jawab atas perbuatan melawan hukum yang terbagi atas:

1) Tanggung jawab tidak hanya karena perbuatan melawan hukum yang dilakukan diri sendiri tetapi juga berkenaan dengan perbuatan melawan hukum orang lain dan barang-barang di bawah pengawasannya. Pasal 1367 ayat (1) KUH Perdata menyatakan:

   Seseorang tidak hanya bertanggung jawab untuk kerugian yang disebabkan karena perbuatannya sendiri tetapi juga disebabkan karena perbuatan orang-orang yang menjadi tanggungannya atau disebabkan oleh barang-barang yang berada di bawah pengawasannya.

2) Perbuatan melawan hukum terhadap tubuh dan jiwa manusia. Pasal 1370 KUH Perdata menyatakan bahwa dalam hal terjadi pembunuhan dengan sengaja atas kelalaiannya maka suami atau istri, anak, orang tua korban yang lazimnya mendapat nafkah dari pekerjaan korban untuk menuntut ganti rugi yang harus dinilai menurut keadaan dan kekayaan kedua belah pihak.
3) Perbuatan melawan hukum terhadap nama baik (masalah hinaan) diatur dalam Pasal 1372 sampai denan Pasal 1380 KUH Perdata. Pasal 1372 menyatakan bahwa tuntutan terhadap penghinaan adalah bertujuan untuk mendapatkan ganti rugi dan pemulihan nama baik sesuai kedudukan dan keadaan para pihak.

Beberapa tuntutan yang dapat diajukan karena perbuatan melawan hukum adalah:

1) Gantu rugi dalam bentuk uang atas kerugian yang ditimbulkan.

2) Ganti rugi dalam bentuk natura atau dikembalikan dalam bentuk semula.
3) Pernyataan bahwa perbuatan yang dilakukan adalah melawan hukum.
4) Melarang dilakukan perbuatan tertentu.

3. Prinsip-Prinsip Hukum Perlindungan Konsumen

Prinsip tanggung jawab merupakan hal penting dalam perlindungan konsumen. Secara umum, prinsip-prinsip tanggung jawab dalam hukum dapat dibedakan menjadi lima bagian, yaitu:

a. Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan *(liability based of fault)*

Prinsip ini merupakan cukup yang umum berlaku dalam hukum pidana dan perdata, yang dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dipegang secara teguh pada Pasal 1365, 1366, dan 1367. Prinsip ini menyatakan bahwa seseorang baru dapat dimintakan pertanggung jawaban secara hukum jika ada unsur kesalahan yang dilakukannya. Pasal 1365 Perdata yang lazim disebut sebagai pasal perbuatan melawan hukum, mengharuskan terpenuhinya empat unsur pokok yaitu adanya perbuatan, unsur kesalahan, kerugian yang diderita dan adanya hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian.

b. Prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab *(presumption of liability)*

Prinsip ini menyatakan bahwa tergugat selalu dianggap bertanggung jawab sampai ia dapat membuktikan ia tidak bersalah. Dalam hukum pengangkutan, khususnya pengangkutan udara, prinsip tanggung jawab ini pernah diakui sebagaimana dapat dilihat dalam Pasal 17,18 ayat (1), Pasal 19 jo. Pasal 20 Konvensi Warsawa 1929 atau Pasal 24,25, 28 jo. Pasal 29 Ordonasi Pengangkutan Udara No. 100 Tahun 1939, kemudian dalam perkembangannya dihapuskan dengan Protokol Guatemala 1971. Berdasarkan prinsip tanggung jawab ini, dalam doktrin hukum pengangkutan khususnya dikenal empat variasi, yaitu:

1) Pengangkut dapat membebaskan diri dari tanggung jawab kalau ia dapat membuktikan kerugian ditimbulkan oleh hal-hal di luar kekuasaannya.
2) Pengangkut dapat membebaskan diri dari tanggung jawab jika ia dapat membuktikan ia mengambil suatu tindakan yang diperlukan untuk menghindari timbulnya kerugian.
3) Pengangkut dapat membebaskan diri dari tanggung jawab jika ia dapat membuktikan kerugian yang timbul bukan karena kesalahannya.
4) Pengangkut tidak bertanggung jawab jika kerugian itu ditimbulkan oleh kesalahan/kelalaian penumpang atau karena kualitas/mutu barang yang diangkut tidak baik.

c. Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggung jawab *(presumption of nonliability)*

Prinsip ini hanya dikenal dalam lingkup transaksi konsumen yang sangat terbatas dan pembatasan demikian biasanya secara *common sense* dapat dibenarkan. Contoh dalam penerapan prinsip ini adalah kehilangan atau kerusakan pada bagasi kabin/bagasi tangan yang biasanya dibawa dan diawasi oleh si penumpang (konsumen) adalah tanggung jawab dari penumpang. Dalam hal ini, pengangkut (pelaku usaha) tidak dapat dimintai pertanggung jawabannya. Sekalipun demikian, dalam Pasal 44 ayat (2) Peraturan Pemerintah No. 40 Tahun 1995 tentang angkutan udara, ada penegasan bahwa prinsip ini tidak lagi diterapkan secara mutlak dan mengarah pada prinsip tanggung jawab dengan ada pembatasan uang ganti rugi (setinggi-tingginya satu juta rupiah). Artinya, bagasi kabin/bagasi tangan tetap dapat dimintakan pertanggung jawaban sepanjang bukti kesalahan pihak pengangkut (pelaku usaha) dapat ditunjukkan. Pihak yang dibebankan untuk membuktikan kesalahan itu ada pada si penumpang.

d. Prinsip tanggung jawab mutlak *(strict liability)*

Prinsip ini sering diidentikkan dengan prinsip tanggung jawab absolut. R.C. Hoeber *et.al.,* menyatakan bahwa biasanya prinsip tanggung jawab mutlak ini diterapkan karena (1) konsumen tidak dalam posisi menguntungkan untuk membuktikan adanya kesalahan

dalam suatu proses produksi dan distribusi yang kompleks; (2) diasumsikan produsen lebih dapat mengantisipasi jika sewaktu-waktu ada gugatan atas kesalahannya, misalnya dengan asuransi atau menambah komponen biaya tertentu pada harga produknya; (3) asas ini dapat memaksa produsen lebih hati-hati.

Prinsip tanggung jawab mutlak dalam hukum perlindungan konsumen secara umum digunakan untuk menjerat pelaku usaha khususnya produsen barang yang dalam memasarkan produknya merugikan konsumen. Asas tanggung jawab tersebut disebut dengan *product liability*, yang menganggap bahwa produsen wajib bertanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen atas penggunaan produk yang dipasarkaannya. Gugatan *product liability* dapat dilakukan berdasarkan tiga hal, yaitu:

1. Melanggar jaminan *(brench of warranty)*, misalnya khasiat yang timbul tidak sesuai dengan janji yang tertera dalam kemasan produk.
2. Ada unsur kelalaian *(negligence)* yaitu produsen lalai memenuhi standar pembuatan obat yang baik.
3. Menerapkan tanggung jawab mutlak *(strict liability).*

   Variasi yang sedikit berbeda dalam penerapan tanggung jawab mutlak terletak pada *risk liability*, yang di dalamnya menyatakan bahwa kewajiban mengganti rugi dibebankan kepada pihak yang menimbulkan adanya resiko adanya kerugian itu. Namun,

penggugat (konsumen) tetap diberikan beban pembuktian, walaupun tidak sebesar si tergugat. Dalam hal ini, ia hanya perlu membuktikan adanya hubungan kausalitas antara perbuatan pelaku usaha (produsen) dan kerugian yang dideritanya. Selebihnya dapat menggunakan prinsip *strict liability.*

e. Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan *(limitation of liability)*

Prinsip ini sangat disukai oleh pelaku usaha untuk dicantumkan sebagai klausul eksonerasi dalam perjanjian standar yang dibuatnya. Biasanya, prinsip ini dikombinasikan dengan prinsip-prinsip tanggung jawab lainnya. Dalam pengangkutan udara, yakni Pasal ayat (1) Protokol Guatemala 1971, prinsip pembatasan dikaitkan dengan prinsip tanggung jawab mutlak. Batas tanggung jawab pihak pengangkut untuk satu penumpng sebesar 100.000 dolar Amerika (tidak termasuk biaya perkara) atau 120.000 (termasuk biaya perkara). Prinsip tanggung jawab ini sangat merugikan konsumen bila ditetapkan secara sepihak oleh pelaku usaha. Dalam UU No. 8 Tahun 1999 sebarusnya pelaku usaha tidak boleh secara sepihak menentukan klausul yang merugikan konsumen, termasuk membatasi maksimal tanggung jawabnya. Jika ada pembatasan mutlak harus berdasrakan peraturan perundang-undangan yang jelas.

4. Penyelesaian Sengketa Konsumen

Sengketa konsumen di sini di batasi dengan sengketa perdata. Pasal 45 ayat (1) Undang-undang Hukum Konsumen menyebutkan bahwa:

1. Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peraadilan yang berada di lingkungan peradilan umum.
2. Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar peradilan berdasarkan pilihan sukarela pihak yang bersengketa.
3. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam undang-undang.
4. Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh pihak yang bersengketa.

Dari pernyataan Pasal 45 ayat (3) jelas seharusnya bukan hanya tanggung jawab pidana yang tetap dibuka kesempatan untuk diperkarakan, melainkan juga tanggung jawab lainnya, misalkan di bidang administrasi negara. Konsumen yang dirugikan haknya, tidak hanya diwakilkan oleh jaksa dalam penuntutan peradilan umum untuk kasus pidana, tetapi dia sendiri dapat juga menggugat pihak lain di

lingkungan peradilan tata usaha negara jika terdapat sengketa administraasi di dalamnya.

Dalam kasus perdata di Pengadilan Negeri, pihak konsumen yang diberikan hak mengajukan gugatan menurut Pasal 46 Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah:

1. Seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan.
2. Sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama.
3. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu terbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi itu adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen dan melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya.
4. Pemerintah dan/atau instansi terkait jika barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengkibatkan kerugian materi yang besar dan atau korban yang tidak sedikit.

Adapun jika penyelesaian sengketa dilakukan di luar pengadilan berdasarkan isi Pasal 1 ayat 10 Undang-Undang Nomor 30 tahun 1999 maka alternatif penyelesaian sengketa dapat dilakukan dengan cara:

1. Konsultasi

   Pada prinsipnya konsultasi merupakan suatu tindakan yang bersifat personal antara suatu pihak tertentu yang disebut dengan

klien dengan pihak lain ang merupakan pihak konsultan yang memberikan yang memberikan pendapatnya kepada klien tersebut untuk memenuhi keperluan dan kebutuhan kliennya. Pendapat tersebut tidak mengikat, artinya klien bebas untuk menerima pendapatnya atau tidak.

2. Negoisasi

Negoisasi adalah proses konsensus yang digunakan para pihak untuk memperoleh kesepakatan di antara mereka. Negoisasi menurut Roger Fisher dan William Ury adalah komunikasi dua arah yang dirancang untuk mencapai kesepakatan pada saat kedua belah pihak memiliki berbagai kepentingan yang sama maupun berbeda. Negoisasi merupakan sarana bagi pihak-pihak ang mengalami sengketa untuk mendiskusikan penelesaiannya tanpa melibatkan pihak ketiga penengah yang tidak berwenang mengambil keputusan (mediasi) dan pihak ketiga pengambil keputusan (arbitrase dan litigasi.

Negoisasi biasanya digunakan dalam sengketa yang tidak terlalu pelik di mana para pihak masih beriktikad baik untuk duduk bersama dan memecahkan masalah. Negoisasi dilakukan apabila komunikasi antar pihak yang bersengketa masih terjalin dengan baik, masih ada rasa saling percaya dan ada keinginan untuk cepat mendapatkan kesepakatan dan meneruskan hubungan baik.

3. Mediasi

Pasal 6 yat 3 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 dikatakan bahwa atas kesepakatan tertulis para pihak sengketa atau beda pendapat diselesaikan melalui bantuan seorang atau lebih penasehat ahli maupun melalui seorang mediator. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa mediasi merupakan proses negoisasi pemecahan masalah di mana pihak luar yang tidak memihak

4. Konsiliasi

Konsiliasi tidak jauh beda denganperdamaian, sebagaimana diatur dalam Pasal 1851 KUH Perdata. Konsiliasi sebagai suatu alternatif sengketa di luar pengadilan adalah suatu tindakan ata proses untuk mencapai perdalamaian di luar pengadilan. Untuk mencegah dilaksanakannya proses peradilan *(litigasi)* melainkan juga dalam setiap tingkat peradilan yang sedang berlangsung baik di dalam maupun di luar pengadilan. Dalam konsiliasi pihak ketiga mengupayakan pertemuan diantara pihak yang berselisih untuk mengupayakan perdamaian. Pihak ketiga selaku konsiliator tidak harus duduk bersama dalam perundingan dengan para pihak yang berselisih, konsiliator biasanya tidak terlibat secara mendalam atas subtansial dari perselisihan. Ketentuan tentang konsiliasi dapat dilihat dalam ketentuan pasal 1 ayat (10) dan alinea ke-9 Penjelasan Umum Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999. Hasil kesepakatan para pihak melalui alternatif penyelesaian sengketa konsiliasi harus dibuat secara tertulis dan ditanda tangani secara bersama oleh para

pihak yang bersengketa dan didaftarkan di Pengadilan Negeri. Kesepakatan tertulis dari konsiliasi ini bersifat final dan mengikat para pihak.

5. Penilaian ahli

Penilaian ahli adalah pendapat hukum oleh lembaga arbitrase. Dalam Pasal 1 angka 8 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 berbunyi:

> Lembaga arbitrase adalah badan yang dipilih oleh para pihak yang bersengketa untuk memberikan putusan mengenai sengketa tertentu, lembaga tersebut jyga dapat memberikan pendapat yang mengikat mengenai suatu hubungan hukum tertentu dalam hal belum timbul sengketa.

Dalam suatu bentuk kelembagaan, arbitrase ternyata tidak hanya bertugas untuk menyelesaikan perbedaan atau perselisihan pendapat maupun sengketa yang terjadi diantara para pihak dalam suatu perjanjian pokok melainkan juga dapat memberikan konsultasi dalam bentuk opini atau pendapat hukum atas permintaan dari setiap pihak yang melakukannya.

C. E-Commerce

E-Commerce memiliki beberapa karakteristik yang tidak dapat dihilangkan antara lain:[36]

1. Transaksi antara dua belah pihak yaitu penjual dan pembeli
2. Pertukaran barang, jasa dan informasi

[36] Romindo dkk, *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*, Yayasan Kita Menulis, Jakarta, 2019, hlm. 2

3. Sistem elektronik seperti internet, televsi dan jaringan komputer lainnya.

Menurut Fingar, Peter, Harsha Kumar[37] *e-commerce* menyediakan infrastruktur bagi perusahaan untuk melakukan ekspansi proses bisnis internal menuju lingkungan eksternal tanpa harus menghadapi rintangan waktu dan ruang yang selama ini menjadi isu utama. Jenis transaksi ecommerce dalam praktik dibagi menjadi dua jenis, yaitu[38]:

1. Transaksi melalui elektronik secara tidak langsung yaitu hubungan hukum antara pembeli dan penjual yang merupakan pembuatan kontrak melalui internet akan tetapi pengiriman barang dilakukan secara biasa yang umumnya dilakukan dalam perdagangan barang.
2. Transaksi melalui elektronik langsung yaitu hubungan hukum yang dilakukan lewat internet baik pembuatan kontrak maupun pengiriman barang biasanya dalam perdagangan biasa misalnyya penjualan piranti lunak, film, musik atau informasi yang dapat di download.

Keuntungan dan kerugian ecommerce adalah:[39]

1. Bagi kalangan pengusaha
    a. *e-commerce* dapat memperluas pasar sampai dengan tingkat internasional dengan modal kecil karena melalui internet pada penguasaha dengan mudah, cepat dan murah bisa mendapatkan lebih banyak konsumen.

[37] *Ibid.,* hlm. 3.
[38] Aswan, *Seni Belajar Hukum (Suatu Pengantar Ilmu Hukum),* Guepedia, Jakarta, 2019, hlm. 4.
[39] *Ibid.* hlm. 77.

b. *e-commerce* memungkinkan perusahaan untuk menurunkan jumlah persediaan barang *(inventory)* dan kelebihan persediaan barang *(overhead)* karena penyimpanan barang akan tergantung pada pemesanan konsumen.

c. *E-commerce* dapat meningkatkan efisiensi perusahaan dengan meningkatkan tingkat produktivitas pegawaipegawai di bagian penjualan dan administrasi.

d. *E-commerce* dapat menekan biaya komunikasi karena biaya penggunaan internet jauh lebih murah.

e. *E-commerce* dapat meningkatkan citra perusahaan dengan semakin baiknya pelayanan pada konsumen, ditemukannya mitramitra bisnis baru, proses kerja yang lebih sederhana dan bertambah cepatnya aksesakses berbagai informasi.

2. Bagi konsumen

a. *E-commerce* memungkinkan para konsumen untuk berbelanja atau melakukan transaksi lainnya selama 24 jam untuk seluruh lokasi diseluruh dunia.

b. *Ecommerce* memberikan lebih banyak pilihan bagi para konsumen.

E-commerce umumnya menawarkan barangbarang atau jasajasa dengan harga yang relatif murah

c. Di dalam sektor jasa pengiriman produkproduk lebih cepat

d. konsumen dapat tukar menukar informasi

b. Bagi masyarakat

Perdagangan elektronik memberikan manfaat terhadap masyarakat yaitu sebagai berikut:

1) *E-commerce* memungkinkan banyak orang untuk bekerja di rumah mereka
2) *E-commerce* memungkinkan sejumlah pedagang untuk menjual barang barang atau jasa mereka dengan harga yang lebih murah sehingga orang dapat membeli produk dan jasa
3) *E-commerce* dapat menjangkau konsumen yang berada di daerah daerah terpencil
4) *E-commerce* dapat memfasilitasi pemberian layanan layanan publik seperti perawatan kesehatan, pendidikan, pendistribuusian layanan layanan sosial.

Kegiatan bisnis *e-commerce* mencakup banyak hal, untuk membedakannya *e-commerce* dibagi menjadi beberapa tipe diantaranya *Business to Business (B2B), Consumer to Consumer (C2C) dan mobile commerce (m-commerce).* [40]

1. *Business to Business* (B2B) adalah jenis *e-commerce* yang dilakukan antar perusahaan dengan perusahaan. Kebanyakan pedagang tradisional lebih sering menggunakan jenis ini. Pada jenis ini transaksinya menggunakan EDI *(Electronic data Interchange)* dan email. Sekitar 80% dari *e-commerce* merupakan B2B. Sebagian

[40] Romindo dkk. *Op. Cit.*

ahlimemperkirakan bahwa B2B *E-Commerce* akan terus berkembang dengan cepat jika dibandingkan dengan tipe B2C. Dampak pasar B2B adalah berkurangnya biaya transaksi (biaya pencarian, pengurangan biaya proses transaksi dan pemrosesan online meningkatkan manajemen persediaan dan logistk; disintermediasi, dimana melalui B2B pemasok dapat berinteraksi dan bertransaksi langsung dengan pembeli sehingga menghilangkan perantara dan distributor; transparansi harga yang terungkap di satu e-market; dan skala ekonomi dan efek jaringan, yaitu meningkatkan nilai dari sisi permintaan.

2. *Business to Consumer* (B2C) adalah perdagangan antara perusahaan dan konsumen, melibatkan konsumen dalam pengumpulan informasi, pembelian barang fisik atau barang informasi, menerima produk-produknya melalui jaringan elektronik. B2C merupakan bentuk kedua terbesar dari *e-commerce*. Penjualan dilakukan secara eceran dari perusahaan langsung ke konsumen akhir. B2C *e-commerce* mengurangi biaya transaksi dengan meningkatkan peran konsumen untuk dapat mengakses informasi dan menemukan harga yang paling kompetitif untuk suatu produk atau jasa, B2C juga mengurangi hambatan masuk pasar karena hanya membutuhkan biaya untuk membuat dan memelihara situs web yang jauh lebih murah dibanding dengan memasang plang perusahaan.

3. *Business to Goverment* (B2G) merupakan perdagangan antara perusahaan dan sekttor publik atau pemerintahan seperti penggunaan internet dalam pengadaan, prosedur perijinan dan kegiatan lain yang melibatkan pemerintah.

Perdagangan secara elektronik selain memberikan keuntungan juga dapat mengakibatkan kerugian, yaitu:[41]

2. Secara teknis

   Kurang terjaminnya keamanan dan reabilitas sistem termasuk keamanan dan reabilitas standar. Kurang memadainya infrastruktur bagi vendor memerlukan web server dan infrastruktur lainnya dan server jaringan

3. Secara hukum

   Masih adanya beberapa permasalahan hukum yang belum terpecahkan peraturan perundang undangan yang dibuat oleh pemerintah negaranegara cenderung belum sempurna untuk menjangkau beberapa permasalahan hukum seperti terjadinya masalah sengketa dalam perdagangan elektronik yang sifatnya lintas batas keamanan dan provasi perdagangan elektronik dapat merugikan pihak konsumen terutama dalam akses informasi pribadi konsumen.

   Pemerintah Indonesia mengelyarkan peraturan baru dalam perdagangan *online* atau sering disebut *ecommerce* diatur dalam

[41] Aswan, *Tindak Pidana Penipuan Berbasis Transaksi Elektronik*, Guepedia, Makassar, 2019, hlm. 79.

Pasal 1 angka 2 UU No 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik (UU ITE) yang menyatakan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer dan jaringan komputer dan/atau media elektronik lainnya.

Hukum perlindungan konsumen terkait transaksi jual beli *online* tidak berbeda dengan hukum yang berlaku dalam transaksi jual beli secara nyata. Pembedanya hanya pada penggunaan sarana internet atau sarana telekomunikasi lainnya. Akibatnya transaksi jual beli secara online sulit dilakukan eksekusi atau tindakan nyata apabila terjadi sengketa maupin tindak pidana penipuan. Namun demikian tindakan tersebut masih dapat dikategorikan dalam kelompok kejahatan *illegal contents* dalam kajian penyalahgunaan teknologi informasi berupa *Computer Related Fraud.*[42]

Pembuktian terhadap pelaku tindak pidana KUHAP sebagai dasar untuk membuktikan kejahatan non konvensional tersebut sangat sulit karena keterbatasan alat bukti yang sah menurut Pasal 184 KUHAP, untuk lebih tepatnya membuktikan kesalahan seseorang yang melakukan kejahatan di ranah siber/internet maka undangundang yang bersifat khususlah yang dapat digunakan

[42] Melisa Monica Sumenge, "Penipuan Menggunakan Media Internet Berupa Jual Beli Online", *Lex Crimen,* Edisi 4, Volume 2, 2013, hlm. 107.

untuk membuktikan kesalahan seseorang dalam pembuktian tersebut.

Sitompul[43] menyatakan bawah membuktikan kesalahan seseorang yang melakukan tindak pidana penipuan jual beli *online* yang tepat adalah Pasal dan Pasal UU ITE. sehingga dalam rangka melakukan penegakan hukum sebaiknya menggunakan UU ITE sebagai pelengkap KUHP yang telah ada selama ini. Dapat dipahami bahwa tujuan dari pembuatan peraturan perundangan serta pembuatan kebijakan yang ada pada hakikatnya merupakan bagian integral dari upaya perlindungan masyarakat *(social defence)* dan upaya mencapai kesejahteraan masyarakat *(social welfare).*

Dalam penegakan hukum terdapat materi penting dalam UU ITE yaitu pengakuan terhadap perluasan dari alat bukti yang sah sesuai dengan hukum acara yang berlaku di Indonesia. Informasi maupun dokumen elektronik yang merupakan bagian di dalamnya dapat menjadi alat bukti yang sah sebagaimana dijelaskan dalam Pasal ayat (1) UU ITE.

*Ecommerc*e sangat memberikan kemudahan bagi pelaku jual beli karena tidak terbatas ruang dan waktu. Pasal 30 UU ITE telah mengatur tindak pidana akses illegal, kemudian gangguan terhadap sistem komputer dijelaskan dalam pasal 32. Adapun pasal 3 UU ITE mengatur tindak pidana

[43] *Ibid.*

yang disengaja dan tidak disengaja. ".....dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 27 sampai dengan pasal 34 yang mengakibatkan kerugian orang lain". Pada dasarnya penipuan dilakukan dengan motivasi untuk menguntungkan dirinya sendiri dan merugikan orang lain dengan melakukan penyebaran berita bohong, penyesaan juga dapat disebut sebagai penipuan.

Pasal 378 KUHP mendefinisikan tindak pidana sebagai "Barang siapa dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum dengan memakai nama palsu atau martabat palsu dengan tipu muslihat atau dengan serangkaian kebohongan, menggerakkan orang lain untuk menyerahkan barang sesuatu kepadanya atau supaya memberi hutang ataupun menghapuskan piutang diancam karena penipuan dengan pidana penjara paling lama empat tahun". Namun pada dunia maya, tindak pidana juga dapat dijerat sebagaimana dengan pasal 378 KUHP. Pasal 28 ayat (1) berbunyi "Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik".

Pada kegiatan transaksi elektronik dan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), UU ITE dapat digunakan sebagai payung hukum dan berbagai bentuk transaksi elektronik sekarang dapat dijadikan sebagai alat bukti transaksi elektronik yang sah. UU ITE merupakan upaya pemerintah dalam memberikan perlindungan yang jelas dan berkekuatan hukum tetap terhadap berbagai macam transaksi elektronik ke arah negatif. Meskipun

demikian, keberadaan UU ITE masih memiliki keterbatasan diantaranya terletak pada perbuatan hukum yang hanya digantungkan pada hubungan transaksi elektronik yiatu antara produsen dan konsumen serta dalam lingkup pemberitaan berita bohong dan penyesatan dalam internet.

Pembuktian dimulai pada tahap penyidikan bukan tahap penuntutan maupun persidangan. Dalam hal ini penyidik mencari pemenuhan unsur pidana berdasarkan alatalat bukti yang diatur perundangundangan dan kesesuaian hubungan antara alat bukti dan pemenuhan unsur pidana akan diuji sejak adanya laporan mengenai terjadinya tindak pidana.

D. Hukum Perlindungan Konsumen dan Agama Islam

1. Hukum Perlindungan Konsumen dalam Islam

Berhubungan dengan kebutuhan dan perlindungan konsumen, Islam menggunakan konsep Maqâshid Syarî'ah, dimana konsumen yang hendak menuntut ganti rugi hendaknya memahami jenis pelaku usaha yang berkaitan. Penjelasan UUPK pasal 1 angka 3 disebutkan bahwa "pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian ini adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importer, pedagang, dan distributor". Pelaku usaha adalah pembisnis yang mengkhususkan diri dalam proses membuat produksi, adapun konsumen adalah objek yang dituju dalam proses produksi.[44]

[44] Muhammad, dan Alimin, *Etika & Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, BPFE, Yogykarta, 2004, hlm.4.

Sementara istilah konsumen sebagai definisi yuridis formal yang ditemukan dalam Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya dikenal dengan UUPK pasal (1) angka 2. Subjek yang disebutkan sebagai konsumen dalam UUPK adalah "Konsumen adalah setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang atau jasa". Menurut prinsip-prinsip umum bisnis dalam Islam, maka konsumen diartikan "setiap orang, kelompok atau badan hukum pemakai suatu harta benda atau jasa karena adanya hak yang sah, baik dipakai untuk pemakaian ahir ataupun untuk proses produksi selanjutnya.[45]

Dalam ketentuan UUPK Pasal 27 huruf (e) disebutkan bahwa, Pelaku usaha yang memproduksi barang dibebaskan dari tanggungjawab atas kerugian yang diderita konsumen apabila; lewat jangka waktu penuntutan 4 tahun sejak barang dibeli atau lewatnya jangka waktu yang diperjanjikan. Dalam Islam, segala perbuatan yang dapat merugikan satu pihak tidak dibatasi pertanggungjawabannya dengan adanya jangka waktu. Selama kerugian yang ditimbulkan memang benar disebabkan oleh pihak tersebut, maka pertanggungjawaban tetap ada demi tercapainya asas keseimbangan yang berlaku.

Adapun prinsip-prinsip hukum Islam dalam tanggungjawab pelaku usaha diantaranya mencakup prinsip tauhîd, keadilan (*al'adl), amar ma'rûf nahiy munkar*, prinsip kemerdekaan atau kebebasan *(al-Hurriyah)*,

[45] *Ibid.* hlm. 129.

Prinsip *al-Ta'awwun* (tolong-menolong) dan toleransi.[46] Dari beberapa kewajiban pelaku usaha yang diatur dalam pasal 27 UUPK, dapat disimpulkan bahwasanya pengaruh negatif yang akan timbul dari kewajiban-kewajiban tersebut jika terjadi pelanggaran, hanya mengikutkan dua belah pihak diantara konsumen dan pelaku usaha.

Di dalam etika Islam, tanggung jawab sosial dari bisnis ialah pelaksanaan etika bisnis yang mencakup proses produksi, distribusi barang dan jasa sampai penjagaan kelestarian lingkungan hidup dari ancaman polusi dan sebagainya. Segala bentuk hak baik bagi konsumen maupun pelaku usaha dalam Islam diatur oleh syara'. Dalam hal memproduksi suatu produk baik berupa barang maupun jasa, kehalalan dan kemaslahatan produk sangat diutamakan yang tidak hanya berpengaruh kepada kedua belah pihak diantara konsumen dan pelaku usaha namun juga keterlibatan sosial masyarakat dan agama.

[46] Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah Muamalah*, Kencana Prenada Media Grup, Jakarta, 2012, hlm. 105.

BAB III
PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE* BERDASARKAN UU ITE

A. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi *E-Commerce*

Pemerintah Indonesia melindungi pihak-pihak dalam jual beli baik pihak penjual maupun pihak pembeli melalui KUH Perdata dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Keberadaan KHUPerdata adalah sebagai peraturan pelengkap *(optional law)* karena acuan utama yang digunakan adalah Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa UUPK merupakan *lex specialis* atas kegiatan jual beli.

Transaksi tidak luput dari sebuah perjanjian atau *ijab qabul* karena tanpa *ijab qabul* transaksi jual beli tidak sah, sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 1320 KUHPerdata yang menyatakan bahwa "Suatu perjanjian dapat dikatakan sah menurut hukum apabila memenuhi syarat sah perjanjian yaitu sepakat, kecakapan, hal tertentu dan sebab yang halal". Dengan demikian, ketika penjual dan pembeli telah mencapai kata sepakat maka jual beli dikatakan sah menurut hukum. Kesepakatan inilah yang kemudian menjadi undang-undang bagi pembuatnya, sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdata bahwa "semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya". Pengertian tersebut sejalan dengan definisi jual beli menurut Pasal 1457 yaitu "suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak yang lain untuk membayar

harga yang telah dijanjikan". Atas kesepakatan tersebut maka timbul sebuah hak dan kewajiban antar pihak baik pihak penjual maupun pihak pembeli.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, jual beli banyak dilakukan melalui media elektronik *(e-commerce).* Kegiatan jual beli yang dilakukan secara langsung atau tatap muka jarang dijumpai permasalahan karena berbagai hal terkait jual beli telah dikomunikasikan secara langsung (terbentuk perjanjian lisan) yang jelas dan terbentuk hak dan kewajiban masing-masing pihak dan harus mengacu pada asas keadilan dan keseimbangan. Saat pembeli menyerahkan uang untuk melakukan pembayaran maka kewajiban pembeli telah terselesaikan dan pembeli memiliki hak untuk menerima barang yang sesuai dengan perjanjian. Adapun kewajiban penjual adalah menyerahkan barang tersebut sesuai dengan kondisi yang diperjanjikan. Hal ini sejalan dengan Pasal 1459 KUHPerdata, yang menyatakan "Hak milik atas barang yang dijual tidaklah berpindah tangan kepada si pernbeli selama penyerahannya belum dilakukan". Dengan demikian, jika salah satu pihak tidak memenuhi kewajibannya disebut telah melakukan wanprestasi.

Hak dan kewajiban pihak penjual dan pembeli telah diatur secara jelas dalam UUPK yang merupakan *lex specialist* perlindungan konsumen dalam bertransaksi. Dalam undang-undang ini segala hal yang berkaitan dengan hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha diuraikan secara jelas. Pasal 1 angka 1 UUPK mendefinisikan perlindungan konsumen sebagai "segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen". UUPK merupakan salah satu upaya pemerintah untuk menjamin dan

melindungi hak-hak konsumen secara menyeluruh sehingga konsumen khususnya masyarakat Indonesia dapat melakukan transaksi dengan aman dan nyaman.

Pasal 1 angka 2 UUPK mendefinisikan konsumen sebagai “Setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”. Dalam hal ini yang dimaksud “pemakai” adalah pembeli. Dengan demikian, konsumen yang merasa dirugikan atas transaksi yang dilakukan dapat mengajukan klaim/gugatan terhadap pelaku usaha karena dalam hal ini hubungan kontraktual diperoleh karena adanya hubungan hukum dan karena beberapa hal lain. Misalkan saja jika barang tidak sesuai pesanan, barang cacat dan barang tidak sesuai dengan yang ditawarkan pelaku usaha sebelumnya.

Pasal 1 angka 3 UUPK mendefinisikan pelaku usaha sebagai “Setiap orang perorangan atau badan usaha baik yang bebadan hukum yang didrikan atau berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah RI baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam bidang ekomomi”. Ketika terjadi hubungan kontraktual antara konsumen dengan pelaku usaha maka timbul hak dan kewajiban antar kedua belah pihak.

Kewajiban konsumen menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut:

a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan.
b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan atau jasa
c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati

d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Penelitian ini memfokuskan pada salah satu permasalahan dalam transaksi jual beli yaitu ketika pelaku usaha tidak melakukan kewajibannya (wanprestasi) sehingga hak-hak konsumen tidak terpenuhi. Setelah konsumen memenuhi kewajibannya memang terdapat beberapa hak yang harus didapatkan. Hak konsumen dalam kegiatan jual beli ditunjukkan dalam Pasal 4 UUPK, yaitu:

a. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta dijanjikan.
c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
f. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
g. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian apabila barang dan/jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian dan tidak sebagaimana mestinya.

h. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Tidak diperolehnya hak konsumen menunjukkan telah terjadi wanprestasi dimaana pelaku usaha tidak memenuhi kewajibannya. Pasal 7 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa kewajiban pelaku usaha adalah:

a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
e. Memberi kesemapatan kepada konsumen untuk menguji dan atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.
f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

a. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Transaksi

Undang-Undang Perlindungan Konsumen mendefinisikan hukum perlindungan konsumen sebagai keseluruhan asas dan kaidah hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan berbagai masalahnya dengan para penyedia barang dan/ atau jasa konsumen. Hubungan hukum yang terjadi antara pihak penyedia barang dan/ atau jasa dengan pihak konsumen pada akhirnya melahirkan 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 merumuskkan kewajiban untuk 55 mengikuti peraturan hukum, dan mempertanggungjawabkan kewajiban untuk mengikuti aturan-aturan hukum tersebut. Pada prinsipnya, pelaku usaha dapat dimintai tanggung jawab apabila timbul kerugian konsumen akibat tidak terlaksanya kewajiban hukum pada jenis transaksi dengan berbagai medium.

Perlindungan hukum bagi para pihak pada intinya sama, yaitu adanya peran pemerintah untuk melindungi kepentingan produsen dan konsumen dalam kerangka perdagangan. Peranan pemerintah yang dimaksud di sini mencakup aspek nasional dan internasional. Aritinya, tuntutan adanya kepastian hukum dalam melakukan perikatan harus jelas dari segi aspek hukum nasional melalui

pembentukan peraturan dibidang perlindungan konsumen, maupun aspek hukum internasioanl melalui perjanjian internasional.

Kepentingan para pihak yang berada pada yuridiksi Negara yang berbeda pun tentunya akan menyulitkan untuk menentukan hukum Negara mana yang berlaku karena suatu kebijakan yang mendasari adanya suatu transaski internet harus konsisten dan dapat diberlakukan secara global, mengingat kedudukan para pihak yang tidak berda dalam suatu yuridiksi negara tertentu saja. Sementara itu dari sisi konsumen, diperlukan suatu bentuk perlidungan konsumen yang dapat mengakomodasi berbagai hak yang dimiliki konsumen.

Kerangka mendasari adanya prinsip tanggung jawab pelaku uasah lebih mendapat penekanan dalam penelitian ini karena terkait dengan kedudukan hukum 56 yang lemah dari pihak konsumen. Sesungguhnya perikatan yang terkaji di antara para pihak merupakan wujud dari ketentuan yang tercantum dalam Pasal 1233 Jo. Pasal 1234 KUHPerdata, yaitu tiap-tiap perikatan lahir karena adanya persetujuan atau undang-undang, dan setiap perikatan adalah untuk memberikan sesuatu, untuk berbuat sesautu, atau tidak berbuat sesuatu.

Perikatan dalam suatu transaski menimbulkan sauatu janji bahwa satu pihak berjanji untuk melakukan sesuatu hal, sedangkan pihak lain berjak menuntut pelaksanaan janji itu. Hal ini perlu ditekankan karena apabila salah satu pihak yang telah menyepakati isi perjanjian kemungkinan tidak memtuhinya, pihak tersebut dapat dikatakan wanprestasi. Untuk memahami konsep tanggung jawab dijalankan oleh para pelaku usaha dalam permasalah yang dihadapi konsumen, tanggung jawab tersebut dibagi menjadi tiga bagian, yaitu sebagai berikut:

1. Tanggung Jawab atas Informasi

Pemikiran menganai hak kosumen atas informasi diawali pasa era globalisasi, yaitu ketika sekat dan batas antarabangsa telah kabur. Informasia telah menajdi komoditas yang diperhitungkan konsumen karena sering menjadi korban akobat tidak bersika kritis serta tidak mempertanyakan keberadaan suatu informasi mengeani barang dan/ atau jasa yang dikonsumsi, padahal lengako atau tidaknya informasi ikut menentukan keputusan untuk membeli atau tidak membeli suatu produk.

Pihak pelaku usaha harus dapat memberikan informasi yang memadai dan jelas bagi komsumean dalam memilih barang. Menurut Howard Beales et. Al, standar umum menganai informasi yang harus diberitahukan kepada konsumen adalah mengenai harga, kualitas, dan keteranga-keterangan lain yang dapat membantu konsumen dalam memutuskan untuk membeli barang sesuai dengan kebutuhan dan kualitas barang.

Pada gilirannya hal tersebut dapat membantu produsen untuk menetapkan bentuk atau standar produk yang ditawarkan kepada konsumen. Tentunya di sini prinsip ceaveat venditor memegang paranan penting di mana pelaku usaha harus dapat memberikan perlindungan kepada konsumen dari produk-produk yang tidak aman (unsafe product). Jadi, pelaku usaha harus berhati-hati terhadap keluaran produk yang bersar dari produk industry yang dihasilkannya. Intinya yang paling penting adalah informasi harus terbebas dari manipulasi data.

Sejalan dengan tujuan perlindungan konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 3 butir d, yaitu "menciptakan system perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan infomasi"

2. Tanggung Jawab Hukum Atas Produk (*Product Liability*)

Dalam hal tidak terdapat hubungan perjanjian (*non privity of contract*) antara pelaku unsaha dengan konsumen, tanggung jawab pelaku usaha didasarkan pada *product liability* atau pertanggung jawaban produk. *Product Liability* adalah tanggung jawab perdata secara langsung (*strict liability*) dari pelaku uasaha atas kerugian yang dialami kemsumen akibat menggunakan produk yang dihasilkannya. Ketentuan ini terdapat dalam Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan pelaku usaha bertanggung jawab memberikan rugi atas:

a. Kerusakan;
b. Pencemaran; dan/atau
c. Kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang yang dihasilkan atau diperdagangkan.

Selain *product liability* yang merupakan pertanggung jawaban lansung, terdapat tortious liability dalam pertanggungajawaban produk product liability, yaitu tanggung jawab yang didasarkan pada perbuatan-perbuatan melawan hukum. Unsurunsur tortious liability dalam pertanggung jawaban produk ini adalah:

a. Unsur perbuatan melawan hukum;
b. Unsur kesalahan;
c. Unsur kerugian dan
d. Unsur hubungan kausal antara perbauatan melawan hukum dengan kerugian yang timbul.

Dalam hal pembuktian, pembuktian unsur kesalahan bukan merupakan beban konsumen lagi, tetapi justru merupakan beban yang harus ditanggung oleh pihak pelaku usaha untuk membuktikan ia tidak bersalah. Hal ini diatur dalam Pasal 28 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan pembuktian terhadap ada atau tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi dalam Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang berupa kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen merupakan tanggung jawab konsumen.

3. Tanggung jawab atas keamanan

Jaringan transaksi secara elektronik harus mempunyai kemapuan untuk menjamin keamanan dan keandalan arus informasi. Para pihak yang terlibat dalam transaki harus mempunyai kepercayaan yang tinggi terhadap infrastruktur jaringan yang digunakan. Tentu saja pihak pelaku usaha perlu menyediakan jaringan system yang cukup memadai untuk mengontrol keamanan transaksi. Suatu transaksi bisnis memerlukan kepercayaan. Konsumen akan memilih melakukan transaksi dengan penjual yang mereka percaya karena menyangkut uang yang berikan. Transaksi bisnis yang tidak secara *face to face*, selain harus berdasarkan kepercayaan juga tergantung dari

komunikasi yang menjadikannya penting untuk deketahui konsumen bahwa pesan telah dikirim dan diterima oleh dan/ atau hanya kepada alamat yang benar tanpa kesalahan. Bagi penjual, tindakan ini juga penting untuk menajaga ini pesan gara tetap rahasia dan menghindari saingan dagangnya yang dapat saja mencampuri data tersebut.

Sementara itu, perlindungan terhadap keamanan sebuah system computer harus dilakukan. Hal tersebut untuk menyikapi keinginan konsumen untuk bertransaksi secara aman. Pengamanan dalam bertransaksi meliputi system kemanan komunikasi, keamanan komputer, keamanan dari segi fisik, keamanan individu yang terlibat, kemanan secara administratif, dan keamanan media yang digunakan.

Keamanan yang diberikan bertujuan untuk mencegah ancaman yang mungkin timbul sebelum benar-benar terealisasi, meminimalkan kemungkinan terjadinya ancaman tersebut, dan mengurangi akibat yang akan timbul setalah ancaman tersebut terealisasi.

Jadi, system keamanan yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan jenis *business to consumer* dalam *E-Commerce* adalah adanya mekanisme yang aman bagi cara pembayaran yang dilakukan konsumen pada suatu website.

b. Prinsip-prinsip Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Konsep tanggung jawab hukum merupakan bagian dari konsep kewajiban hukum. Prinsip tentang tanggung jawab merupakan bagian yang sangat penting

dalam hukum perlindungan konsumen. Dalam kasus-kasus pelanggran hak konsumen, diperlukan kehati-hatian dalam menganalisis siapa yang harus bertanggung jawab dan sebarapa jauh suatu tanggung jawab dapat dibebankan kepada pihak-pihak terkait.

Berikut prinsip-prinsip umum tanggung jawab pelaku usaha dalam hukum yang dalam praktik dapat dibedakan yang salah satunya dengan prinsip tanggng jawab bedasakan unsur kesalahan (*fault liability/liability based on fault*).

Prinsip ini menyatakan bahwa seseorang dapat dimintai pertanggung jawabannya secara hukum jika ada unsur kesalahan yang dilakukannya. Bila pihak penggugat gagal membuktikan adanya unsur kesalahan di pihak tergugat, gugatannya gagal. Padahal bagi konsumen (sebagai korban) pada umumnya awam terhadap proses dalam suatu industri, apabila menggunakan ternologi yang canggih. Jadi, bisa dikatakan akan mustahil untuk mampu membuktikan secara tepat di mana letaknya kesalahan yang menyebabkan “cacat barang dan/ atau jasa” tesebut. Prinsip ini terkait erat dengan hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha yang mendasarkan pada kontrak bukan merupakan syarat.

Di Indonesia, prinsp ini tergambar dalam beberapa ketentuan di KUHPerdata, yaitu Pasal 1365, Pasal 1366, dan Pasal 1367 KUHPerdata. Pasal 1365 KUHPerdata mengharuskan terpenuhinya empat unsur pokok untuk dapat dimintai pertanggung jawaban hukum dalam perbuatan melawan hukum, yaitu adanya perbuatan, adanya usnur kelalaian, adanya kerugian yang diderita, dan adanya hubungan kausalitas anatar kesalahan dan kerugian.

Pengertian perbuatan melawan hukum ini dapat dilihat dalam suatu yurisprudensi yang memberikan pengertian memperluas dari arti sempit sebelumnya. Perbuatan melawan hukum dalam arti sempit merupakan suatu perbuatan yang bertentangan dengan hak orang lain dan/atau bertentangan dengan kewajiban hukum sendiri yang ditentukan oleh undang-undang. Artinya, perbutan yang tidak diatur dalam undang-undang walupun merugikan pihak lain bukan meurapakan perbuatan melawan hukum. Oleh karena itu, tidak mungkin pihak pelaku usaha dimintai pertanggungjawabannya.

Kerena tidak sesuai denga perkembangan zaman maka sejak tanggal 31 Januari 1919, yurisprudensi dalam Arrset Hoga Raad kasus Cohen-Lindenbaum memperluas pengertian perbuatan melawan hukum, yaitu perbutan melawan diartikan sebagai suatu perbuatan atau kealpaan yang bertentangan dengan hak orang lain, atau bertentangan dengan kewajiban hukum si pelaku, atau bertentangan dengan kesusilaan dan keharusan yang harus diindahkan dalam pergaulan hidup terhadap orang lain atau benda. Jadi, terdapat empat usnur mengapa suatu perbuatan dikategorikan ke dalam perbuatan melawan hukum, yaitu:

a) Pebuatan tersebut bertentangan dengan hak orang lain.
b) Bertentangan dengan kewajiban hukum sendiri
c) Bertentangan dengen kesusilaan; dan
d) Bertentangan dengan keharusan yang harus diindahkan dalam dikatakan masyarat mengenai orang lain atau benda.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat diketahui bahwa dalam melakukan transaksi konsumen memiliki berbagai hak sehingga dalam hal ini pelaku usaha harus berupaya memenuhi seluruh hak tersebut dengan melaksanakan kewajibannya sebagai pelaku usaha.

Seiring dengan perkembangan teknologi, transaksi perdagangan kini dilakukan secara elektronik melalui media *online* yang sering disebut dengan transaksi *e-commerce.* Dalam perdagangan elektronik ini seluruh transaksi dilakukan melalui media elektronik sehingga sama sekali tidak melakukan pertemuan secara langsung. Proses jual beli secara elektronik ini dapat dilakukan secara cepat, efektif dan efisien karena pembayarannyapun dilakukan melalui transfer bank.

Jual beli melalui media elektronik sejalan dengan isi Pasal 46 ayat (2) PP PSTE menganggap kontrak elektronik telah sah karena telah memenuhi beberapa unsur yaitu terdapat kesepakatan para pihak, dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, terdapat hal tertentu dan objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum. Dengan demikian, pembeli dapat menggunakan instrumen UU ITE dan/atau PP PSTE sebagai dasar hukum dalam menyelesaikan permasalahan transaksi melalui *ecommerce.*

Dalam transaksi *ecommerce,* penjual berada pada pihak yang aman karena biasanya penjual menyerahkan barang setelah pembeli melakukan pembayaran

sedangkan pembeli menjadi pihak yang pasif karena sulit menuntut haknya dan perjanjian baku pada umumnya bersifat sepihak untuk penjual. Dalam kondisi seperti ini penjual atau pelaku usaha berkewajiban melindungi konsumen atas kerugian konsumen. Berdasarkan observasi peneliti, beberapa kerugian konsumen yang seringkali terjadi antara lain:

a. Konsumen tidak menerima barang sama sekali.
b. Konsumen menerima barang yang tidak sesuai dengan pesanan.
c. Kualitas atau kuantitas barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian.

Beberapa kasus di atas menunjukkan sebuah wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha terhadap konsumen. Pasal 12 ayat (3) UU ITE menegaskan bahwa "setiap orang yang melakukan pelanggaran ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), bertanggung jawab atas segala kerugian dan konsekuensi hukum yang timbul". Artinya, setiap orang harus bertanggung jawab atas segala kerugian yang timbul akibat pelanggaran yang dilakukan terhadap pemberian pengamanan atas transaksi tersebut. Tanggung jawab tersebut adalah berupa ganti kerugian. Hal tersebut ditegaskan dalam Pasal 19 ayat (2) yang menyatakan bahwa "ganti rugi sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/jasa pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku".

Pengiriman barang yang tidak sesuai dengan pesanan merupakan salah satu pelanggaran terhadap hak-hak konsumen. Sebagai penjual seharusnya wajib untuk memenuhi kewajibannya dengan memenuhi hak konsumen sebagaimana yang diperjanjikan. Demikian juga jika penjual tidak menyerahkan barang setelah

pembeli melakukan pembayaran. Ini merupakan bentuk pelanggaran terhadap hak-hak konsumen dimana penjual melalaikan haknya untuk memenuhi hak-hak konsumen sehingga dalam hal ini pelaku usaha melanggar Pasal 4 UUPK.

B. Upaya Penyelesaian Hukum Apabila Terjadi Wanprestasi Dalam Transaksi *E-Commerce*

Menurut Pasal 1243 KUH Perdata, wanprestasi ialah penggantian biaya, rugi dan bunga karena tidak dipenuhinya suatu perikatan, barulah mulai diwajibkan, apabila si berutang, setelah dinyatakan lalai memenuhi perikatannya, tetap melalaikannya, atau jika sesuatu yang harus diberikan atau dibuatnya, hanya dapat diberikan atau dibuatnya, hanya dapat diberikan atau dibuat dalam tenggang waktu yang telah dilampaukannya. Abdul Kadir Muhammad, mengatakan bahwa wanprestasi terjadi dikarenakan adanya keadaan memaksa (*overmach / force mejeur*) dan juga karena kesalahan debitur, baik karena kesengajaan maupun lalai. *Overmach* adalah suatu keadaan atau kejadian yang tidak dapat diduga-duga terjadinya, sehingga menghalangi seorang debitur untuk melakukan prestasinya sebelum ia lalai untuk apa dan keadaan mana tidak dapat dipersalahkan kepadanya.

Akibat hukum dalam terjadinya wanprestasi disebutkan dalan padal 1365 KUH Perdata yang menyebutkan bahwa tiap perbuatan melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut. Akibat dari Wanprestasi dapat dibagi menjadi tiga yaitu membayar atas kerugian, pembatalan perjanjian dan peralihan resiko. Jika salah satu pihak melanggar atau melakukan suatu

wanprestasi pada transaksi online tersebut maka dapat ditempuh dengan jalur hukum sesuai dengan yang diatur dalam padal 36 dan juga pasal 39 Undang – Undang Informasi dan Transaksi Elektroniik tentang penyelesaian sengketa. Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata gugatan perdata dibedakan menjadi dua yaitu gugatan wanprestasi pada ketentuan Buku III Pasal 1243 Kitab UndangUndang Hukum Perdata. Dan gugatan perbuatan melawan hukum pada Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Menurut undang-undang ada 2 cara untuk solusi jika terjadi wanprestasi dalam kegiatan jual beli secara online yaiu litigasi dan non litigasi. Wanprestasi yang terjadi dalam transaksi kegiatan jual beli online pada umumnya dilakukan oleh penjual. Dalam hal terjadinya wanprestasi tersebut, penjual wajib melakukan kewajiban ganti rugi terhadap kerugian yang diderita oleh pembeli. Apabila penjual tidak bertanggungjawab terhadap perbuatan wanprestasinya tersebut maka pembeli dapat menempuh jalur hukum dengan mengajukan gugatan terhadap penjual sesuai yang diatur dalam Pasal 38 dan 39 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik tentang penyelesaian sengketa.

Perjanjian jual beli dapat dilakukan secara baik ketika pembeli dan penjual telah memenuhi hak dan kewajibannya sesuai dengan perjanjian, dan mencapai hasil masing-masing tanpa merugikan kepentingan salah satu pihak. Tetapi dalam kenyataannya walaupun telah diatur menurut undang-undang terkait dengan hak dan kewajiban para pihak penjual dan pembeli, tidak menutup kemungkinan dalam pelaksanaan kegiatan jual beli secara online tidak terus menurus berjalan dengan baik. Hal tersebut dapat terjadi ketika muncul suatu perilaku atau

perbuatan dari salah satu pihak penjual dan pembeli yang melanggar peraturan yang berlaku sehingga terjadi hal-hal yang tidak diinginkan seperti penipuan dan juga wanprestasi.

Peristiwa terjadinya wanprestasi dalam kegiatan jual beli secara *online* atau transaksi melalui media elektronik sangat mudah terjadi, hal ini dikarenakan pembeli tidak tahu identitas serta informasi dari penjual, tidak mengetahui barangbarang yang dijual benar adanya atau tidak, barang yang dijual dalam keadaan yang layak atau tidak, foto pada situs sosial media sesuai atau tidak dengan barang aslinya. Jika barang-barang tidak sesuai dengan foto yang tertera dapat mengakibatkan kerugian materil bagi pembeli. Begitu sebaliknya dengan penjual, penjual tidak tahu apakah seorang pembeli benar-benar ingin membeli barang tersebut atau hanya main-main saja, kontak dan informasi yang diberikan oleh pembeli merupakan kontak asli atau palsu (buatan). Mungkin bagi pembeli ini sebuah kesenangan tetapi bagi para penjual ini sangat membingungkan dan merugikan.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dalam Pasal 45 menegaskan dua cara menyelesaikan sengketa konsumen, yaitu melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha di peradilan umum dan melalui pengadilan atau diluar pengadilan sesuai pilihan sukarela dengan melakukan upaya perdamaian.

a. Jalur luar pengadilan

Dalam penyelesaian wanprestasi transaksi e-commerce dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu konsultasi, negoisasi, mediasi, konsiliasi, dan

penilaian ahli. Lazimnya, penyelesaian masalah dilakukan melalui musyawarah. Musyawarah tersebut merupakan cara damai di luar upaya hukum yang ditegaskan dalam Pasal 45 ayat 2 UUPK. Berkaitan dengan kasus pengiriman barang yang tidak sesuai dengan pesanan telah diatur dalam Pasal 7 huruf g UUPK dimana penjual wajib memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian. Pasal 48 ayat (3) PP PSTE menyatakan:

"Pelaku usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan kontrak atau terdapat cacat tersembunyi".

Sebagian besar bahkan hampir seluruh konsumen yang mengalami penipuan dalam bentuk barang yang dikirimkan tidak sesuai dengan perjanjian memilih menyelesaikan permasalahan ini secara damai meskipun haknya sebagai konsumen telah hilang, tidak mendapatkan ganti rugi sebagaimana seharusnya bahkan tidak mendapatkan respon penjual sama sekali setelah mereka menyampaikan keluhannya kepada pihak *marketplace.* [47] Jika semua tahap luar pengadilan telah dilakukan, namun belum menemukan kesepakatan di antara dua belah pihak, upaya penyelesaian terakhir ialah melaui jalur pengadilan.

b. Jalur pengadilan

Jika tidak ada itikad baik dari penjual maka konsumen dapat menggugat penjual secara perdata dengan gugatan terjadinya wanpretasi atas transaksi jual

[47] Desy Ary Setyawati, Dahlan dan M. Nur Rasyid. 2017. Perlindungan Bagi Hak Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha dalam Perjanjian Transaksi Elektronik. *Syiah Kuala Law Journal,* Volume 1(3): 33-51.

beli yang dilakukan. Wanprestasi menurut hukum perjanjian adalah ketika salah satu pihak tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukannya; melaksanakan apa yang dijanjikannya, tetapi tidak sebagaimana dijanjikan; melakukan apa yang dijanjikannya tetapi terlambat; dan melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya. Terpenuhinya salah satu ketentuan tersebut maka pembeli secara perdata dapat menggugat penjual karena telah melakukan wanprestasi.

Bentuk-bentuk daripada wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha atau penjual dalam transaksi melalui e-commerce antara lain:

1. Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukan Dalam transaksi ecommerce, penjual mempunyai kewajiban untuk menyerahkan barang yang dijual kepada pembeli dan kewajiban untuk menanggung kenikmatan tenteram dan menanggung cacat-cacat tersembunyi. Jika penjual tidak melaksanakan kewajibannya tersebut, maka penjual dapat dikatakan wanprestasi.
2. Melaksanakan apa yang dijanjikan, tetapi tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan Pada bentuk ini penjual benar telah menyerahkan barang yang dijual belikan tetapi tidak sebagaimana yang dijanjikan.
3. Melaksanakan apa yang dijanjikan tetapi terlambat Maksudnya jika barang pesanan datang terlambat tapi tetap dapat dipergunakan maka hal ini dapat digolongkan sebagai prestasi yang terlambat, jika prestasinya tidak dapat dipergunakan lagi maka digolongkan sebagai tidak melaksanakan apa yang telah diperjanjikan, yakni seperti pada bentuk yang pertama.

4. Melaksanakan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya Untuk wanprestasi yang terakhir ini, contohnya penjual yang berkewajiban untuk tidak menyebarkan kepada umum identitas dan data diri dari pembeli, tetapi ternyata penjual melakukannya.

C. Transaksi *E-Commerce:* Proses Transaksi Jual Beli Melalui Shopee dan Kaitannya dengan UUPK

a. Penawaran oleh pelaku usaha

Pada tahap pra transaksi, informasi yang diberikan pelaku usaha memegang peranan penting dan akan menentukan ada tidaknya kerugian yang akan dialami oleh konsumen sehingga dalam hal ini informasi yan diberikan oleh pelaku usaha harus benar, jelas, jujur dan tidak menyesatkan. Hal ini secara jelas diatur dalam Pasal 4 – Pasal 7 UU ITE. Adapun informasi tentang kewajiban pemberian informasi yang benar dan jujur diatur dalam Pasal 9 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 Tantang Informasi dan Transaksi Elektronik yang berbunyi:

"Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen dan produk yang ditawarkan".

Pasal 9 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik memperjelas dan memperinci terkait kewajiban pemberian informasi oleh pelaku usaha seperti yang tercantum dalam

Pasal 48 Peraturan Pemerintah Nomor 71 tahun 2019 Tantang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PTSE):

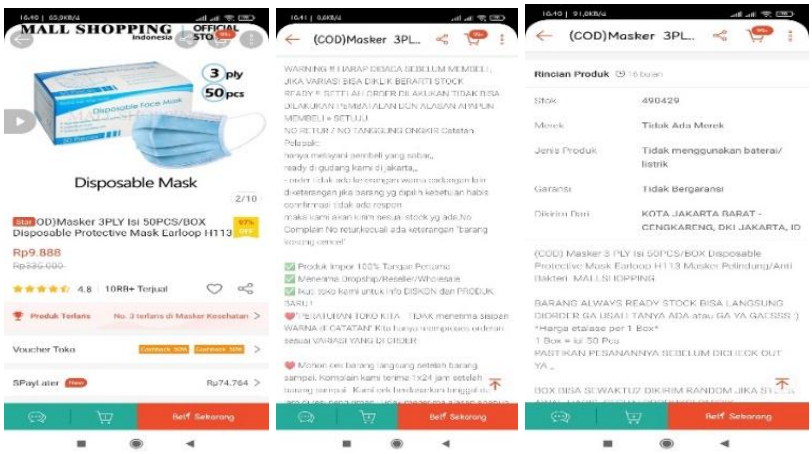
1. Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem dan Transasksi Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen dan produk yang ditawarkan.
2. Pelaku usaha wajib memberikan kejelasan informasi tentang penawaran kontrak atau iklan.
3. Pelaku usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen dan/atau penerima kontrak untuk mengembalikan barang yang dikirim dan/atau jasa yang disediakan apabila tidak sesuai dengan kontrak atau terdapat cacat tersembunyi.
4. Pelaku usaha wajib menyampaikan informasi mengenai barang yang telah dikirim dan/atau jasa yang disediakan.
5. Pelaku usaha tidak dapat membebani konsumen mengenai kewajiban membayar barang yang dikirim dan/atau jasa yang disediakan tanpa dasar kontrak.

Ketentuan ini merupakan peraturan pelaksana dari Undang-Undnag No. 19 Tahun 206 tentang Perubahan Atas Undang-Undnag No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan juga merupakan perubahan dari Peraturan Pemerintah No. 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PSTE) yang sebelumnya berlaku.

b. Tahap pencarian informasi oleh konsumen

Pada tahap pertama tentunya pembeli melihat produk yang ditawarkan oleh penjual dengan dilengkapi harga, identitas produk serta keterangan lain terkait produk tersebut. Informasi ini hedaknya dijelaskan sesuai dengan kenyataan yang ada tanpa menambah atau mengurangi kebenaran informasi tersebut. Karena berbagai hal informasi tersebut merupakan pemenuhan hak konsumen dan kewajiban bagi penjual atau pelaku usaha. Jika penjual memberikan gambar atau informasi yang tidak sesuai dengan kondisi barang tersebut ini berarti penjual tersebut tidak memenuhi kewajibannya dan melanggar Pasal 7 UUPK terutama poin a dan b tentang tidak ada itikad baik dalam berusaha dan tidak memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai barang yang diperjualbelikan.

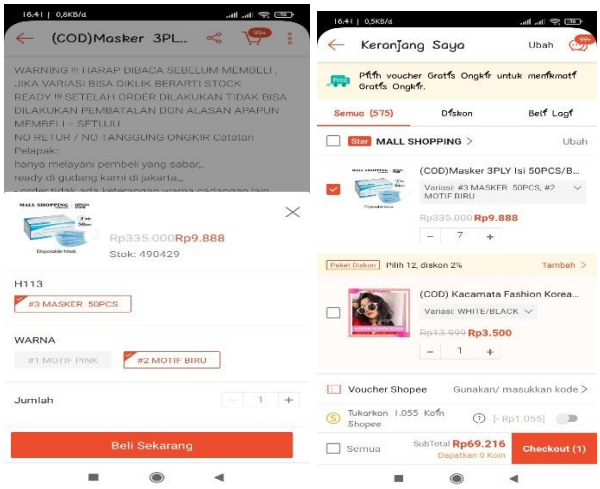
Berikut ini merupakan salah satu proses pembelian melalui *ecommerce* Shopee:



Gambar 3.3. Penawaran Salah Satu Pelaku Usaha
Sumber: Shopee.co.id (2021)

c. Proses Pembelian

Setelah konsumen yakin terhadap produk yang dibeli karena informasi yang diberikan oleh penjual maka konsumen tersebut memproses pembelian. Konsumen melakukan *"Checkout"* maka akad jual beli menjadi sah dan memenuhi hukum perjanjian. Biasanya kerangan produk ditulis penjual dalam deskripsi produk. Berikut ini merupakan gambar proses *checkout* pada aplikasi Shopee



Gambar 3.4 Checkout
Sumber: Shopee.co.id (2021)

d. Pembayaran

Setelah melakukan pembelian konsumen berkewajiban membayar pesanan tersebut sesuai dengan jumlah tertera. Pembayaran dapat dilakukukan dalam waktu 1 x 24 jam. Apabila dalam waktu tersebut pesanan belum dikirimkan maka akan dibatalkan secara otomatis oleh sistem. Pada tahap ini, hak konsumen telah dilakukan yaitu melakukan pembayaran atas pesanan yang dilakukan.

Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menjelaskan beberapa hak konsumen diantaranya adalah hak atas kenyamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa, hak untuk memilih barang dan atau jasa serta mendapatkan barang dan atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan, hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut, hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen, hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, hak untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya dan hak-hak yang diatur dalam ketentuaan peraturan perundang-undangan lainnya.

e. Pengiriman barang

Setelah konsumen memenuhi kewajibannya yaitu membayar pesanan maka kewajiban penjual adalah memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif dengan menyiapkan pesanan sesuai dengan perjanjian dan megirimkan sesuai dengan waktu yang ditentukan. Hal ini termuat dalam Pasal 7 UUPK.

Barang yang sudah dibayar oleh konsumen wajib dikirimkan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

Pasal 7 diatur kewajiban pelaku usaha, yaitu untuk beritikat baik dalam melakukan kegiatan usahanya, memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan perbaikan dan pemeliharaan, memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku, memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan, memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan dan memberi kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

f. Barang diterima konsumen

Barang yang dipesan akan dikirmkan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Dalam hal ini jika ternyata barang yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan yang ditawarkan atau yang diperjanjikan maka konsumen dapat melakukan komplain kepada penjual secara langsung. Penjual seharusnya memberikan ganti kerugian atau

penggantian barang jika memang itu adalah kesalahan penjual. Namun jika ternyata pembeli yang tidak teliti membaca informasi maka komplain yang dilakukan oleh konsumen tidak dapat diterima karena syarat dan ketentuan telah dituliskan secara jelas oleh penjual atau pelaku usaha.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Dalam transaksi jual beli secara fisik, perlindungan hukum bagi konsumen di Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Namun dalam transaksi perdagangan melalui media elektronik atau lazim disebut *E-commerce* menyisakan berbagai permasalahan yang belum ada pengaturannya, sehingga masih perlu dilakukan pembaharuan agar sesuai dengan perkembangan zaman saat ini.
2. Upaya penyelesaian hukum apabila terjadi wanprestasi pada transaksi *e-commerce* dapat dilakukan melalui beberapa cara, yaitu konsultasi, negosiasi, mediasi, konsiliasi, dan penilaian ahli. Lazimnya, masyarakat menggunakan musyawarah dalam menyelesaikan masalah. Musyawarah merupakan cara damai di luar upaya hukum yang ditegaskan dalam Pasal 45 ayat 2 UUPK. Jika permasalahan tidak dapat diselesaikan dengan baik, maka pelaku usaha tersebut dapat dipidana karena melakukan penipuan dengan memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan yang diinformasikan.

B. Saran

Berdasarkan temuan di atas, saran yang diberikan oleh peneliti adalah sebaiknya konsumen lebih teliti, selektif dan hati-hati dalam melakukan transaksi *e*-commerce. Selain itu, sebaiknya pemerintah melakukan sosialisasi Undang-undang No. 19 Tahun 2016 yang merupakan perubahan atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik serta Peraturan Pemerintah No. 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PSTE) sehingga masyarakat memahami dan penipuan dalam transaksi elektronik dapat terhindari.

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

Acep Rohendi, "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi *E-Commerce* Perspektif Hukum Nasional dan Internasional", *Ecodemica,* Edisi 2 Vol. 3, 2015.

Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT Raja Grafindo, Jakarta, 2015.

Aswan, *Seni Belajar Hukum (Suatu Pengantar Ilmu Hukum),* Guepedia, Jakarta, 2019.

Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan Kelima. Sinar Grafika, Jakarta, 2016.

Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Transmedia Pustaka, Jakarta, 2008.

Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah Muamalah*, Kencana Prenada Media Grup, Jakarta, 2012.

Melisa Monica Sumenge, "Penipuan Menggunakan Media Internet Berupa Jual Beli Online", *Lex Crimen,* Edisi 4, Volume 2, 2013.

Muhammad, dan Alimin, *Etika & Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, BPFE, Yogykarta, 2004.

Mukti Fajar ND dan Yulianto Achmad, *Dualisme Peneltiian Hukum Normatif dan Hukum Empiris,* Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2010.

Romindo dkk, *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*, Yayasan Kita Menulis, Jakarta, 2019.

Salim H.S. dan Erlies Septiana Nurbaini, *Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Tesis dan Disertasi*, Rajawali Press, Jakarta, 2017.

Satria Nur Fauzi dan Lushiana Primasari, "Tindak Pidana Penipuan dalam Transaksi di Situs Jual Beli *Online (E-Commerce*)". *Recidive.* Edisi 3 Volume 7, 2020.

Siti Maryama, "Penerapan E-Commerce dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha", *Liquidity,* Edisi 1, Volume 2, 2013.

Suyanto, *Hapusnya Hak atas Tanah Akibat Penitipan Ganti Kerugian Pengaadaan Tanah untuk Kepentingan Umum,* CV. Jakad Publishing, Surabaya, 2020.

Tim Buku Pedoman Penulisan Tugas Akhir Program Studi S-1 Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, *Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa*, 2020.

B. JURNAL

Abdul Halim Barkatullah, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Lintas Negara di Indonesia, Disertasi (dipublikasikan)* terdapat dalam diakses dari https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/9394 diakses tanggal 27 November 2020 pukul 09:21 WIB.

I Putu Erick Sanjaya Putra, I Nyoman Putu Budiartha dan Ni Made Sukaryati Karma, "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Jual Beli Barang Melalui E-Commerce", *Jurnal Analogi Hukum*, Edisi 2 Volume 1, 2019.

Sudaryono, Efana Rahwanto dan Ratna Komala, "E-Commerce Dorong Perekonomian Indonesia, Selama Pandemi Covid 19 Sebagai Entrepreneur Modern dan Pengaruhnya Terhadap Bisnis Offline", *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JUMANIS).* Edisi 1 Vol. 2, 2020.

Yenny Sugiarti, Yenny Sari dan Mochammad Arbi Hadiyat, "Peranan E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sambal di Jawa Timur", *Jurnal Kumawula,* Edisi 2, Volume 2, 2020.

Yudha Sri Wulandari. “Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce”. *Ajudikasi.* Edisi 2 Volume 2, Fakultas Hukum Universitas Serang Raya, 2018, hlm. 210.

C. WEBSITE

BPKN, *Kajian Perlindungan Konsumen E-Commerce Di Indonesia* terdapat dalam https://bpkn.go.id/uploads/document/42b7fdf350d4fb748684579a4629ee6798b6971d.pdf diakses tanggal 26 November 2020 pukul 23:01 WIB.

Fahmi Ahmad Burhan, *Mayoritas Aduan Konsumen E-Commerce soal Penipuan dan Peretasan Akun*, terdapat dalam https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5f97be1c17ad7/mayoritas-aduan-konsumen-e-commerce-soal-penipuan-dan-peretasan-akun diakses tanggal 26 November 2020 pukul 21: 56 WIB.

Fikri**,** *Hati-hati, Tingkat Penipuan Belanja Online Meningkat Selama Pandemi***,** terdapat dalam https://www.suara.com/lifestyle/2020/10/28/233500/hati-hati-tingkat-penipuan-belanja-online-meningkat-selama-pandemi?page=2 diakses tanggal 25 November 2020 pukul 13:02 WIB.

Kominfo, *Sistem e-Commerce dan Perlindungan Konsumen*, terdapat dalam https://aptika.kominfo.go.id/2017/06/sistem-e-commerce-dan-perlindungan-konsumen/ diakses pada tanggal 26 November 2020 pukul 09:08 WIB.

M. Reza Sulaiman dan Luthfi Khairul Fikri**,** *Hati-hati, Tingkat Penipuan Belanja Online Meningkat Selama Pandemi*, terdapat pada https://www.suara.com/lifestyle/2020/10/28/233500/hati-hati-tingkat-penipuan-belanja-online-meningkat-selama-pandemi?page=2 diakses tanggal 25 November 2020 pukul 13:02 WIB.

Pipit Ika Ramadhani, *Bareskrim Catat 1.617 Kasus Penipuan Online di 2019, Terbanyak di Instagram,* terdapat pada https://www.merdeka.com/uang/bareskrim-catat-1617-kasus-penipuan-online-di-2019-terbanyak-di-instagram.html diakses tanggal 26 November 2020 pukul 09:31 WIB.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS HUKUM
Gedung Fakultas Hukum
Universitas Islam Indonesia
Jl.Kaliurangkm 14,5 Yogyakarta55584
T. (0274)7070222
E. fh@uii.ac.id
W.law.uii.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI

No. : 341/Perpus/20/H/XI/2022

Bismillaahhirrahmaanirrahaim

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: **Joko Santosa, A.Md.**
NIK	: **961002136**
Jabatan	: **Staf Perpustakaan Referensi Fakultas Hukum UII**

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama	: Muhamad Juan Athaya
No Mahasiswa	: 17410185
Fakultas/Prodi	: Hukum
Judul karya ilmiah	: PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE PADA SAAT PANDEMI COVID-19

Karya ilmiah yang bersangkutan di atas telah melalui proses uji deteksi plagiasi dengan hasil **20**.%

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 15 November 2022 M
20 Rabi'ul Tsani 1444 H

Perpustakaan Referensi FH UII

Joko Santosa, A.Md.