

**PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM PERDAGANGAN
ELEKTRONIK (E-COMMERCE)**

Afrineldi

Program Magister Hukum Universitas Jayabaya Jakarta

afrinaldi@gmail.com

ABSTRAK

Dalam Hukum Perlindungan Konsumen, bukan hanya pihak konsumen saja yang berhubungan dengan masalah perlindungan konsumen itu. Pihak lain yang juga berhubungan dengan masalah perlindungan konsumen adalah pihak pelaku usaha. Pelaku usaha di dalam menjalankan aktivitasnya membutuhkan konsumen, sebagaimana konsumen juga membutuhkan pelaku usaha. Permasalahannya adalah perlindungan konsumen dalam perdagangan elektronik (*e-commerce*). Metode yang digunakan adalah yuridis normatif (hukum normatif). Kesimpulannya adalah perlindungan hukum dalam perdagangan elektronik (*e-commerce*), harus memuat tanggung jawab dan prinsip di dalam perlindungan hukum khususnya perlindungan konsumen. Perlindungan konsumen secara garis besar dapat ditempuh dua model kebijakan. Pertama, kebijakan yang bersifat komplementer, yaitu kewajiban yang mewajibkan pelaku usaha memberikan informasi yang memadai kepada konsumen (hak atas informasi). Kedua, kebijakan kompensatoris, yaitu kebijakan yang berisikan perlindungan terhadap kepentingan ekonomi konsumen (hak atas keamanan dan kesehatan). Prinsip tentang tanggung jawab merupakan perihal yang sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen.

Kata Kunci: perlindungan konsumen, perdagangan elektronik, yuridis normative

ABSTRACT

In the Consumer Protection Law, it is not only the consumer who deals with the issue of consumer protection. Other parties who are also related to the issue of consumer protection are business actors. Business actors in carrying out their activities need consumers, just as consumers also need business actors. The problem is consumer protection in electronic commerce (e-commerce). The method used is normative juridical (normative law). The conclusion is that legal protection in electronic commerce (e-commerce), must contain responsibilities and principles in legal protection, especially consumer protection. In general, consumer protection can be pursued by two policy models. First, complementary policies, namely obligations that require business actors to provide adequate information to consumers (right to information). Second, compensatory policies, namely policies that contain protection of the economic interests of consumers (right to safety and health). The principle of responsibility is a very important subject in consumer protection law.

Keywords: consumer protection, electronic commerce, normative juridical

A. Pendahuluan

Berbicara perlindungan konsumen, maka berkaitan dengan perlindungan hukum, oleh karena itu, perlindungan konsumen mengandung aspek hukum. Adapun materi yang mendapatkan perlindungan itu bukan sekedar fisik, melainkan hak-haknya yang bersifat abstrak. Dengan perkataan lain, perlindungan konsumen sesungguhnya identik dengan perlindungan yang diberikan hukum terhadap hak-hak konsumen. Secara umum dikenal ada 4 (empat) hak dasar konsumen, yaitu:

- a. Hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety*)
- b. Hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*);
- c. Hak untuk memilih (*the right to choose*);
- d. Hak untuk didengar (*the right to be heard*).

Empat hak dasar ini diakui secara internasional. Dalam perkembangannya, organisasi-organisasi konsumen yang tergabung dalam *The Internasional Organization Of Cunsumers Union (IOCU)* menambahkan lagi beberapa hak, seperti hak mendapatkan pendidikan konsumen, hak mendapatkan ganti kerugian dan hak mendapatkan lingkungan hidup yang lebih baik dan sehat.¹ Sedangkan Hak konsumen yang diatur oleh Undang – Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 dalam Pasal 4 adalah sebagai berikut:

- a. Hak atas kenyamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi 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 mendapatkan 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.²

Selain mengenai hak-hak konsumen yang diatur didalam undang-undang perlindungan konsumen, juga diatur mengenai kewajiban dari konsumen. Kewajiban konsumen adalah:

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemamfaatan barang dan/atau jasa, demi kemanan 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.³

Dalam Hukum Perlindungan Konsumen, bukan hanya pihak konsumen saja yang berhubungan dengan masalah perlindungan konsumen itu. Pihak lain yang juga berhubungan dengan masalah perlindungan konsumen adalah pihak pelaku usaha. Pelaku usaha di dalam

¹ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2009, hlm. 31.

² *Ibid*, hlm. 32.

³ *Ibid*, hlm. 42.

menjalankan aktivitasnya membutuhkan konsumen, sebagaimana konsumen juga membutuhkan pelaku usaha. Sebelum dibahas terlebih dahulu mengenai pengertian dari pelaku usaha itu sendiri. Pengertian dari pelaku usaha diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (Pasal 1 butir 3), sebagai berikut:

“Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi
Penjelasannya: pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian ini adalah perusahaan, korporasi, BUMN, Koperasi, Importir, Pedagang Distributor, dan lain-lain.”⁴

Jadi pengertian dari pelaku usaha tidak hanya mencakup mengenai perorangan, tetap juga mengenai badan hukum. Setelah diungkapkan mengenai pengertian dari pelaku usaha, maka akan dibahas mengenai hak dan kewajiban dari pelaku usaha. Hak pelaku usaha adalah:

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/jasa yang diperdagangkan.
- b. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian sengketa konsumen.
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/jasa yang diperdagangkan.

- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.⁵

Sedangkan kewajiban dari pelaku usaha adalah :

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan pengguna, 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 standart mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
- e. Memberi kesempatan pada konsumen untuk menguji, dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.
- f. Memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat pengguna, pemakai, dan pemamfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- g. Memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian barang apabila barang dan/jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.⁶

Mengenai tanggung jawab dari pelaku usaha diatur oleh undang-undang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 19 Sampai dengan Pasal 28. Menurut Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, tanggung jawab pelaku usaha adalah sebagai berikut:

- (1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan pencemaran dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang

⁴ *Ibid*

⁵ *Ibid.*, hlm. 43.

⁶ *Ibid.*, hlm. 44.

dan/jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.

(2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara dengan nilainya. Atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.⁷

Mengenai batasan siapa saja yang dapat disebut sebagai pelaku usaha, Az. Nasution, SH dalam bukunya yang berjudul Hukum perlindungan Konsumen Suatu pengantar mengatakan bahwa terdapat 3 kelompok pelaku usaha. Ketiga kelompok pelaku usaha itu diantaranya adalah:

- a. Kalangan Investor, yaitu pelaku usaha penyedia dana untuk membiayai berbagai kepentingan usaha, seperti perbankan, usaha leasing;
- b. Produsen, yaitu pelaku usaha yang membuat, memproduksi barang dan/atau jasa dari barang-barang dan/atau jasa lain (bahan baku, bahan penolong dan bahan-bahan lainnya), Misalnya adalah orang/Badan Usaha yang berkaitan dengan perumahan dan sandang, orang/badan usaha yang berkaitan dengan jasa angkutan, perasuransian, perbankan dan sebagainya;
- c. Distributor, yaitu pelaku usaha yang mendistribusikan, atau memperdagangkan barang dan/jasa tersebut kepada masyarakat, seperti pedagang secara retail, pedagang kaki lima, warung, kedai, toko supermarket, rumah sakit dan sebagainya.

Saat ini Perkembangan perekonomian, perdagangan, dan perindustrian yang kian hari kian meningkat telah memberikan kemanjaan yang luar biasa kepada konsumen karena ada beragam variasi produk barang dan jasa yang bias dikonsumsi. Perkembangan globalisasi dan perdagangan besar

didukung oleh teknologi informasi dan telekomunikasi yang memberikan ruang gerak yang sangat bebas dalam setiap transaksi perdagangan, sehingga barang/jasa yang dipasarkan bisa dengan mudah dikonsumsi.⁸

Pada era globalisasi dan perdagangan bebas saat ini, banyak bermunculan berbagai macam produk barang/pelayanan jasa yang dipasarkan kepada konsumen di tanah air, baik melalui promosi, iklan, maupun penawaran barang secara langsung. Semakin banyaknya toko *online* sangatlah mengundang minat konsumen untuk melakukan transaksi terutama konsumen yang menyukai kemudahan dan kepraktisan sangat menyukai transaksi tipe seperti ini.⁹ Transaksi seperti ini yang dikenal dengan transaksi *e-commerce* atau transaksi elektronik.

Secara garis besar, *e-commerce* saat ini diterapkan untuk melaksanakan aktivitas ekonomi *business-to-business*, *business-to-consumer* dan *consumer-to-consumer*, yaitu:

1. *Business-to-business*, merupakan sistem komunikasi bisnis *online* antar pelaku bisnis atau dengan kata lain transaksi secara elektronik antar perusahaan (dalam hal ini pelaku bisnis) dan dalam kapasitas atau volume produk yang besar.
2. *Business-to-consumer*, bentuk bisnis yang menghubungkan perusahaan dengan para pelanggan lewat internet, menyediakan instrumen penjualan produk-produk atau jasa-jasa dan mengatur komunikasi dan hubungan dengan para pelanggan.
3. *Consumer-to-consumer*, merupakan transaksi bisnis secara elektronik yang dilakukan antar konsumen untuk

⁸ Kenneth C. Laudon, dkk, *Sistem Informasi Manajemen*, Jakarta: Salemba Empat, 2007, hlm. 11.

⁹ Shinta Dewi, *Cyberlaw 1 Perlindungan Privasi Atas Informasi Pribadi Dalam Ecommerce Menurut Hukum Internasional*, Bandung: Widya Padjajaran, 2008, hlm. 54

⁷ *Ibid.*, hlm. 45.

memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu pula. Segmentasi *consumer-to-consumer* ini sifatnya lebih khusus karena transaksi dilakukan ke konsumen yang memerlukan transaksi.¹⁰

Dalam dunia *e-commerce*, terdapat beberapa model bisnis yang dapat dikategorikan menjadi sembilan model bisnis. Kesembilan model ini adalah:

1. *Virtual Storefront*, yang menjual produk fisik atau jasa secara *online*, sedangkan pengirimannya menggunakan sarana-sarana tradisional.
2. *Marketplace Concentrator*, yaitu yang memusatkan informasi mengenai produk dan jasa dari beberapa produsen pada satu titik sentral.
3. *Information Broker*, yaitu menyediakan informasi mengenai produk, harga dan ketersediaannya dan kadang menyediakan fasilitas transaksi.
4. *Transaction Broker*, yaitu pembeli dapat mengamati berbagai tarif dan syarat pembelian, namun aktivitas bisnis utamanya adalah memfasilitasi transaksi.
5. *Electronic Clearinghouses*, yaitu menyediakan suasana seperti tempat lelang produk, dimana harga dan ketersediaan selalu berubah tergantung pada reaksi konsumen.
6. *Reverse Auction*, yaitu konsumen mengajukan tawaran kepada berbagai penjual untuk membeli barang atau jasa dengan harga yang dispesifikasi oleh pembeli.
7. *Digital Product Delivery*, yaitu menjual dan mengirim perangkat lunak, multimedia dan produk digital lainnya lewat internet.
8. *Content Provider*, yaitu menyediakan layanan dan dukungan bagi para pemakai perangkat lunak dan perangkat keras.

9. *Online Service Provider*, yaitu menyediakan layanan dan dukungan bagi para pemakai perangkat lunak dan perangkat keras.¹¹

Sebagaimana setiap perubahan yang membawa dampak sosial, perubahan atas perkembangan teknologi juga membawa dampak-dampak sebagai berikut: Pertama, tingkat kompleksitas masyarakat akan semakin tinggi. Kedua, restrukturisasi diberbagai bidang akan berlangsung lebih cepat. Ketiga, pola komunikasi dan pola interaksi semakin berubah. Keempat, nilai-nilai kerja dan profesionalisme akan bergeser. Kelima, saling ketergantungan dan saling mempengaruhi. Keenam, tuntutan otomatisasi untuk mempertinggi efisiensi dan produktivitas yang meningkat. Ketujuh, interaksi manusia akan mengalami restrukturisasi dan pergeseran ke arah demokrsai.

Sebagaimana halnya dunia bisnis tradisional yang tidak lepas dari masalah-masalah, *e-commerce* juga tidak ketinggalan dihadapkan dengan berbagai persoalan yang tidak begitu jauh bedanya tetapi letak masalahnya berbeda dan bersifat lebih kompleks yaitu berupa ancaman penyalahgunaan dan kegagalan sistem yang terjadi. Hal ini meliputi kehilangan segi finansial secara langsung karena kecurangan, pencurian informasi rahasia, penggunaan akses ke sumber pihak yang tidak berhak, kehilangan kepercayaan dari para konsumen dan kerugian-kerugian yang tidak terduga misalnya gangguan dari luar yang tidak terduga, ketidakjujuran, praktek bisnis yang tidak benar, kesalahan faktor manusia atau kesalahan sistem elektronik.¹²

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka timbul permasalahan, yaitu bagaimana perlindungan konsumen dalam perdagangan elektronik (*e-commerce*)? Adapun tujuannya adalah untuk

¹⁰ Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-commerce Perspektif Islam*, Yogyakarta: Magistra Insania Press bekerjasama dengan MSI MUI, 2004, hlm. 15.

¹¹ Muhammad, dkk, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Diniyah, 2002, hlm. 118.

¹² *Ibid.*, hlm. 123.

mengetahui perlindungan konsumen dalam perdagangan elektronik (*e-commerce*).

B. Metode Penelitian

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis normatif (hukum normatif) yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder, sehingga akan dilakukan penelitian terhadap bahan-bahan kepustakaan.¹³

Dalam penelitian ini, Penulis menggunakan pendekatan undang-undang (*statute approach*). Dalam metode pendekatan perundang-undangan pemahaman akan hierarki dari perundang-undangan adalah penting mengingat hierarki menunjukkan suatu struktur dan pada struktur tersebut, masing-masing bagian dalam struktur terdapat kedudukannya masing-masing, sehingga dengan memahami hierarki dari suatu perundang-undangan maka akan terlihat kedudukan dari peraturan perundang-undangan yang satu dengan peraturan perundang-undangan lainnya.¹⁴

Jenis data yang digunakan adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh langsung melalui penelusuran kepustakaan atau dari dokumen resmi, yaitu buku-buku hukum perdata. Hal ini penting dilakukan Penulis untuk memilah-milah kemudian menganalisis terhadap peraturan/ketentuan perundang-undangan. Pada data sekunder terbagi menjadi 3 (tiga), yaitu:

1. Bahan Hukum Primer, yaitu sumber hukum yang menjadi pengikat/landasan hukumnya seperti: Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang

Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

2. Bahan hukum sekunder, yaitu sahan memberikan penjelasan mengenai sumber hukum primer seperti bahan yang berupa buku-buku, harian/majalah dan karya tulis ilmiah.
3. Bahan hukum tersier, yaitu bahan yang memberikan petunjuk terhadap sumber hukum primer dan sekunder seperti kamus-kamus hukum, ensiklopedia, dan bibliografi.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi kepustakaan (*library research*). Dalam studi kepustakaan ini yang dilakukan adalah mempelajari dan membaca buku-buku, majalah, media cetak dan media elektronik yang mengulas mengenai perlindungan konsumen dalam perdagangan elektronik (*e-commerce*).

Sebagai upaya untuk dapat menjawab atau memecahkan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, maka digunakan metode analisis data kualitatif, karena data yang diperoleh bersifat kualitas bukan kuantitas. Setelah pengumpulan data kemudian dilakukan analisis sehingga dapat ditarik kesimpulan yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

C. Pembahasan

Istilah *electronic commerce* dapat dikatakan masih terdengar asing disebagian besar masyarakat Indonesia. Pada umumnya transaksi *e-commerce* diterapkan oleh golongan menengah ke atas. Sampai dengan saat ini, masih belum ada suatu pendefisian yang baku tentang keberadaannya dikenal juga sebagai transaksi *electronic commerce (e-commerce)*.

E-commerce berasal dari bahasa Inggris, penggabungan dua buah kata, yaitu kata E yang merupakan kepanjangan dari Electronic dan kata Commerce. Menurut bahasa (etimologi) adalah sebagai berikut (E) *electronic* adalah ilmu elektronik (muatan listrik), alat-alat

¹³ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif, Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006, hlm. 13.

¹⁴ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana, 2009, hlm. 93.

elektronik, atau semua hal yang berhubungan dengan dunia elektronika dan teknologi. Sedangkan (C) commerce adalah perdagangan dan perniagaan.¹⁵ Adapun menurut istilah pengertian *E-commerce* adalah transaksi perdagangan melalui media elektronik yang terhubung dengan internet.¹⁶

Menurut (terminologi) adalah menurut pandangan WTO (World Trade Organization), *e-commerce* ini menyangkut semua kegiatan seperti produksi, distribusi, pemasaran, penjualan, pengiriman barang atau jasa melalui cara elektronik. Sementara Alliance For Global Business mengartikan ecommerce sebagai seluruh transaksi nilai yang melibatkan transfer informasi, produk, jasa atau pembayaran melalui jaringan elektronika sebagai media. Melalui media tersebut barang dan jasa yang bernilai ekonomi yang dirancang, dihasilkan, diiklankan, dikatalogkan, diinventarisasi, dibeli atau dikirimkan.¹⁷

Menurut Kalakota dan Whinston meninjau pengertian ECommerce dari empat perspektif, yaitu:

1. Perspektif komunikasi, yaitu pada perspektif *E-commerce* merupakan sebuah proses pengiriman barang, layanan, informasi, atau pembayaran melalui komputer ataupun peralatan elektronik lainnya.
2. Perspektif proses bisnis, yaitu pada perspektif ini *E-commerce* merupakan sebuah aplikasi dari suatu teknologi menuju otomatisasi dari transaksi-transaksi bisnis dan alur kerja (work flow)
3. Perspektif layanan, yaitu pada perspektif ini *E-commerce* ialah suatu

alat yang memenuhi keinginan yang memenuhi keinginan perusahaan, manajemen, dan konsumen untuk menurunkan biaya-biaya pelayanan di satu sisi dan untuk meningkatkan kualitas barang dan meningkatkan kecepatan layanan pengiriman.

4. Perspektif *online*, yaitu pada perspektif ini *E-commerce* menyediakan kemampuan untuk membeli dan menjual produk atau barang serta informasi melalui layanan internet maupun sarana *online* yang lainnya.¹⁸

Definisi lain dikemukakan oleh Amir Hartman secara lebih terperinci lagi mendefinisikan “sebagai suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antar dua buah institusi (B-to-C) maupun antarinstitusi dan konsumen langsung (B-to-C).¹⁹ Selain itu, menurut Onno W. Purbo dan Aang Arif bahwa ecommerce merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik.²⁰

Definisi *e-commerce* yang lain dapat ditemukan di dalam website Uni Eropa, yaitu “*E-commerce* merupakan sebuah konsep umum yang mencakup keseluruhan bentuk transaksi bisnis atau pertukaran informasi yang dilaksanakan dengan menggunakan/memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi, yang terjadi antara perusahaan dan konsumen,

¹⁵ John M.Echols dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003, hlm. 129.

¹⁶ Adi Sulisty Nugroho, *E-commerce Teori dan Implementasi*, Yogyakarta: Ekuilibria, 2016, hlm. 5.

¹⁷ Titik Triwulan Tutik, *Hukum Perdata dalam Sistem Hukum Nasional*, Cet ke- 2, Jakarta:Kencana, 2008, hlm. 373.

¹⁸ Arsyad Sanusi, *Hukum E-commerce*, Jakarta:Sasrawarna Printing, 2011 , hlm. 217—218.

¹⁹ Richardus Eko Indrajit, *E-commerce Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, Jakarta: Gramedia, 2001, hlm. 1.

²⁰ Onno W. purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal ECommerce*, Jakarta:PT AlexMedia Komputindo, 2001, hlm. 2.

atau antara perusahaan dan lembaga-lembaga administrasi publik.”²¹

Elektronik Commerce atau disingkat dengan (*E-commerce*) adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufacture*), *service providers*, dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer networks*), yaitu internet. *E-commerce* ini sudah meliputi seluruh spektrum kegiatan komersial.²² Sedangkan pengertian transaksi (*E-commerce*) yang dikemukakan oleh Julain Ding bahwa:

“*E-commerce* Transaction adalah transaksi dagang antara penjual dan pembeli untuk menyediakan barang, jasa, atau mengambil alih hak. Kontrak ini dilakukan dengan media elektronik (digital medium) di mana para pihak tidak hadir secara fisik. Media ini terdapat di dalam jaringan umum dengan sistem terbuka yaitu Internet atau *World Wide Web*.”²³

Menurut Pasal 1 angka (2) UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Selain itu, Menurut Adi Nugroho mendefinisikan transaksi elektronik (*e-commerce*), adalah persetujuan jual beli antara pihak pembeli dengan penjual secara elektronik yang biasanya menggunakan jaringan computer pribadi. Dalam hal ini, konsumen yang menggunakan browser web untuk melakukan pemesanan dan menyediakan informasi dengan bentuk pembayaran

seperti kartu kredit, digital *cash* atau cek elektronik.²⁴

Dalam kaitannya dengan perlindungan konsumen, maka terdapat konsep perlindungan hukum. Perlindungan hukum menurut Philipus M. Hadjon, “perlindungan hukum adalah perlindungan akan harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh subyek hukum berdasarkan ketentuan hukum dari kesewenangan.”²⁵ Menurut Philipus M. Hadjon, sarana perlindungan hukum ada dua, yaitu:

1. Sarana perlindungan hukum preventif, yaitu pada perlindungan hukum preventif ini, subyek hukum diberikan kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif. Tujuannya adalah mencegah terjadinya sengketa. Perlindungan hukum preventif sangat besar artinya bagi tindak pemerintahan yang di dasarkan pada kebebasan bertindak karena dengan adanya perlindungan hukum yang preventif, pemerintah terdorong untuk bersifat hati-hati dalam mengambil keputusan yang di dasarkan pada diskresi. Di Indonesia belum ada pengaturan khusus mengenai perlindungan hukum preventif.
2. Sarana perlindungan hukum represif, yaitu perlindungan hukum yang bertujuan untuk menyelesaikan sengketa. Penanganan perlindungan hukum oleh Pengadilan Umum dan Pengadilan Administrasi di Indonesia termasuk kategori perlindungan hukum ini. Prinsip perlindungan hukum terhadap tindakan pemerintah bertumpu dan bersumber dari konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia karena menurut

²¹ Arsyad Sanusi, *Op.Cit.*, hlm. 219.

²² Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 2005, hlm. 10.

²³ Titik Triwulan Tutik, *Op.Cit.*, hlm. 374.

²⁴ Endang Purwaningsih, *Hukum Bisnis*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010, hlm. 57.

²⁵ Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat di Indonesia*, Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1987, hlm. 1-2.

sejarah dari barat, lahirnya tentang konsep-konsep pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia diarahkan kepada pembatasan-pembatasan dan peletakan kewajiban masyarakat dan pemerintah. Prinsip kedua yang mendasari perlindungan hukum terhadap tindak pemerintahan adalah prinsip negara hukum. Dikaitkan dengan pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia, pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia mendapat tempat utama dan dapat dikaitkan dengan tujuan dari negara hukum.²⁶

Perlindungan hukum mempunyai makna sebagai perlindungan dengan menggunakan sarana hukum atau perlindungan yang diberikan oleh hukum, ditujukan kepada perlindungan terhadap kepentingan-kepentingan tertentu, yaitu dengan cara menjadikan kepentingan yang perlu dilindungi tersebut ke dalam sebuah hak hukum. Dalam ilmu hukum “Hak” disebut juga hukum subyektif, Hukum subyektif merupakan segi aktif dari pada hubungan hukum yang diberikan oleh hukum obyektif (norma-norma, kaidah, *recht*).²⁷ Perlindungan hukum selalu terkait dengan peran dan fungsi hukum sebagai pengatur dan pelindung kepentingan masyarakat. Bronislaw Malinowski dalam bukunya berjudul *Crime and Custom in Savage*, mengatakan “bahwa hukum tidak hanya berperan di dalam keadaan-keadaan yang penuh kekerasan dan pertentangan, akan tetapi bahwa hukum juga berperan pada aktivitas sehari-hari”.

Berdasarkan perlindungan hukum tersebut diatas, maka terkait dengan perlindungan hukum terhadap konsumen adalah dengan adanya tanggung jawab dan prinsip dalam konsep perlindungan konsumen.

Menurut Prof. Hans W. Micklitz,²⁸ dalam perlindungan konsumen secara garis besar dapat ditempuh dua model kebijakan. Pertama, kebijakan yang bersifat komplementer, yaitu kewajiban yang mewajibkan pelaku usaha memberikan informasi yang memadai kepada konsumen (hak atas informasi). Kedua, kebijakan kompenstoris, yaitu kebijakan yang berisikan perlindungan terhadap kepentingan ekonomi konsumen (hak atas keamanan dan kesehatan). Prinsip tentang tanggung jawab merupakan perihal yang sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen. Secara umum, prinsip-prinsip tanggung jawab dalam hukum dapat dibedakan sebagai berikut:

a. Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Unsur Kesalahan

Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan (*fault liability atau liability based on fault*) adalah prinsip yang cukup umum namun berlaku dalam hukum pidana dan perdata. Dalam KUHPperdata, khususnya Pasal 1365, 1366, dan 1367, prinsip ini dipegang secara teguh. Prinsip ini menyatakan, seseorang baru dapat dimintakan pertanggung jawabannya secara hukum jika unsur kesalahan yang dilakukannya. Pasal 1365 KUHPperdata, yang lazim disebut sebagai Pasal tentang perbuatan melawan hukum, mengharuskan terpenuhinya empat unsur pokok, yaitu (1). Adanya perbuatan, (2). Adanya unsur kesalahan, (3). Adanya kerugian yang diderita, (4). Adanya hubungan kualitas dan kerugian.

Pengertian kesalahan adalah unsur yang bertentangan dengan hukum. Pengertian “hukum” tidak hanya bertentangan dengan undang-undang, tetapi juga kepatutan dan kesusilaan dalam masyarakat.

Ketentuan diatas juga sejalan dengan teori umum dalam hukum acara, yakni *asas audi et alteram*

²⁶ *Ibid.*

²⁷ Suyud Margono, *Pembaharuan Perlindungan Hukum Merek*, Jakarta: Novindo Pustaka Mandiri, 2002, hlm. 51.

²⁸ *Ibid.*

pertem atau asas kedudukan yang sama antara semua pihak yang berperkara. Disini hakim harus memberi para pihak beban yang seimbang dan patut, sehingga masing-masing memiliki kesempatan yang sama untuk memenangkan perkara tersebut.

b. Prinsip Praduga Untuk Selalu Bertanggung Jawab

Prinsip ini menyatakan, tergugat selalu dianggap bertanggung jawab (*presumption of liability principle*), sampai ia dapat membuktikan, ia tidak bersalah. Jadi, beban pembuktian ada pada si Tergugat. Tampak beban pembuktian terbalik (*omkering van bewejslast*) diterima dalam prinsip tersebut. UUPK pun mengadopsi sistem pembuktian terbalik ini, sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 19, 22, 23 (lihat ketentuan Pasal 28 UUPK).

Dasar pemikiran dari Teori Pembalikan Beban Pembuktian adalah seseorang dianggap tidak bersalah sampai yang bersangkutan dapat membuktikan sebaliknya. Hal ini tentu bertentangan dengan azas hukum praduga tidak bersalah (*presumption of Innocence*) yang lazim dikenal dalam hukum. Namun, jika diterapkan dalam kasus konsumen akan tampak asas demikian cukup relevan. Jika digunakan teori ini, maka yang berkewajiban untuk membuktikan kesalahan itu ada di pihak pelaku usaha yang tergugat. Tergugat ini harus menghadirkan bukti-bukti dirinya tidak bersalah. Tentu saja konsumen tidaklah berarti dapat sekehendak hati mengajukan gugatan. Posisi konsumen sebagai Pengugat selalu terbuka untuk digugat balik oleh pelaku usaha, jika ia tinggal menunjukkan kesalahan si Tergugat.

c. Prinsip Praduga Untuk Tidak Selalu Bertanggung Jawab

Prinsip ini adalah kebalikan dari prinsip kedua. Prinsip praduga untuk

tidak selalu bertanggung jawab (*presumption of non liability principle*) hanya dikenal dalam lingkup transaksi konsumen yang sangat terbatas dan pembatasan demikian biasanya secara common sense dapat dibenarkan.

d. Prinsip Tanggung Jawab Mutlak

Prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*) sering diidentikan dengan prinsip tanggung jawab absolute (*absolute liability*). Ada pula para ahli yang membedakan kedua termologi diatas. Ada pendapat yang menyatakan, *strict liability* adalah prinsip tanggung jawab yang menetapkan kesalahan tidak sebagai faktor yang menentukan. Namun ada pengecualian-pengecualian yang memungkinkan untuk dibebaskannya dari tanggung jawab, misalnya keadaan *force majeure*. Sebaliknya, *absolute liability* adalah prinsip tanggung jawab tanpa kesalahan dan tidak ada pengecualiannya.

Biasanya prinsip tanggung jawab mutlak ini diterapkan karena:

- 1) Konsumen tidak dalam posisi menguntungkan untuk membuktikan adanya kesalahan dalam suatu prosese produksi dan distribusi yang kompleks.
- 2) Waktu ada gugatan atas kesalahannya, misalnya dengan asuransi atau menambah komponen biaya tertentu pada harga pokoknya. (3). Asas ini dapat memaksa produsen lain berhati-hati.

e. Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan

Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan (*limitation of liability principle*) sangat disenagi oleh pelaku usaha untuk dicantumkan sebagai klausul eksonerasi dalam perjanjian standar yang dibuatnya. Dalam perjanjian cuci cetak film misalnya, ketentuan film yang dicuci cetak film misalnya, ditentukan bila film yang

dicuci cetak itu hilang atau rusak (termasuk akibat kesalahan petugas), maka si konsumen hanya dibatasi ganti kerugian sepuluh kali harga satu rol film baru. Prinsip tanggung jawab ini sangat merugikan konsumen bila diterapkan secara sepihak oleh pelaku usaha. Berdasarkan UUPK yang baru, seharusnya pelaku usaha tidak boleh secara sepihak menentukan klausula yang merugikan konsumen, termasuk membatasi maksimal tanggung jawabnya. Jika ada pembatasan mutlak harus ada peraturan perundang-undangan yang jelas.

Kesimpulan

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukum dalam perdagangan elektronik (*e-commerce*), harus memuat tanggung jawab dan prinsip di dalam perlindungan hukum khususnya perlindungan konsumen. Perlindungan konsumen secara garis besar dapat ditempuh dua model kebijakan. Pertama, kebijakan yang bersifat komplementer, yaitu kewajiban yang mewajibkan pelaku usaha memberikan informasi yang memadai kepada konsumen (hak atas informasi). Kedua, kebijakan kompenstoris, yaitu kebijakan yang berisikan perlindungan terhadap kepentingan ekonomi konsumen (hak atas keamanan dan kesehatan). Prinsip tentang tanggung jawab merupakan perihal yang sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen. Secara umum, prinsip-prinsip tanggung jawab dalam hukum dapat dibedakan sebagai berikut: prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan, prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab, prinsip praduga untuk tidak bertanggung jawab, prinsip tanggung jawab mutlak dan prinsip tanggung jawab dengan pembatasan.

Referensi

- Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 2005.
- Adi Sulisty Nugroho, *E-commerce Teori dan Implementasi*, Yogyakarta: Ekuilibria, 2016.
- Arsyad Sanusi, *Hukum E-commerce*, Jakarta:Sasrawarna Printing, 2011.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2009.
- Endang Purwaningsih, *Hukum Bisnis*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-commerce Perspektif Islam*, Yogyakarta: Magistra Insania Press bekerjasama dengan MSI MUI, 2004.
- John M.Echols dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Kenneth C. Laudon, dkk, *Sistem Informasi Manajemen*, Jakarta: Salemba Empat, 2007.
- Muhammad, dkk, *Visi Al-Qur''an Tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Diniyah, 2002.
- Onno W. purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal ECommerce*, Jakarta:PT AlexMedia Komputindo, 2001.
- Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana, 2009.
- Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat di Indonesia*, Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1987.
- Richardus Eko Indrajit, *E-commerce Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, Jakarta: Gramedia, 2001.
- Siti Jubaedah, Otto Fajarianto, & Dedet Erawati. (2021). PENERAPAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI (SIA) DALAM PENCATATAN DAN PELAPORAN KEUANGAN PADA USAHA BOCA TANI. *Abdimas Awang Long*, 4(2), 45-50.

- Sri Wulandari, Aghnia Dian Lestari, & Otto Fajarianto. (2021). PENGGUNAAN APLIKASI DIGITAL KEARSIPAN PADA PAUD ARRAHMAN DESA KARANGMANGU KABUPATEN CIREBON. *Abdimas Awang Long*, 4(2), 39-44.
- Suyud Margono, *Pembaharuan Perlindungan Hukum Merek*, Jakarta: Novindo Pustaka Mandiri, 2002.
- Shinta Dewi, *Cyberlaw 1 Perlindungan Privasi Atas Informasi Pribadi Dalam Ecommerce Menurut Hukum International*, Bandung: Widya Padjajaran, 2008.
- Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif, Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006.
- Titik Triwulan Tutik, *Hukum Perdata dalam Sistem Hukum Nasional*, Cet ke- 2, Jakarta:Kencana, 2008.