

**REKONSTRUKSI PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM
TRANSAKSI *E-COMMERCE* MELALUI KEBIJAKAN PEMERINTAH
UNTUK MENDUKUNG EKONOMI DIGITAL YANG BERKEADILAN**

DISERTASI



Oleh:

ABD. SYAKUR, S.Sos., M.AP
NIM. 10302000122

**PROGRAM DOKTOR (S3) ILMU HUKUM (PDIH)
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG (UNISSULA)
SEMARANG
TAHUN 2022**

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN TERBUKA

**REKONSTRUKSI PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM
TRANSAKSI E-COMMERCE MELALUI KEBIJAKAN PEMERINTAH UNTUK
MENDUKUNG EKONOMI DIGITAL YANG BERKEADILAN**

Oleh:

**ABD. SYAKUR, S.Sos., M.AP
NIM. 10302000122**

Telah disetujui
Untuk diajukan dalam Ujian Terbuka Disertasi
oleh Promotor dan Co-Promotor
pada tanggal 30 September 2022

PROMOTOR

**Prof. Dr. H. Gunarto, SH., SE., Akt., M.Hum
NIDN. 0605036205**

CO-PROMOTOR I

CO-PROMOTOR II

**Prof. Dr. Hj. Anis Mashdurohatun, S.H., M.Hum
NIDN. 0621057002**

**Prof. Dr. Sri Endah Wahyuningsih, SH,M.Hum
NIDN. 0628046401**

Mengetahui,

Ketua Program Doktor Ilmu Hukum
Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung



**Prof. Dr. Hj. Anis Mashdurohatun, S.H., M.Hum
NIDN. 0621057002**

PERNYATAAN ORIGINALITAS PENELITIAN

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, disertasi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Doktor baik Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang (UNISSULA) maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain selain Tim Promotor dan masukan dari Tim Penelaah.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku pada perguruan tinggi ini.

Semarang, Februari 2023

Yang Membuat Pernyataan

Abd.Syakur, S.Sos.,M.Ap
NIM. 10301900005

MOTTO

“Mudahkanlah urusan orang yang kesulitan, Allah akan memudahkan urusan kita di dunia dan akhirat, tutupilah aib saudaramu Allah akan menutupi aib kita di dunia dan akhirat” **(HR. Muslim)**



PERSEMBAHAN

Kupersembahkan Kepada:

Bapak dan Ibu yang Selalu Mendoakan

Keluarga, Istri dan Anak-Anakku

Rektor Universitas Brawijaya

Ketua STKIP PGRI Sidoarjo

Rekan Kerja dan Patner Kerja LLDIKTI VII Surabaya Jawa Timur



KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas karunia-Nya sehingga Penulisan karya ilmiah yang berupa disertasi ini dapat terselesaikan. Penulis dapat menyajikan disertasi yang berjudul **“Rekonstruksi Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi *E-commerce* Melalui Kebijakan Pemerintah Untuk Mendukung Ekonomi Digital Yang Berkeadilan”**. Disertasi ini penulis ajukan sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Doktor Ilmu Hukum pada Program Doktor (S3) Ilmu Hukum (PDIH) Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA).

Penulis sadar dalam penulisan karya ilmiah masih sangat jauh dari sempurna tanpa adanya bantuan, kritikan, serta bimbingan dari berbagai pihak yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran. pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih banyak kepada semua pihak diantaranya:

1. Bapak H. Hasan Toha Putra, MBA. Selaku Ketua Umum Yayasan Badan Wakaf Sultan Agung Semarang.
2. Bapak Prof. Dr. H. Gunarto, S.H., S.E. Akt., M.Hum, selaku Rektor dan Promotor di Universitas Islam Sultan Agung Semarang beserta segenap jajarannya yang telah memberikan kesempatan yang sangat berharga kepada penulis untuk menimba Ilmu di Program Doktor (S3) Ilmu Hukum di Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Bapak Dr. Bambang Tri Bawono, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang, beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di Program Doktor (S3) Ilmu Hukum (PDIH) Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan

Agung (UNISSULA) Semarang;

4. Prof. Dr. Hj. Anis Mashdurohatun, S.H., M.Hum, selaku Co-Promotor I dan Ketua Program Studi Ilmu Hukum PDIH yang senantiasa memberikan dukungan dan dorongan serta wejangan keilmuan yang sangat berharga. Peran beliau dalam proses bimbingan studi hingga akhir penulisan disertasi ini, dengan segala kesabaran dan ketelitiannya sehingga tidak mungkin dapat penulis balas dengan sesuatu apapun, kecuali dengan mengucapkan terima kasih yang tulus dari dasar lubuk hati yang dalam dan semoga beliau beserta keluarganya senantiasa dalam rahmat dan ridha Allah SWT.
5. Prof. Dr. Sri Endah Wahyuningsih, SH,M.Hum, selaku Co-Promotor II yang telah menyetujui dan memberi semangat dalam penulisan disertasi ini.
6. Prof. Dr. Ir. Nuhfil Hanani AR., MS. selaku Rektor Universitas Brawijaya, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk belajar dan memperdalam bidang ilmu hukum di luar kampus tercinta.
7. Dr. Tri Achmad Budi Susilo., S.Si., M.Pd selaku Ketua STKIP PGRI Sidoarjo, yang telah memberikan waktu dan kesempatan yang luas kepada penulis untuk melanjutkan studi tanpa dibatasi waktu dan ruang gerak dalam menyelesaikan misi belajar penulis.
8. Dosen Pengajar pada Program Doktor Ilmu Hukum di Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
9. Segenap Staf Admisi pada Program Doktor Ilmu Hukum di Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah membantu secara langsung dan tidak langsung saat penulis masuk kuliah hingga selesai.

10. Keluarga, Istri dan Anak-Anakku tercinta, Rekan-Rekan LLDIKTI VII Surabaya serta Civitas Akademika STKIP PGRI Sidoarjo, Akademi Farmasi Surabaya, Universitas Anwar Medika, Universitas Doktor Nugroho Magetan, Universitas Kartini Surabaya, Universitas Kahuripan Kediri, Universitas Bakti Indonesia, Universitas Zainul Hasan Probolinggo, Rekan-rekan Fakultas Ilmu Budaya Universitas Brawijaya Malang dan teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat serta kepercayaan pada penulis.

Penulis menyadari dalam penyusunan disertasi ini masih terdapat kekurangan, sangat disadari bahwa dengan keterbatasan yang dimiliki penulis walaupun telah dikerahkan berupa upaya segala kemampuan untuk lebih teliti, tetapi masih dirasakan banyak kekurangtepatan. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran yang membangun agar karya tulis ini dapat bermanfaat secara luas bagi kemajuan lingkungan di masa yang akan datang.

Semarang, 06 Oktober 2022
Yang Membuat Pernyataan,

ABD. SYAKUR, S.Sos., M.AP
NIM. 10302000122

ABSTRAK

Perdagangan modern melalui Internet membutuhkan perlindungan hukum bagi konsumennya dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia dirasakan penting mengingat fenomena permasalahan hukum yang baru bagi konsumen dalam transaksi perdagangan di Indonesia, di mana konsumen sering tidak memiliki posisi tawar yang kuat dan menempatkan konsumen dalam posisi yang lemah. Perlindungan hukum terhadap hak-hak konsumen dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia tidak dapat diberikan oleh satu aspek hukum saja, melainkan oleh suatu sistem hukum yang mampu memberikan perlindungan yang simultan dan komprehensif. Transaksi *e-commerce* tidak mempunyai batas-batas geografis, sehingga konsumen dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia memerlukan bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam penyelesaian sengketa untuk memperjuangkan hak-haknya. Keberadaan UUPK perlu ditinjau kembali sebab karakteristik *e-commerce* memerlukan perhatian dan penanganan khusus. Oleh karena itu, dalam penelitian disertasi ini difokuskan pada rumusan masalah diantaranya; penelitian ini bertujuan untuk 1. Mengkaji dan menganalisis perlindungan konsumen *e-commerce* melalui kebijakan pemerintah belum menjamin kepastian hukum dan keadilan, 2. Menganalisis kelemahan-kelemahan dalam perlindungan hukum konsumen dalam transaksi *e-commerce* untuk mendukung pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia, 3. Merekonstruksi perlindungan hukum konsumen dalam transaksi *e-commerce* melalui kebijakan pemerintah untuk mendukung ekonomi digital di Indonesia. Teori yang digunakan Grand theory Keadilan Pancasila dan Islam, Middle T. Efektivitas hukum dan Aplaïd T. Perlindungan Hukum dan T. Perundang, hukum progresif.

Pada penelitian disertasi menggunakan metode penelitian dengan paradigma konstruktivisme (*legal constructivisme*) dengan jenis penelitian yuridis-normatif studi literature/pustaka melalui pendekatan filsafat (*philosophical approach*), pendekatan undang-undang (*statute approach*), pendekatan perbandingan hukum (*legal comparative approach*), serta pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Sehingga data primernya berupa *literature*, dokumen dan bahan hukum yang mempunyai hubungan dengan penelitian kemudian dilakukan verifikasi data. Selanjutnya dilakukan langkah analisis dengan memakai metode kualitatif yakni dengan mendeskripsikan realitas data/objek penelitian dihubungkan dengan bahan hukum dan teori yang dipakai untuk mendapatkan hasil analisis kemudian ditarik sebuah kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang dilakukan oleh peneliti; dalam disertasi ini memaparkan temuan berdasarkan rumusan masalah yang disajikan diantaranya; 1. Perlindungan konsumen *e-commerce* melalui kebijakan pemerintah belum menjamin kepastian hukum dan keadilan, disebabkan kebijakan pemerintah melalui Peraturan perundang-undangan yang ada belum secara spesifik mengatur mengenai perlindungan konsumen dengan transaksi elektronik. 2. Kelemahan-kelemahan perlindungan konsumen *e-commerce* melalui kebijakan pemerintah untuk mendukung perkembangan ekonomi digital Indonesia, Faktor kebijakan, faktor penegak hukum, faktor budaya, faktor sarana prasarana, dan faktor pendidikan. Kelemahan yang ada UUPK terbatas pada pelaku usaha pada wilayah hukum Indonesia; UUPK mengatur tentang klausula baku yakni setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan serta ditetapkan sepihak oleh pelaku usaha; Pasal 2 huruf (a) UU Perdagangan bahwa perlindungan konsumen masih terbatas pada wilayah nasional hukum Indonesia; UUTE masih bersifat umum sehingga penerapannya membutuhkan dukungan undang-undang lainnya yang kemudian membuat masyarakat bingung kemana tuntutan mereka akan diajukan; lembaga yang berwenang menangani aduan masyarakat bersifat general sehingga kekosongan perlindungan hukum terus terjadi. 3. Rekonstruksi hukum sebagai sarana pembaharuan dalam perlindungan masyarakat (*law as a tool social engeneering*) dalam menghadapi tantangan; Perlindungan konsumen *e-commerce* di Indonesia membutuhkan penegasan regulasi yang lebih spesifik, penegak hukum yang lebih dinamis dan tegas, serta pemberdayaan literasi bagi konsumen *e-commerce*.

Kata Kunci: *Rekonstruksi, Perlindungan Hukum, Konsumen, E-commerce, Kebijakan, Keadilan Pancasila*

ABSTRACT

Modern trade through the Internet requires legal protection for consumers in e-commerce transactions in Indonesia, which is considered important given the phenomenon of new legal problems for consumers in trade transactions in Indonesia, where consumers often did not have a strong bargaining position and place consumers in a weak position. Legal protection of consumer rights in e-commerce transactions in Indonesia cannot be provided by one legal aspect more, but by a legal system capable of providing simultaneous and comprehensive protection. *E-commerce* transactions did not have geographic boundaries, so consumers in e-commerce transactions in Indonesia need a form of legal protection for consumers in dispute resolution to fight for their rights. The existence of UUPK needs to be reviewed because the characteristics of e-commerce require special attention and handling. Therefore, in this dissertation research is focused on the formulation of the problem including; This research aims to 1. Assess and analyze e-commerce consumer protection through government policies that do not guarantee legal certainty and justice, 2. Analyze weaknesses in consumer legal protection in e-commerce transactions to support digital economic growth in Indonesia, 3. Reconstruct consumer legal protection in e-commerce transactions through government policies to support the digital economy in Indonesia. The theory used is the Grand theory of Pancasila and Islamic Justice, Middle Theory. Legal Effectiveness and Applied Theory. Legal Protection and Theory Legislation, progressive law.

In the dissertation research, the research method uses the constructivism paradigm (legal constructivism) with the type of juridical-normative research literature/library studies through a philosophical approach (philosophical approach), a statute approach (statute approach), a legal comparative approach, and conceptual approach (conceptual approach). So that the primary data is in the form of literature, documents and legal materials that have a relationship with the research, then data verification is carried out. The next step is the analysis using qualitative methods, namely by describing the reality of the data/objects of research associated with legal materials and theories used to obtain the results of the analysis and then drawing a conclusion.

Based on the results of this research and analysis conducted by researchers; in this dissertation describes the findings based on the formulation of the problems presented, including; 1. Protection of e-commerce consumers through government policies has not guaranteed legal certainty and justice, because government policies through existing laws and regulations have not specifically regulated consumer protection with electronic transactions. 2. Weaknesses of e-commerce consumer protection through government policies to support the development of Indonesia's digital economy, policy factors, law enforcement factors, cultural factors, infrastructure advice factors, and education factors. The weakness of the UUPK is limited to business actors within the Indonesian jurisdiction; UUPK regulates standard clauses, namely every rule or provision and conditions that have been prepared and determined unilaterally by business actors; Article 2 letter (a) of the Trade Law that consumer protection is still limited to the national territory of Indonesian law; UIITE is still general in nature so its implementation requires the support of other laws which then makes people confused about where their demands will be filed; the institution authorized to handle public complaints is general in nature so that the void of legal protection continues to occur. 3. Reconstruction of law as a means of reform in the protection of society (law as a tool of social engineering) in the face of challenges; The protection of e-commerce consumers in Indonesia requires more specific regulatory affirmations, more dynamic and firm law enforcement, and literacy empowerment for e-commerce consumers.

Keywords: *Reconstruction, Legal Protection, Consumer, E-Commerce, Policy, Pancasila Justice*

RINGKASAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Pertumbuhan pengguna internet pada era distrupsi 4.0 yang sedemikian pesat adalah suatu kenyataan yang membuat internet menjadi media yang efektif bagi perusahaan maupun perseorangan untuk memperkenalkan dan menjual barang atau jasa kepada konsumen. Perdagangan secara elektronik atau yang dikenal dengan *e-commerce* merupakan model bisnis modern yang tidak perlu menghadirkan pelaku bisnis secara fisik atau *face to face* dan tidak memakai tanda tangan asli. Transaksi cukup dilakukan dengan menggunakan media elektronik yaitu media *internet*. Pihak yang memberikan penawaran dalam perdagangan secara elektronik adalah pihak penjual yang dalam hal ini menawarkan barang-barang dagangannya melalui *website* yang dirancang agar menarik untuk disinggahi. Semua pihak pengguna *internet (netter)* dapat dengan bebas masuk untuk melihat-lihat toko *virtual* tersebut atau untuk membeli barang yang mereka butuhkan atau minati.

Perdagangan modern melalui *Internet* membutuhkan perlindungan hukum bagi konsumennya dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia, dirasakan penting, paling tidak didasarkan tiga alasan, yaitu: **Pertama**, berubahnya cara transaksi dalam dunia bisnis, yang semula berbasis di dunia nyata, kemudian dikembangkan ke dunia *virtual* (maya), yang melahirkan berbagai macam permasalahan hukum yang baru bagi konsumen dalam transaksi perdagangan di Indonesia, di mana konsumen sering tidak memiliki posisi tawar yang kuat dan menempatkan konsumen dalam posisi yang lemah. **Kedua**, perlindungan hukum terhadap hak-hak konsumen dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia tidak dapat diberikan oleh satu aspek hukum saja, melainkan oleh suatu sistem hukum yang mampu memberikan perlindungan yang simultan dan komprehensif, dengan perbandingan di berbagai negara. Ketiga, dalam transaksi *e-commerce* tidak mempunyai batas-batas geografis, sehingga konsumen dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia memerlukan bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam penyelesaian sengketa untuk memperjuangkan hak-haknya.

Nilai *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2016 diperkirakan dapat mencapai 30 miliar dollar AS atau setara Rp 395 triliun. Angka tersebut diprediksi naik menjadi 130 miliar dollar AS atau setara Rp 1,714 triliun pada 2020 mendatang. Suatu negara harus mengatur perlindungan hukum terhadap konsumen, didasarkan pada pertimbangan aktualitas dan urgensinya, untuk menciptakan tingkat kepastian yang diperlukan dalam transaksi bisnis dan melindungi hak-hak konsumen transaksi *e-commerce*. Perlindungan hukum terhadap hak-hak konsumen dalam transaksi *e-commerce* tidak dapat diberikan oleh satu aspek hukum saja, melainkan oleh suatu sistem hukum yang mampu memberikan perlindungan yang simultan dan komprehensif.

Banyak permasalahan terjadi seperti yang diungkapkan oleh Polda Jatim Kombes Pol Frans Barung Mangera, maka berikut salah satu contoh kasus mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce*: Aksi tindak

kejahatan penipuan melalui transaksi *online* dan penggelapan dilakukan di wilayah hukum Polres Malang. Banyak modus yang dilakukan pelaku untuk menjerat korbannya dan kerugiannya pun bisa mencapai ratusan juta rupiah. Meminjam data Polres kota Malang tahun 2019, Polres menerima 195 laporan dengan rincian, 95 kasus penipuan dan 100 kasus penggelapan. Data sementara dan Januari hingga Juli 2019 terdapat 195 kasus yang dilaporkan masyarakat ke Polres. Sebanyak 95 kasus penipuan dan 100 kasus penggelapan. Kasat Reskrim Polres Malang, AKBP Dony Alexander menuturkan, untuk penipuan terbanyak didominasi dari jual-beli *online*, tiket *online* palsu, kasus penggelapan mobil dan beberapa penipuan lainnya. Untuk kasus penipuan *online*, Damus mengatakan, tak mudah dalam mengungkap perkara tersebut. Terlebih jika korban tertipu melalui media sosial, SMS, WA atau via telepon. Kesulitan yang dialami kepolisian, yakni minimnya identitas pelaku yang diberikan korban. Pelaku dan korban umumnya tidak saling kenal jadi kami sulit mengidentifikasi pelaku. "Terbanyak pelaku itu berada di luar daerah," imbuhnya. Sedangkan untuk rekening sebagai bukti transaksi antara korban-pelaku, kebanyakan hanya bersifat fiktif belaka. Data-data bisa dipalsukan dengan mudah oleh oknum tersebut. "Hal yang bisa kami lakukan adalah mengecek nomor rekening dan ponsel pelaku terlebih dahulu. Setelahnya kami akan memberikan surat permohonan untuk pemblokiran rekening atas nama pelaku tersebut.

Kasus tersebut terlihat bahwa keberadaan fisik toko maupun identitas pelaku usaha tidak dapat ditelusuri, sebab dalam transaksi *e-commerce* memang perdagangan dalam dunia maya yang mana transaksi dilakukan tanpa bertemunya pembeli yaitu konsumen dengan penjual/produsen. Keberadaan toko yang tidak nyata atau *virtual store* tersebut membuat para pelaku usaha yang curang dapat melakukan aksi penipuannya. Selain itu tidak adanya kejelasan identitas dari pelaku usaha dianggap dapat memberikan kesempatan atau peluang dalam melakukan kecurangan-kecurangan sehingga dapat merugikan konsumen.

Kehadiran permasalahan pada transaksi *e-commerce* tersebut membuat penulis ingin mengetahui perlindungan preventif apa yang dapat dilakukan sehingga meminimalkan kecurangan yang ada pada transaksi *e-commerce*. Untuk mengatasi hal tersebut perlu diketahui dan memperhatikan apa saja penyebab hingga sampai saat ini masih banyak terjadi kecurangan-kecurangan, serta pelanggaran-pelanggaran pada ranah perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce*. Mengenai banyaknya kerugian yang dialami oleh konsumen *e-commerce* maka Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42 (selanjutnya disebut UUPK) juga perlu diteliti lebih lanjut. Sebab telah terjadi banyak kasus mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce*, namun sampai saat ini belum ada penyelesaian lebih lanjut. Sampai pada akhirnya hal ini dikuatkan dengan adanya pengujian Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dengan Perkara Nomor: 65/PUUXIII/2015. Perkara tersebut diajukan sebab tidak adanya informasi yang jelas mengenai nama atau identitas pelaku usaha, domisili yang lengkap sehingga tidak dapat menuntut pertanggungjawaban. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi kekosongan hukum pada

UUPK mengenai ketidakhadiran data/informasi yang jelas mengenai identitas pelaku usaha.

Keberadaan UUPK perlu ditinjau kembali sebab karakteristik *e-commerce* memerlukan perhatian dan penanganan khusus. Memerlukan penanganan khusus sebab terjadi adanya pergeseran paradigma hukum konvensional atau tradisional pada perdagangan modern seperti *e-commerce*. Pergeseran terjadi dikarenakan belum terakomodasi secara menyeluruh oleh hukum konvensional atau tradisional itu sendiri.

Pergeseran paradigma tersebut menurut Edmon Makarim termasuk belum memadai oleh hukum konvensional atau tradisional. Ada tiga hal menurut Edmon Makarim yang menjadi penyebab pergeseran paradigma tersebut, yaitu: "pergeseran dari karakter tertulis menjadi tidak tertulis, pergeseran dari wujud dokumen menjadi non dokumen serta pergeseran dari karakter konvensional menjadi *e-based*".

Pergeseran tersebut dapat terlihat bahwa ketidakmampuan hukum tradisional dalam menjalankan fungsi pengaturan dan pengendaliannya terhadap teknologi informasi seperti *e-commerce*. Ketidakmampuan hukum konvensional atau tradisional tersebut akan dapat memberikan pengaruh dan gangguan terhadap ketertiban dan keadilan serta dapat meniadakan kepastian hukum.

Melihat pergeseran tersebut maka ada dua permasalahan yang diangkat oleh penulis untuk dapat diteliti lebih lanjut. Permasalahan pertama adalah mengenai perlindungan hukum bagi konsumen *e-commerce*. Beragam masalah dihadapi oleh konsumen *e-commerce* karena mengalami posisi yang lemah. Posisi yang lemah disini dikarenakan karakteristik yang beda pada transaksi *e-commerce* yaitu tidak bertemunya konsumen dan pelaku usaha, serta tidak dilihatnya barang secara langsung. Selain itu transaksi *e-commerce* adalah perdagangan yang tanpa batas, artinya bahwa transaksi dapat dilakukan lewat batas negara atau *borderless*, oleh karena itu sulit untuk adanya kejelasan identitas dari pelaku usaha, sehingga transaksi *e-commerce* ini dianggap dapat memberikan kesempatan atau peluang dalam melakukan kecurangan-kecurangan. Menanggapi adanya ketimpangan yang dialami oleh konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi *e-commerce* maka perlu di tinjau ulang peraturan perundang-undangan di Indonesia mengenai perlindungan konsumen yang ada dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia.

Permasalahan kedua adalah adanya transaksi *e-commerce* berbentuk Promo uang kembali atau *cashback* yang sering dijumpai pada situs *e-commerce* atau jual-beli *online* dimanfaatkan oleh sekelompok orang untuk memperoleh keuntungan dengan cara curang dengan transaksi fiktif antar anggota komplotan yang menimbulkan masalah baru, hal ini sangat mempengaruhi perekonomian secara nasional sebab berdasarkan data yang ada (sumber: CNN Polda Jatim tanggal 19 Juli 2019) bahwa perdagangan *e-commerce* tiap tahun mengalami kenaikan dan tahun-tahun sebelumnya. Carut marutnya transaksi *e-commerce* ini disebabkan karena belum adanya tindakan tegas dari pemerintah yang memberikan peraturan jelas kepada pelaku usaha maupun kepada konsumen *e-commerce*. Selain itu transaksi *e-commerce* ini sangat penting sekali mengingat sebagian besar pergerakan pada sektor perekonomian riil. Berdasarkan data yang ada maka tumbuh kembangnya *e-*

commerce ini sangat perlu dikendalikan dengan campur tangan pemerintah baik melalui kebijakan maupun implementasinya dalam bentuk Undang-undang. Hal tersebut pada akhirnya, apabila nanti dikeluarkan kebijakan oleh pemerintah maka kebijakan tersebut harus dapat berpihak kepada konsumen *e-commerce*, sebab konsumen *e-commerce* terletak pada titik yang lemah dan mudah dirugikan oleh para pelaku usaha *e-commerce*.

Melihat kedua permasalahan yang terjadi tersebut diatas dalam transaksi *e-commerce* tersebut maka penulis ingin meneliti hal tersebut sebagai bagian dari disertasi. Maka penulis memberi judul “*Rekonstruksi Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi e-commerce Melalui Kebijakan Pemerintah Untuk Mendukung Ekonomi Digital Yang Berkeadilan*”.

B. Rumusan Masalah

1. Mengapa perlindungan konsumen *e-commerce* melalui kebijakan pemerintah belum menjamin kepastian hukum dan keadilan?
2. Bagaimana kelemahan-kelemahan dalam perlindungan hukum konsumen dalam transaksi *e-commerce* untuk mendukung pertumbuhan ekonomi digital yang berkeadilan di Indonesia?
3. Bagaimana rekonstruksi perlindungan hukum konsumen dalam transaksi *e-commerce* melalui kebijakan pemerintah untuk mendukung ekonomi digital yang berkeadilan di Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengidentifikasi, menemukan dan menganalisis mengenai bentuk perlindungan konsumen *e-commerce* melalui kebijakan pemerintah yang dapat juga memberi manfaat baik bagi pemerintah itu sendiri maupun juga manfaat kepada konsumen *e-commerce*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis secara filosofis mengenai bentuk kelemahan-kelemahan dalam perlindungan hukum konsumen dalam transaksi *e-commerce* untuk mendukung pertumbuhan ekonomi digital yang berkeadilan di Indonesia.
3. Untuk memahami dan mengkonstruksikan perlindungan hukum konsumen dalam transaksi *e-commerce* melalui kebijakan pemerintah untuk mendukung ekonomi digital yang berkeadilan di Indonesia.

D. Metode Penelitian

Paradigma dalam penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme (*legal constructivisme*) yang memandang sebuah kebenaran adalah suatu realitas hukum yang sifatnya relatif, Jenis penelitian ini adalah deskriptif analisis yakni pada penelitian hukum ini peneliti mengacu pada penelitian hukum normatif yang menitikberatkan pada aspek yuridis-normatif; penelitian ini difokuskan pada peraturan perundang-undangan, baik Undang-undang Perlindungan Konsumen, Undang-undang ITE maupun Undang-undang Perdagangan secara komprehensif. Penelitian ini menggunakan pendekatan filsafat (*philosophical approach*), pendekatan

undang-undang (*statute approach*), pendekatan perbandingan hukum (*legal comparative approach*), serta pendekatan konseptual (*conceptual approach*).

Dalam penelitian ini menggunakan jenis dan sumber data serta langkah-langkah pengumpulan bahan hukum serta menganalisis secara deskriptif yang diantaranya: **Pertama**, pengumpulan bahan hukum dilakukan menginventarisasi atau mengumpulkan bahan hukum, kemudian mengklasifikasikan bahan-bahan bacaan dengan cara memilah-milah bahan hukum yang diperlukan. Selanjutnya penelitian ini menggunakan sistematisasi yaitu menyusun sedemikian rupa bahan-bahan hukum yang ada untuk mempermudah dalam membaca dan mendalami permasalahan yang dibahas. **Kedua**, membahas secara tajam suatu permasalahan dengan menggunakan penalaran metoda deduktif. Metode ini digunakan untuk penelitian yuridis normatif, artinya suatu penalaran yang berawal dari hal-hal yang bersifat umum yang didapat dari undang-undang, asas-asas, norma-norma sehingga menghasilkan jawaban yang bersifat khusus. Sedangkan Metode analisa data yang digunakan yaitu metode kualitatif. Dalam hal ini Metode kualitatif merupakan proses dilakukannya penelitian dengan menggunakan dasar metodologi untuk mempelajari suatu fenomena sosial berdasarkan realita yang ada, realita yang dimaksud adalah bahan-bahan hukum saat ini yang telah dikumpulkan dan dikategorikan sesuai kelompok-kelompoknya dan kemudian disusun secara sistematis. Bahan hukum yang telah dianalisis dihubungkan kembali pada kerangka dan tujuan penelitian sehingga diperoleh kesimpulan sebagai hasil penelitian. Adapun Formulasi tersebut dijabarkan dengan konsep atau bentuk kepastian hukum sesuai dengan perspektif hukum ekonomi.

E. Hasil Penelitian

Perlindungan konsumen dengan transaksi *e-commerce* di Indonesia masih tergolong lemah sebagai akibat dari dasar hukum yang ada, karena dirasa kurang jelas sehingga tidak mengakomodir dengan utuh seluruh kepentingan konsumen saat ini. Berikut 6 faktor lemahnya perlindungan konsumen *e-commerce*:

1. Faktor Kepastian Hukum Konsumen *e-commerce*

Pemerintah pada dasarnya telah menegaskan tentang perlindungan hukum pada konsumen melalui beberapa undang-undang tersebut. Pada pasal 1 ayat (1) UUPK dikemukakan, bahwa yang dimaksud perlindungan konsumen merupakan segala bentuk upaya yang dilakukan dalam rangka memberikan kepastian hukum para konsumen. Pada UU ITE juga ditegaskan dalam pasal 38 ayat (1) UU ITE bahwa “setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan Teknologi Informasi yang menimbulkan kerugian.” Kemudian dipertegas dalam pasal 39 ayat (1) UU ITE yang menyatakan gugatan perdata dilakukan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Ini menunjukkan bahwa, meskipun tidak ada spesifikasi penyebutan tentang transaksi *e-commerce* khususnya dalam UU ITE berkenaan dengan penyelesaian sengketa akibat dari transaksi *e-commerce*; sebenarnya secara hukum telah berlaku sebuah asas yang dikenal sebagai asas *lex specialis derogate legi generalis* yakni jika pada hukum khusus mengenai transaksi melalui media elektronik tidak mengatur akibat hukum transaksi melalui

media elektronik yang menyalahi isi perjanjian maka dapat diberlakukan aturan hukum umum yang sederajat dan sebidang.

Seperti contoh misalnya pada lingkup ini para pihak yang merasa dirugikan khususnya pihak konsumen dapat menempuh jalur hukum keperdataan. Sedangkan pada UU perdagangan, pemerintah menekankan khususnya pada pasal Pasal 65 “diwajibkannya bagi pelaku usaha *e-commerce* untuk menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar.” Ini artinya, setiap pelaku usaha dituntut dalam menjalankan usahanya agar memperhatikan ketentuan-ketentuan perundang-undangan, termasuk terkait penyediaan informasi mengenai usahanya atau produk yang hendak ditransaksikan agar tidak memunculkan celah kecurangan atau ketidak taatan pada hukum.

Berkenaan dengan informasi yang harus dipenuhi oleh para pelaku usaha diantaranya: pelaku usaha harus menyantumkan secara jelas; Identitas dan legalitas pelaku usaha sebagai produsen atau pelaku usaha distribusi; Persyaratan teknis barang yang ditawarkan; Persyaratan teknis atau kualifikasi Jasa yang ditawarkan; Harga dan cara pembayaran barang dan/atau jasa; dan bagaimana cara penyerahan barang dilakukan. Dalam pasal 65 UU Perdagangan ayat (5) pemerintah memberikan arahan yakni; jika terjadi sengketa terkait dengan transaksi dagang melalui sistem elektronik, orang atau badan usaha yang mengalami sengketa dapat menyelesaikan sengketa tersebut melalui pengadilan atau melalui mekanisme penyelesaian sengketa lainnya yang dibenarkan oleh hukum. Ini artinya, pemerintah juga belum spesifik mengatur tentang kepastian hukum atau tentang hukum persengketaan di wilayah konsumen *e-commerce* meski pada beberapa pasal dalam UUPK, UUIITE menyinggung tentang konsep dasar dari perlindungan yang dibuat oleh pemerintah melalui kebijakan hukum nasional.

Berdasarkan pada asas perlindungan konsumen sebagaimana dalam UUPK yang tertuang dalam pasal 2 yakni:

1. Asas manfaat

Asas ini dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

2. Asas keadilan

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

3. Asas keseimbangan

Asas ini dimaksudkan untuk menciptakan keberimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual. Penyelenggaraan perlindungan konsumen diharapkan dapat mengakomodir segala macam kepentingan-kepentingan baik konsumen, pelaku usaha dan pemerintah secara seimbang, baik dari aspek regulasi maupun norma-norma perlindungan konsumen yang ada dalam pergaulan masyarakat.

4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen

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

5. Asas kepastian hukum

Asas ini dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen serta negara menjamin kepastian hukum.



Berdasarkan pada poin asas yang secara keseluruhan dipandang masih dijumpai beberapa kelemahan dalam realitas penerapan hukum perlindungan konsumen *e-commerce* khususnya kenapa perlindungan terhadap konsumen belum maksimal. Diantaranya:

- 1) Jelas pada asas kemanfaatan masih belum dirasakan menyeluruh, karena penegakan hukumnya masih bersifat aduan selain pada tipe konsumen tertentu yang melakukan tindakan.
- 2) Dari manfaat yang dirasakan hanya oleh beberapa pihak, maka otomatis rasa keadilan tidak dapat diwujudkan pada setiap konsumen yang memerlukan perlindungan secara sama.
- 3) Keseimbangan juga masih mengalami kendala dalam usaha mewujudkannya, selama ini banyak kita jumpai beberapa data dan informasi yang tidak akurat mengenai barang atau jasa yang akan digunakan oleh konsumen, terutama pada segikualitas barang maupun jasa; sayangnya ketidak seimbangan atau ketidakadilan tersebut sulit untuk konsumen *e-commerce* untuk melakukan tindakan-tindakan hukum agar haknya didapatkan dengan baik.
- 4) Pada poin keselamatan dan keamanan khususnya bagi konsumen masih tetap mempunyai resiko tinggi, khususnya berkaitan dengan penyalagunaan data pribadi pasca transaksi elektronik yang dilakukan; ini salah-satu problem yang hingga saat ini terus terjadi dan cukup cepat perubahan kejadiannya, baik bentuk, waktu maupun motif kepentingannya.
- 5) Pada poin yang terakhir ini, tentang kepastian hukum bagi konsumen *e-commerce*, menjadi salah-satu pertanyaan besar; khususnya bagi

pemerintah dan para pihak berwenang. Karena sebagaimana kita ketahui, undang-undang yang ada masih belum mengatur secara spesifik mengenai perlindungan konsumen dengan transaksi elektronik.

Mochtar Kusumatmaja menegaskan, perlindungan konsumen merupakan bagian khusus dari hukum konsumen sebagai salah-satu hak yang melekat tanpa harus diperdebatkan yang di dalamnya terdapat keseluruhan asas dan kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen pada lingkup transaksi antara penyediaan dan penggunaan produk oleh konsumen dalam kehidupan bermasyarakat. Karena fungsi terpenting dari hukum ialah tercapainya keteraturan dalam kehidupan manusia sebagaimana terdapat pada setiap tujuan yang hendak dicapai oleh hukum tersebut sebagai poin utama dari diaturnya perlindungan konsumen.

2. Faktor Pemerintah

Perlindungan konsumen oleh beberapa tokoh dikatakan sebagai salah-satu tindakan yang diperlukan dalam rangka memberikan hak semua konsumen tentang kepastian hukumnya. Diatur pula dalam pasal 4 ayat (5 dan 6) UUPK bahwa konsumen berhak: 5). Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut; 6). Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen. Sejauh ini, berdasarkan uraian di atas, maka bentuk advokasi yang diberikan terutama untuk konsumen dalam transaksi elektronik atau *e-commerce* hamper tidak ada; karena selain peraturan perundang-undangan yang belum mengatur secara khusus sebagai respon atas kemajuan teknologi, juga dari perangkat hukum yang ada masing tumpang tindih dan pilih-pilih dalam melayani keluhan konsumen. Sebut saja konsumen pada level transaksi dengan nominal kecil tidak sedikit yang berahir tanpa adanya kepastian hukum. Selain itu, pemerintah selaku tampuk kebijakan yang di dalam undang-undang mempunyai kewajiban untuk melakukan pembinaan terhadap masyarakat berkenaan dengan pengetahuan konsumen melalui perangkat yang dibentuk dan berwenang, masih dirasa minim. Padahal geliat transaksi *e-commerce* pada berbagai lapisan masyarakat terus mengalami peningkatan yang tajam.

Satjipto Rahardjo berpendapat, bahwa perlindungan hukum ialah adanya upaya melindungi kepentingan para pihak melalui alokasi kekuasaannya untuk bertindak dalam rangka kepentingan perlindungan atas hak suatu pihak. Maka jika terdapat kebijakan yang dibuat oleh penguasa dalam hal ini ialah perlindungan hukum untuk para konsumen yang dalam perspektif Satjipto Raharjo merupakan distribusi kekuasaan yang dilebur dalam peraturan perundang-undangan. Akan tetapi hukum sebagai alokasi dari pihak pengasa yang masih menjumpai kekurangan atau kelemahan, seyogyanya penguasa mengambil tindakan atau langkah-langkah penting guna memperbaiki setiap kelemahan yang dijumpai pada peraturan perundang-undangan yang ada.

Pada pembahasan yang sama yakni tentang perlindungan konsumen, bis kita lihat di negara-negara maju pada Kawasan Eropa; salah-satunya Belanda

misalnya. Belanda mempunyai kenijakan yang cukup detail dan tegas mengenai perlindungan terhadap konsumen *e-commerce*. Hal tersebut tidak lepas dari komitmen pemerintah sebagai pemegang kebijakan sekaligus yang mempunyai tanggung jawab hukum terhadap warga negaranya yang menjadi konsumen dengan transaksi digital tersebut, pemerintah Belanda hadir melalui peraturan perundang-undangan khusus perlindungan konsumen *e-commerce*. Berikut diantara beberapa pasal yang diberlakukan oleh pemerintah Belanda sesuai petunjuk dari hukum yang diberlakukan oleh Uni Eropa terhadap seluruh negara anggotanya yang kemudian dituangkan ke dalam Buku 6 dan 7 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Belanda (Burgerlijk Wetboek) mengatur tentang transaksi penjualan, termasuk penjualan jarak jauh, misalnya online, telepon, dan faks di Belanda.

Sebagai bagian terpenting dalam perlindungan konsumen di Belanda; dalam hal tidak patuh terhadap ketentuan hukum yang ada, maka KUHPerdata Belanda mengikat secara hukum dan pelanggaran memiliki konsekuensi hukum yang bervariasi berdasarkan pelanggaran sehingga denda dan hukumannya berlaku secara tegas.

Hukum perlindungan konsumen di Belanda mempunyai ketegasan dan kejelasan sebegitu rincinya; termasuk ketegasannya bahwa Undang-undang perlindungan konsumen ini berlaku untuk perusahaan mana pun yang berbisnis dengan pelanggan di Belanda, di mana pun perusahaan itu berada; artinya undang-undang perlindungan Konsumen Belanda ini tidak mempunyai Batasan wilayah untuk pemberlakuannya. Bahkan semua situs web harus memberikan informasi spesifik, termasuk identifikasi perusahaan di tempat yang jelas dan mudah diakses. Informasi yang diperlukan termasuk alamat dan nomor Kamar Dagang; juga harus menyediakan harga dan fitur produk atau layanan, serta rincian pembayaran dan pengirimannya.

3. Faktor Penegak Hukum

Lemahnya penegakan hukum di Indonesia memberikan kesempatan yang luas serta ruang gerak bagi oknum pelaku usaha dan pelaku kejahatan untuk memperdayai konsumen. Saat ini lembaga yang telah menjalankan fungsi pengawasan terhadap penegakan perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia adanya Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia. Keberadaan Lembaga-lembaga tersebut ternyata selain juga tidak berfungsi secara optimal, juga cukup sering membuat para konsumen *e-commerce* kebingungan untuk melaporkan permasalahan transaksi dalam lingkup *e-commerce*.

Juga ternyata dalam praktiknya, sebagaimana Husna Zahir, Ketua Harian Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) di beberapa kesempatan di media ia mengungkapkan, bahwa tidak semua perkara konsumen dengan transaksi *e-commerce* dapat ditindak lanjuti; banyak hal yang menjadi penyebabnya, mulai

dari perkara yang masuk dalam ranah penipuan seperti pembayaran telah dilakukan namun barang tidak dikirim, kemudian pelaku usaha sulit ditelusuri dan seacamnya; sehingga penegakan hukum sebagai bentuk perlindungan terhadap konsumen *e-commerce* belum benar-benar efektif dan berjalan.

Padahal ada beberapa aspek penting yang perlu diperhatikan dalam penegakan hukum; Penegakan hukum bertujuan untuk penanggulangan kejahatan maka diperlukan perlindungan bagi masyarakat dari perbuatan anti sosial yang dapat merugikan dan membahayakan masyarakat; Penegakan hukum bertujuan untuk memperbaiki atau berusaha mengubah tingkah laku yang tadinya buruk menjadi baik, patuh pada hukum dan berguna dalam masyarakat, maka diperlukan perlindungan bagi masyarakat dari seseorang yang memiliki sifat berbahaya; Penegakan hukum bertujuan untuk mencegah terjadinya tindakan sewenang-wenang, maka diperlukan perlindungan bagi masyarakat terhadap penyalahgunaan sanksi atau reaksi dari penegak hukum maupun dari masyarakat pada umumnya; Penegakan hukum harus bisa menyelesaikan konflik, memulihkan keseimbangan dan mendatangkan kembali rasa damai dalam masyarakat.

4. Faktor Budaya

Budaya hukum yang dimaksud dapat menimbulkan kelemahan tersebut meliputi kesadaran hukum masyarakat dan pelaku usaha khususnya. Bagi konsumen, keamanan serta kenyamanan dalam menggunakan produk bagi barang maupun jasa serta adanya jaminan kepastian hukum yang diberikan kepada mereka sudah cukup untuk meningkatkan stabilitas perdagangan barang dan atau jasa tentunya dengan adanya dukungan kepercayaan terhadap penggunaan, pemanfaatan, pemakaian produk barang dan/atau jasa.

Melalui transaksi perdagangan ini konsep pasar tradisional (dimana penjual dan pembeli secara fisik bertemu) berubah menjadi konsep telemarketing (perdagangan jarak jauh melalui internet) *ecommerce* pun telah mengubah cara konsumen dalam memperoleh produk yang diinginkannya. Teknologi internet mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap perekonomian dunia. Perkembangan teknologi yang sangat pesat ini telah membawa banyak perubahan bagi pola kehidupan sebagian masyarakat Indonesia.

5. Faktor Sarana Prasarana

Berdasarkan realitas, sarana dan prasarana dalam rangka perlindungan terhadap konsumen pada dasarnya telah tersedia; mulai dari struktur hukum, aparat hukum, hingga pada Lembaga hukumnya. Namun kemudian, yang menjadi problem bersama, kenapa perlindungan konsumen dengan transaksi khusus *e-commerce* masih dapat dikatakan simpang-siur. Begitu juga Ketika kita dikaitkan dengan akses; mulai dari jarak keberadaan tempat Lembaga

perlindungan konsumen, akses digital yang tidak semua masyarakat atau konsumen dengan transaksi elektronik mampu secara mandiri mengoperasikan sehingga dapat menjangkau cara-cara alternatif dalam pelaporan melalui system berbasis digital. Akses pada lembaga terkait perlu untuk kemudian dipermudah, dimaksimalkan pelayanannya; bahkan besar atau kecilnya nilai dari kerugian yang diderita konsumen harus mempunyai bobot penindakan dan perlindungan yang sama dalam semua kasus konsumen dengan transaksi elektronik ini dalam rangka untuk mendapatkan perlindungan, kepastian, keadilan dan kemanfaatan hukum.

Pada sarana perundang-undangan, aspek hukum perlindungan konsumen yang terdapat dalam UUPK adalah mengenai aspek perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dan tanggung jawab pelaku usaha. Aspek perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha diatur dalam Pasal 8 s/d Pasal 17 UUPK. Aspek ini dapat diberlakukan apabila dapat dibuktikan bahwa barang dan/atau jasa yang diperdagangkan melanggar ketentuan ini.

Kemudian mengenai aspek tanggung jawab yang berlaku bagi pelaku usaha, apabila konsumen menerima barang yang diperjanjikan tidak sesuai yang diperjanjikan. Aspek tanggung jawab pelaku usaha diatur dalam Pasal 19 s/d Pasal 28. Mengenai aspek ini berlaku pada saat pelaku usaha melakukan hal yang merugikan konsumen. Namun kemudian, jika dibenturkan dengan posisi dari setiap konsumen dan pedagang atau pelaku usaha yang tidak pada tempat yang sama, bahkan berbeda negara ini kemudian menjadi tidak terakomodir oleh keberadaan UUPK tersebut, meski telah disebutkan pada setiap rumusan pasal terkait perlindungan kepada konsumen terkait.

6. Faktor Pendidikan Hukum

Faktor kelemahan konsumen selain kekosongan hukum adalah kurangnya kesadaran dari konsumen, ditandai dengan kurangnya edukasi mengenai konsumen; karena konsumen di Indonesia cukup beragam sehingga memerlukan pengawasan, pendampingan dan sosialisasi khusus. Konsumen dengan pemahaman hukum yang rendah akan menjadi sasaran empuk bagi pelaku usaha yang berorientasi bisnis, memberikan informasi yang tidak benar, menyesatkan sehingga pada akhirnya menimbulkan kerugian bagi konsumen. Konsumen dengan latar belakang pendidikan yang cukup pun jika berpandangan antipati terhadap produk hukum justru akan terjerumus ke dalam situasi dimana hukum tidak akan mempertahankan realitas kehidupan ekonomi masyarakat karena dipandang selalu menguntungkan pelaku usaha.

Berdasar pada uraian tersebut diatas, maka perlu diadakan Langkah-langkah nyata dalam melakukan rekonstruksi perlindungan hukum konsumen *e-commerce* sesuai dengan prinsip-prinsip keadilan yang ada:

1. Rekonstruksi Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi *E-commerce* Melalui Kebijakan Pemerintah untuk Mendukung Ekonomi Digital

Undang-undang perlindungan konsumen Indonesia, saat ini masih berlaku Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha telah diatur secara jelas dan tegas, meski khusus konsumen *e-commerce* masih dirasa kurang memberikan ketegasan. Pasal 4 dan Pasal 5 UU Perlindungan Konsumen mengatur tentang hak dan kewajiban konsumen, sedangkan Pasal 6 dan Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen mengatur tentang hak dan kewajiban pelaku usaha, artinya dalam undang-undang tersebut meski menitik beratkan pada perlindungan konsumen; juga ditegaskan tentang posisi dari pelaku usaha guna memberikan perlindungan dan menjaga martabat para konsumennya.

Aspek hukum perlindungan konsumen tersebut akan berlaku apabila di antara pelaku usaha dan konsumen berada dalam satu wilayah yurisdiksi yang sama yaitu yurisdiksi Indonesia. Masalah akan timbul apabila antara pelaku usaha dan konsumen memiliki yurisdiksi yang berbeda. Untuk pelaku usaha yang berada di luar wilayah Indonesia, sebenarnya tergantung kepada perjanjian antara para pihak yang telah disepakati sebelumnya. Biasanya dalam kontrak akan dimuat klausula *choice a law* (pilihan hukum), namun dari beberapa yang ada dilapangan, seperti halnya amazon.com, dalam klausula *condition of use* yang diterbitkannya, amazon.com menegaskan bahwa untuk setiap transaksi yang dijalankannya berlaku *The Law of State of Washington* sebagai pilihan hukumnya. UU Perlindungan Konsumen belum secara jauh mengatur tentang hal tersebut, dan apabila suatu ketika terjadi suatu sengketa maka instrument hukum yang tepat digunakan adalah menggunakan hukum perdata internasional, seperti perjanjian dan yurisprudensi sebagaimana diatur dalam hukum keperdataan internasional.

Berdasarkan hal tersebut, jelas posisi hukum perlindungan konsumen yang diberlakukan di Indonesia mempunyai banyak problem. Mulai dari keberadaan asas yang tidak dijalankan dengan seksama oleh perangkat hukum, proses layanan pengaduan yang cenderung rumit, khusus posisi konsumen *e-commerce* yang tidak mendapatkan kejelasan perlindungan, dan semua itu mengakibatkan pada kepastian hukum yang seharusnya diberikan kepada konsumen menjadi tidak dapat diwujudkan. Padahal Prof. Dr. Mochtar Kusumaatmadja, mengemukakan, bahwa perlindungan hukum konsumen merupakan keseluruhan asas dan kaidah hukum yang mengatur hubungan, penyediaan dan penggunaan produk barang atau jasa, antara penjual dan pembeli. Hukum perlindungan konsumen merupakan bagian

khusus dari hukum konsumen sebagai salah-satu hak yang melekat tanpa harus diperdebatkan yang di dalamnya terdapat keseluruhan asas dan kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen pada lingkup transaksi antara penyediaan dan penggunaan produk oleh konsumen dalam kehidupan bermasyarakat. Karena fungsi terpenting dari hukum ialah tercapainya keteraturan dalam kehidupan itu sendiri.

Berdasarkan fakta dalam transaksi *e-commerce*, *e-commerce* paling tidak memiliki lima konsep dasar sebagai *leading proses* berdasarkan asas, tujuan atau manfaatnya begitu juga yang sesuai dengan mobilitas kebutuhan konsumen maupun pelaku usaha pada era digital ini, diantara ke lima konsep dasar tersebut sebagai berikut:

1. *Automation* yakni otomasi bisnis proses sebagai pengganti proses manual (*enterprise resource planning*)
2. *Streamlining/ integration* merupakan proses yang terintegrasi untuk mencapai hasil yang efisien dan efektif (*just in time*)
3. *Publishing* menyangkut kemudahan berkomunikasi dan berpromosi untuk produk dan jasa yang di perdagangkan (*electronic cataloging*)
4. *Interaction* yaitu pertukaran informasi atau data antar pelaku bisnis dengan meminimalisasikan human error (*electronic data interchange*)
5. *Transaction* yang meliputi kesepakatan dua pelaku bisnis untuk bertransaksi dengan melibatkan institusi lain sebagai fungsi pembayar (*electronic payment*)

Konsep tersebut pada pandangan para ahli berkesinambungan dengan keberadaan asas-asas yang oleh para ahli dianggap sebagai asas khusus dalam transaksi *e-commerce*. Asas-asas tersebut diantaranya;

1. Asas otentitas merupakan asas yang digunakan untuk menjamin bahwa adanya pertukaran data antar para pihak dalam bentuk elektronik, benar-benar menunjukkan asal dari data elektronik tersebut.
2. Asas integritas yakni keberadaan dalam proses penyimpanan dan pengiriman data elektronik, isi dari data elektronik di maksud tidak boleh mengalami perubahan substansial dan harus terjamin kredibilitasnya.
3. Asas non repudasi yaitu bahwa keberadaan suatu pesan atau data yang telah dikirimkan satu pihak pada pihak lainnya tidak dapat disangkal keberadaannya oleh pihak yang mengirimkan pesan atau data tersebut pada pihak lain.
4. Asas rahasia yakni bahwa kerahasiaan isi daripada suatu pesan atau data-data elektronik yang dikirim dari satu pihak ke pihak lain yang berwenang adalah dijamin kerahasiaannya, yang mana kerahasiaan ini biasanya dijamin dengan adanya teknologi penyediaan informasi (*cryptography*)

Asas moral asas ini berperan dalam keseluruhan proses pelaksanaan kontrak elektronik, dimana moralitas berkaitan dengan

panggilan hati nurani dan perbuatan sukarela seseorang dalam memenuhi kewajiban dan tanggung jawabnya untuk memenuhi isi suatu perjanjian.

Diskursus perlindungan hukum sebagaimana dicetuskan oleh Mochtar Kusumaatmadja bahwa hukum selain merupakan suatu alat untuk memelihara ketertiban dalam masyarakat juga hukum harus dipahami sebagai sarana/*instrument* dalam rangka membangun masyarakat yang teratur. Karena hukum pada dasarnya bersifat memelihara dan mempertahankan yang telah tercapai. Fungsi ini diperlukan oleh masyarakat yang sedang membangun, karena terdapat nilai-nilai yang perlu dipelihara, dilindungi dan diamankan. Keterbelakangan tentang hukum yang menitikberatkan fungsi pemeliharaan ketertiban dalam arti statis, dan menekankan sifat konservatif dari suatu hukum, justru akan menganggap hukum tidak dapat berperan dalam proses pembaharuan sehingga membutuhkan pemahaman yang komprehensif agar tidak terjebak dalam pemahaman yang statis.

Dalam konteks kekosongan hukum dalam perlindungan hukum bagi konsumen *e-commerce*; perlindungan hukum sebagaimana dikatakan oleh Mochtar tersebut dalam rangka memelihara atau menciptakan keteraturan di masyarakat mutlak diperlukan pembaharuan hukum sebagai bentuk kepastian hukum bagi konsumen *e-commerce*. Sebagaimana telah dijelaskan pada sub-bahasan sebelumnya, bahwa saat ini peraturan perundang-undangan tentang perlindungan konsumen dan undang-undang yang mempunyai kaitan dengan perlindungan konsumen tidak dapat memberikan kepastian hukum sehingga tidak dapat mewujudkan keteraturan yang dimaksud sebagai fungsi utama dari hukum itu sendiri.

Teori hukum pembangunan yang diciptakan oleh Mochtar Kusumaatmadja pada dasarnya menitik beratkan pada dua konsep sebagai dasar sekaligus inti dari diskursus teori hukum pada lingkup perlindungan konsumen, yakni:

- 1) Ketertiban atau keteraturan dalam pembaharuan atau pembangunan hukum benar-benar merupakan suatu hal yang diinginkan dan dibutuhkan secara mutlak oleh khalayak masyarakat.
- 2) Hukum sebagai kaidah yakni dengan kata lain hukum sebagai peraturan mempunyai fungsi sebagai alat pengatur atau sarana pembangunan agar segala bentuk kegiatan manusia yang dikehendaki dapat terarah ke arah pembaharuan dengan konstituen.

Pemerintah sebagaimana telah penulis sampaikan, pada dasarnya mempunyai kaidah atau dasar hukum mengenai perlindungan konsumen yakni pada undang-undang perlindungan konsumen/ UUPK No. 8 tahun 1999, ada Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 yakni tentang perubahan atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 dan undang-undang No. 7 tahun 2014 tentang Perdagangan. Akan tetapi undang-undang tersebut tidak dapat dijadikan patokan/ ukuran sebagai pedoman perlindungan

terhadap konsumen e-commerce. Karena undang-undang tersebut tidak dengan jelas menyebutkan konsumen yang dimaksud selain konsumen dengan transaksi konvensional. Selain itu juga masih terdapat beberapa kelemahan diantaranya:

- a. Terbatas secara yurisdiksi.
- b. Tentang klausula baku yakni setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan serta ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha.
- c. Bersifat intern sebagaimana dijelaskan bahwa kebijakan perdagangan disusun berdasarkan asas kepentingan nasional.
- d. Tidak mengatur tentang pengingkaran dalam suatu perjanjian yang dibuat melalui media elektronik.
- e. Tidak mampu mengakomodir perkembangan di sektor teknologi.
- f. Belum mampu memberikan perlindungan secara pasti mengenai data atau identitas pribadi konsumen.
- g. Banyaknya pengaduan masyarakat dan tidak sedikit juga yang belum tuntas penanganannya.
- h. Pada system pengaduan masih terlalu rumit karena banyaknya badan yang mempunyai kewenangan pada beberapa aspek keluhan konsumen.

Disamping itu, pemerintah juga sebenarnya selain telah membentuk badan-badan atau komite untuk melindungi konsumen, juga telah ada perangkat hukum lain seperti aparat penegak hukum, institusi peradilan dan sebagainya. Akan tetapi semua perangkat hukum yang ada tidak dapat berbuat banyak dalam merealisasikan perlindungan terhadap konsumen e-commerce; karena secara kaidah Indonesia masih belum mempunyai patokan yang pasti atau tegas untuk dijadikan payung keadilan dan kepastian hukum bagi para konsumen e-commerce.

2. Keadilan Sebagai Wujud Perlindungan Hukum Konsumen *E-commerce* di Indonesia

Undang-Undang No, 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sejatinya telah mengatur mengenai hak dan kewajiban konsumen serta tanggungjawab pelaku usaha dalam transaksi secara konvensional. Adanya arus globalisasi, perlindungan hak-hak konsumen yang dapat dilakukan dalam transaksi secara konvensional menjadi terancam dikarenakan adanya perluasan wilayah perdagangan, pembaharuan sistem transaksi, dan tidak ada tatap muka secara langsung kepada pelaku usaha. Karena itu dibutuhkan peraturan perundang-undangan baru yang lebih jelas mengatur mengenai perlindungan konsumen utamanya dalam hal data pribadi saat sedang bertransaksi di *e-commerce*. Sebagai respon terhadap perlindungan konsumen di era *e-commerce*, maka diterbitkanlah Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan

Transaksi Elektronik yang sebagaimana telah diubah dalam UU No, 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Dengan adanya UU tersebut menjadi gerbang awal dalam perlindungan konsumen *e-commerce* di Indonesia.

Perwujudan perlindungan konsumen *e-commerce* sebagai bentuk keadilan dalam perlindungan konsumen yang saat ini berlaku di Indonesia menurut Muchsin terbagi atas dua hal; yakni upaya secara preventif dan represif. Upaya preventif dilakukann sebagai pencegahan atas pelanggaran hak-hak dalam hal ini ialah hak konsumen *e-commerce*. Adapun secara garis besar upaya preventif terbagi atas penyusunan regulasi yang baik, adanya peningkatan pengetahuan dari pihak konsumen hingga pembuatan kontrak/ perjanjian antara pihak konsumen dan pelaku usaha. Sementara, upaya represif dilakukan bila terjadi pelanggaran atas hak-hak konsumen yang dapat dilakukan melalui jalur litigasi da non-litigasi. Upaya-upaya preventif yang dapat dilakukan untuk melindungi konsumen, yakni:

1. Penciptaan sistem perlindungan konsumen yang informatif dan memenuhi kepastian hukum, sistem ini memerlukan itikad baik dari pihak penyedia jasa, serta pelaku usaha. Karena dengan menimbulkan lingkungan yang baik dan informatif, konsumen akan merasa aman untuk ikut dalam proses transaksi *e-commerce*.
2. Perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha, selain melindungi konsumen juga perlu adanya perlindungan yang seimbang kepada pelaku usaha.
3. Peningkatan kualitas barang dan jasa, hal ini menjadi langkah preventif untuk mencegah terjadinya sengketa akibat tidak sesuai kualitas barang dan/atau jasa dengan yang dipaparkan di situs maupun aplikasi *e-commerce*.
4. Perlindungan hukum konsumen dari praktik usaha yang menyesatkan, UU Perlindungan Konsumen, UU ITE serta UU Perdagangan menjadi bagian dari peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai perlindungan konsumen utamanya dalam hal ini dari praktik-praktik usaha yang menyesatkan dan merugikan hak-hak konsumen *e-commerce*.
5. Hingga memadukan penyelenggaraan, pengembangan, serta pengaturan perlindungan hukum konsumen dengan bidang-bidang lainnya.

Tentu saja upaya secara preventif tidak akan cukup meliputi seluruh kegiatan *e-commerce*, karena di dunia yang seluas ini tentu akan ada itikad buruk dari oknum-oknum terkait yang menyebabkan kerugian di salah satu bahkan beberapa pihak. Karena itu dibutuhkan adanya perlindungan secara represif. Bentuk perlindungan represif konsumen *e-commerce* di Indonesia dapat digunakan saat terjadi wanprestasi antara pihak konsumen dan pelaku usaha. Wanprestasi ini dapat terjadi bila ada pelanggaran atas kesepakatan *e-commerce* antara konsumen dan pelaku usaha, misalnya terjadinya ketidaksesuaian barang yang dikirim, pengiriman yang terlambat, hingga adanya eksploitasi dalam perjanjian yang telah

disepakati sebelumnya. Dalam hal ini, konsumen dapat menempuh dua cara yakni litigasi dan non litigasi.

Secara litigasi, konsumen dapat mengajukan gugatan di pengadilan yang dasar hukumnya terletak pada Pasal 38 Ayat 1 UU ITE yang berbunyi “Setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan sistem elektronik dan/atau menggunakan teknologi informasi yang menimbulkan kerugian” dan Pasal 45 Ayat 1 UUPK yang berbunyi “Setiap konsumen yang dirugikan bisa menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha ataupun melalui peradilan yang berada di lingkungan umum”. Dan secara non-litigasi menurut Pasal 47 UUPK, konsumen dapat menyelesaikan persengketaan melalui kesepakatan di luar pengadilan mengenai bentuk ataupun besar kerugian dan tindakan-tindakan tertentu yang menjamin tidak akan lagi terjadi kerugian yang diderita oleh konsumen.

F. Kesimpulan

1. Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi *E-commerce* Melalui Kebijakan Pemerintah untuk Mendukung Ekonomi Digital belum berbasis nilai Kepastian hukum dan keadilan yang tidak kunjung terwujud dalam perlindungan hukum bagi konsumen/ belum ada keadilan bagi konsumen *e-commerce* disebabkan oleh; 1). Jelas pada asas kemanfaatan masih belum dirasakan menyeluruh. 2). Dari manfaat yang dirasakan hanya oleh beberapa pihak, maka otomatis rasa keadilan tidak dapat diwujudkan. 3). Keseimbangan juga masih mengalami kendala dalam usaha mewujudkannya. 4). Pada poin keselamatan dan keamanan khususnya bagi konsumen masih tetap mempunyai resiko tinggi, khususnya berkaitan dengan penyalagunaan data pribadi pasca transaksi elektronik. 5). Pada poin yang terakhir ini, tentang kepastian hukum bagi konsumen *e-commerce*, menjadi salah-satu pertanyaan besar.
2. Kelemahan pada tataran undang-undangan perlindungan konsumen *e-commerce* diantaranya; a. Pada lingkup ketentuan hukum mengenai pelaku usaha, UUPK khususnya masih terbatas pada pelaku usaha pada wilayah hukum Indonesia. b. Undang-undang perlindungan konsumen juga sebagaimana diketahui juga mengatur tentang klausula baku yakni setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan serta ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen. c. UU Perdagangan tersebut yang menyatakan bahwa “Kebijakan perdagangan disusun berdasarkan asas kepentingan nasional. d. Pemerintah melalui UUIITE no. 8 tahun 2011 jo Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik; secara spesifik juga belum mengatur tentang pengingkaran dala suatu

perjanjian yang dibuat melalui media elektronik atau dalam transaksi elektronik seperti pada *e-commerce*; sehingga terdapat kekosongan norma. e. 1). Bahwa perundang-undangan yang ada khususnya UUPK saat ini tidak mampu mengakomodir perkembangan di sector teknologi. 2). Kelemahan berikutnya ialah karena undang-undang yang ada belum mampu memberikan perlindungan secara pasti mengenai data atau identitas pribadi. 3). Banyaknya pengaduan dari masyarakat; BPKN yang bertindak hanya sebagai penerima pengaduan, merasa tidak bisa berbuat lebih dan menimbulkan kebingungan dikalangan masyarakat.

3. Hukum perlindungan konsumen di Indonesia masih terbatas pada konsumen dengan tipe transaksi konvensional. Sedangkan saat ini perkembangan dunia industri atau usaha jauh meninggalkan kenyataan peraturan perundang-undangan yang ada, terutama berkaitan dengan perlindungan konsumen. Sehingga mutlak dalam wilayah perlindungan konsumen *e-commerce* yang kegiatan transaksinya dapat terjadi hingga lintas yurisdiksi hukum yang ada; diperlukan adanya suatu pembaharuan hukum. Secara filosofis, konsumen tersebut merupakan individu yang mempunyai hak untuk tetap dapat memenuhi standar hidup melalui kebutuhan dan pemenuhan kebutuhannya sendiri.

G. Saran-Saran

1. Kepada para pihak pemangku jabatan khususnya di lingkungan Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), agar memperhatikan kenyataan-kenyataan di lapangan dalam membuat peraturan perundang-undangan khususnya dalam lingkup undang-undang perlindungan konsumen dengan transaksi digital/ *online* yang juga dikenal dengan konsumen *e-commerce*. Karena jika telah berangkat dari fakta yang ada di lapangan yakni konsumen *e-commerce* di Indonesia saat ini masih belum mempunyai konsep perlindungan hukum yang kuat atau pasti, sehingga masih belum ada keadilan bagi para konsumen *e-commerce* yang mengalami kerugian/ dirugikan oleh pihak-pihak terkait transaksi *e-commerce*.
2. Kepada para pelaku bisnis dengan pola transaksi digital atau *online*, agar benar-benar memperhatikan etika berbisnis yang baik dan saling melindungi kepentingan bersama dan kerahasiaan data semua pihak mengingat di dalam transaksi *e-commerce* tidak hanya menyangkut kepentingan bisnis semata, namun terdapat hak dan kewajiban lain yang harus ditunaikan seperti menjaga kerahasiaan data para konsumennya dan lain sebagainya; meskipun belum ada ketentuan khusus dalam perlindungan konsumen *e-commerce*.
3. Untuk masyarakat umum khususnya yang bertindak sebagai konsumen dengan transaksi *online/e-commerce*; agar bersikap teliti, waspada dan extra-hati-hati berkaitan dengan transaksi yang dilakukan, sehingga tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan. Selain itu juga agar mempelajari dan memahami dengan menyeluruh tentang hak dan kewajiban serta aturan-aturan lainnya yang berkaitan dengan pola transaksi *online* atau digital.

H. Implikasi Kajian Disertasi

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikemukakan implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Implikasi teoritis

- a. Diskusi mengenai perlindungan konsumen *e-commerce* khususnya di Indonesia dari berbagai disiplin dan pendekatan sebagai konsekuensi yang harus dipertanggung jawabkan oleh pemerintah selaku pihak yang bertanggung jawab karena kewenangannya dalam menentukan kebijakan khususnya kebijakan hukum; nyatanya hingga saat ini masih belum memenuhi tuntutan keadilan bagi para konsumen. Hal ini terlihat dari beberapa undang-undang yang masing multi tafsir dan universal; sehingga kenyataan konsumen tanpa perlindungan masih menjadi problem di Indonesia khususnya dalam transaksi konsumen *e-commerce*.
- b. Peraturan perundang-undangan yang ada masih terdapat beberapa kelemahan saat diimplementasikan ke ranah perlindungan konsumen *e-commerce* sehingga para konsumen merasa belum mendapat perlindungan pada saat terjadi pelanggaran hukum oleh pihak pengusaha dengan transaksi *online*. Misalnya dalam UU ITE tidak secara spesifik mengatur mekanisme pemrosesan kasusnya, dalam UU perdagangan masih lebih kepada transaksi konvensional dan beberapa badan yang berwenang dalam pengaduan kasus perlindungan konsumen *e-commerce* masih terlalu rumit dan multi tafsir di masyarakat. Hal inilah yang masih dirasa kebijakan pemerintah yang ada tidak mengakomodir kepentingan dan kebutuhan konsumen dalam transaksi *e-commerce*.
- c. Pada penelitian ini penulis juga memakai teori rekonstruksi perlindungan hukum konsumen dalam transaksi *e-commerce* dari pengembangan grand teori pembangunan hukum Prof. Dr. Kusumaat Madja. Berdasarkan analisa menggunakan teori ini, penulis menemukan fakta-fakta baru dan implikasi teori yang tidak hanya sebagai alat analisa. Diantara temuan tersebut secara implikatif, kenyataan hukum sebagai objek kajian dalam penelitian ini terjadi karena kesalahan dan ketidak adaan upgrad data sesuai dengan perkembangan jaman, terutama aktivitas dalam dunia digital, sehingga hukum yang ada saat ini tentang perlindungan konsumen tidak dapat mengakomodir perlindungan hukum konsumen dalam transaksi *e-commerce*.

2. Implikasi praktis

- a. Masyarakat saat ini tidak boleh tidak harus berhadapan dengan kenyataan digital yang merambah ke dunia transaksi elektronik. Namun kenyataan lain mengatakan, bahwa transaksi yang dilakukan oleh konsumen dalam transaksi *e-commerce* tidak sejalan dengan kebutuhan dasar sebagai konsumen elektronik; misalnya kebutuhan perlindungan yang belum ada sehingga jika

terjadi pelanggaran hukum penindakannya masih ngambang atau dasar hukumnya masih tari-menarik; hingga lembaga yang ada-pun berpendapat serupa, bahwa hukum perlindungan konsumen saat ini masih belum bisa diterapkan dalam transaksi elektronik.

- b. Tentang teori pembangunan hukum sebagai langkah rekonstruksi hukum perlindungan konsumen, masih relevan untuk dipergunakan, terutama saat penulis menyandingkan dengan konsep filosofi yang ada dalam Pancasila dan UUD 1945 sebagai roh sekaligus nafas bangsa Indonesia.



SUMMARY

A. Background Issue

The growth of internet users in the era of disruption 4.0 is a fact that makes the internet an effective medium for companies and individuals to introduce and goods selling or services to consumers. Electronic commerce or what is known as e-commerce is a modern business model that does not need to present business people physically or face to face and does not use original signatures. Transactions are simply done using electronic media, namely internet media. The party providing the offer in electronic commerce is the seller who in this case offers his merchandise through a website that is designed to be attractive for a stopover. All internet users (netters) can freely enter to browse the virtual store or to buy items they need or are interested in.

Modern trade through the Internet requires legal protection for consumers in e-commerce transactions in Indonesia, it is felt important, based on at least three reasons, namely: First, the changing way of transactions in the business world, which was originally based in the real world, then developed into the virtual world (maya), which gives rise to various kinds of new legal problems for consumers in trade transactions in Indonesia, where consumers often do not have a strong bargaining position and place consumers in a weak position. Second, legal protection of consumer rights in e-commerce transactions in Indonesia cannot be provided by one legal aspect alone, but by a legal system capable of providing simultaneous and comprehensive protection, with comparisons in various countries. Third, e-commerce transactions do not have geographic boundaries, so consumers in e-commerce transactions in Indonesia need a form of legal protection for consumers in dispute resolution to fight for their rights.

The value of e-commerce in Indonesia in 2016 is estimated to reach 30 billion US dollars or equivalent to Rp. 395 trillion. This figure is predicted to increase to 130 billion US dollars or equivalent to Rp. 1.714 trillion in 2020. A country must regulate legal protection for consumers, based on considerations of actuality and urgency, to create the level of certainty required in business transactions and protect the rights of consumers of e-commerce transactions. Legal protection of consumer rights in e-commerce transactions cannot be provided by one legal aspect alone, but by a legal system capable of providing simultaneous and comprehensive protection.

Many problems occur as expressed by the East Java Regional Police Frans Barung Mangera, so here is an example of a case regarding consumer protection in e-commerce transactions: Crime acts of fraud through online transactions and embezzlement are carried out in the jurisdiction of the Malang Resort Police. The perpetrators use many modes to ensnare their victims and the losses can reach hundreds of millions of rupiah. Borrowing data from the Malang City Police in 2019, the Resort Police received 195 reports with details, 95 cases of fraud and 100 cases of embezzlement. Temporary data and from January to July 2019 there were 195 cases

reported by the public to the police. A total of 95 cases of fraud and 100 cases of embezzlement. Head of Criminal Investigation Unit of Malang Police, AKBP Dony Alexander, said that most of the fraud was dominated by online buying and selling, fake online tickets, car embezzlement cases and several other frauds. For cases of online fraud, Damus said, it is not easy to uncover the case. Especially if the victim is deceived through social media, SMS, WA or via telephone. The difficulty experienced by the police, namely the lack of identity of the perpetrator who was given by the victim. Perpetrators and victims generally do not know each other, so it is difficult for us to identify the perpetrators. "Most of the perpetrators are outside the area," he added. As for accounts as evidence of transactions between victims and perpetrators, most of them are purely fictitious. The data can be falsified easily by these individuals. "What we can do check the account number and cellphone of the perpetrator first. After that, we will provide a letter of application for blocking the account in the name of the perpetrator.

The case shows that the physical existence of the store and the identity of business actors cannot be traced, because in e-commerce transactions, trade is indeed in cyberspace where transactions are carried out without meeting buyers, namely consumers and sellers/producers. The existence of a store that is not real or a virtual store makes fraudulent business actors able to carry out fraudulent actions. In addition, the lack of clarity on the identity of business actors is considered to provide an opportunity or opportunity to commit fraud so that it can harm consumers.

The presence of problems in e-commerce transactions makes the author want to know what preventive protection can be done so as to minimize fraud that exists in e-commerce transactions. To overcome this, it is necessary to know and pay attention to what causes until now there are still many frauds, as well as violations in the realm of consumer protection in e-commerce transactions. Regarding the many losses experienced by e-commerce consumers, Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection in the State Gazette of the Republic of Indonesia of 1999 Number 42 (hereinafter referred to as UUPK) also needs to be investigated further. Because there have been many cases regarding consumer protection in e-commerce transactions, but until now there has been no further settlement. In the end, this was confirmed by the examination of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection of the 1945 Constitution of the Republic of Indonesia with Case Number: 65/PUU-XIII/2015. The case was filed because there is no clear information regarding the name or identity of the business actor, complete domicile so that he cannot demand accountability. This shows that there is a legal vacuum in the UUPK regarding the absence of clear data/information regarding the identity of business actors.

The existence of UUPK needs to be reviewed because the characteristics of e-commerce require special attention and handling. Requires special handling because there is a paradigm shift in conventional or traditional law in modern trade such as e-commerce. The shift occurs because it has not been fully accommodated by conventional or traditional law itself.

According to Edmon Makarim, the paradigm shift is not adequate by conventional or traditional law. According to Edmon Makarim, there are three things that have caused the paradigm shift, namely: "the shift from written characters to unwritten characters, the shift from document form to non-document and the shift from conventional characters to e-based".

This shift can be seen that the inability of traditional law in carrying out its regulatory and controlling functions of information technology such as e-commerce. The inability of conventional or traditional law will be able to influence and disrupt order and justice and can negate legal certainty.

Seeing this shift, there are two problems raised by the author to be investigated further. The first problem is regarding legal protection for e-commerce consumers. Various problems are faced by e-commerce consumers because they experience a weak position. The weak position here is due to the different characteristics of e-commerce transactions, namely not meeting consumers and business actors, and not seeing goods directly. In addition, e-commerce transactions are trade without borders, meaning that transactions can be carried out across national borders or borderless, therefore it is difficult to have clarity on the identity of business actors, so that e-commerce transactions are considered to provide opportunities or opportunities to commit fraud. Responding to the inequality experienced by consumers and business actors in e-commerce transactions, it is necessary to review the laws and regulations in Indonesia regarding consumer protection in the laws and regulations in Indonesia.

The second problem is the existence of e-commerce transactions in the form of cashback or cashback promos that are often found on e-commerce sites or online buying and selling used by a group of people to gain profits by cheating with fictitious transactions between gang members that cause new problems, this is greatly affects the national economy because based on available data (source: CNN Polda Jatim dated July 19, 2019) that e-commerce trade has increased every year and in previous years. The chaos of e-commerce transactions is due to the absence of firm action from the government that provides clear regulations to business actors and e-commerce consumers. In addition, e-commerce transactions are very important considering that most of the movements in the real economy sector. Based on existing data, the growth and development of e-commerce really needs to be controlled with government intervention, both through policies and implementation in the form of laws. This is in the end, when a policy is issued by the government, the policy must be in favor of e-commerce consumers, because e-commerce consumers are at a weak point and are easily harmed by e-commerce business actors.

Seeing the two problems that occur above in the e-commerce transaction, the author wants to examine this as part of the dissertation. So, the author gives the title "Reconstruction of Consumer Legal Protection in e-commerce Transactions Through Government Policies to Support a Just Digital Economy".

B. Statements of The Problems

4. Why does e-commerce consumer protection through government policies was not guarantee legal certainty and justice?
5. What are the weaknesses in consumer legal protection in e-commerce transactions to support the growth of a just digital economy in Indonesia?
6. How is the reconstruction of consumer legal protection in e-commerce transactions through government policies to support a just digital economy in Indonesia?

C. Purposed of The Problems

The objectives to be achieved from this research are:

1. To identify, find and analyze forms of e-commerce consumer protection through government policies that can also provide benefits for the government itself and also benefits for e-commerce consumers.
2. To find out and philosophically analyze the forms of weaknesses in consumer legal protection in e-commerce transactions to support the growth of a just digital economy in Indonesia.
3. To understand and construct consumer legal protection in e-commerce transactions through government policies to support a just digital economy in Indonesia.

D. Research Methods

The paradigm in this study uses the constructivism paradigm (legal constructivism) which views truth as a relative legal reality. This type of research is descriptive analysis, namely in this legal research the researcher refers to normative legal research that focuses on juridical-normative aspects; This research focuses on the legislation, both the Consumer Protection Act, the ITE Law and the Trade Law comprehensively. This research uses a philosophical approach, a statute approach, a legal comparative approach, and a conceptual approach.

In this study, using the types and sources of data as well as the steps for collecting legal materials and analyzing descriptively which include: First, the collection of legal materials is carried out by taking an inventory or collecting legal materials, then classifying reading materials by sorting out the required legal materials. Furthermore, this research uses systematization, namely arranging in such a way the existing legal materials to make it easier to read and explore the issues discussed. Second, discuss sharply a problem by using deductive method of reasoning. This method is used for normative juridical research, meaning a reasoning that starts from general things obtained from laws, principles, norms so as to produce specific answers. While the data analysis method used is a qualitative method. In this case, the qualitative method is the process of conducting research using a basic methodology to study a social phenomenon based on the existing reality, the reality in question is the current legal materials that have been collected and categorized

according to their groups and then compiled systematically. Legal materials that have been analyzed are linked back to the framework and research objectives so that conclusions can be obtained as research results. The formulation is described with the concept or form of legal certainty in accordance with the perspective of economic law.

E. Research Results

Consumer protection with e-commerce transactions in Indonesia is still relatively weak as a result of the existing legal basis, because it is deemed unclear so that it does not fully accommodate all current consumer interests. The following are 6 factors of weak e-commerce consumer protection:

1. E-commerce Consumer Legal Certainty Factors

The government has basically emphasized the legal protection of consumers through several of these laws. Article 1 paragraph (1) of the UUPK states that what is meant by consumer protection is all forms of efforts made in order to provide legal certainty for consumers. The ITE Law is also emphasized in article 38 paragraph (1) of the ITE Law that "everyone can file a lawsuit against the party that organizes the Electronic System and/or uses Information Technology that causes losses." Then it is emphasized in Article 39 paragraph (1) of the ITE Law which states that civil lawsuits are carried out in accordance with the provisions of the legislation. This shows that, although there is no specific mention of e-commerce transactions, especially in the ITE Law regarding dispute resolution resulting from e-commerce transactions; In fact, legally, a principle known as the principle of *lex specialis derogate legi generalis* has been applied, namely if the special law regarding transactions through electronic media does not regulate the legal consequences of transactions through electronic media that violate the contents of the agreement, then the general rule of law that is equal and on the same level can be applied.

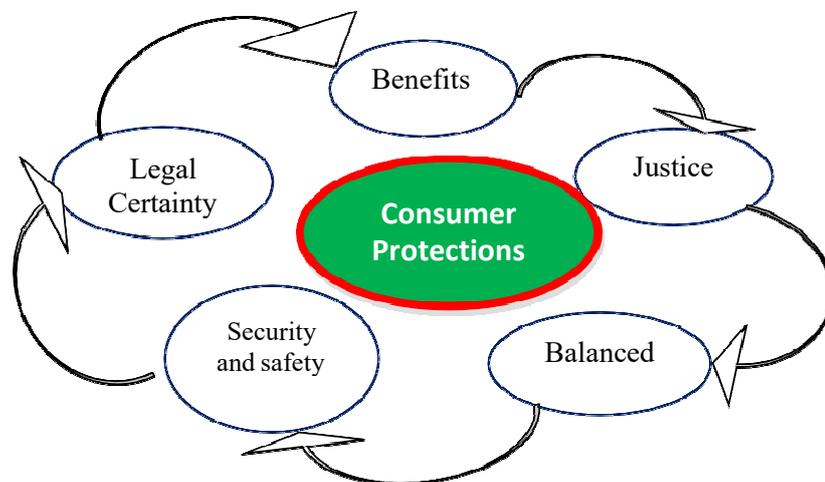
For example, in this scope, the parties who feel disadvantaged, especially the consumers, can take civil law. While in the trade law, the government emphasizes in particular on Article 65 "it is obligatory for e-commerce business actors to provide complete and correct data and/or information." This means that every business actor is required in carrying out his business to pay attention to the provisions of the legislation, including the provision of information regarding his business or the product to be transacted so as not to create loopholes for fraud or disobedience to the law.

With regard to information that must be fulfilled by business actors, including: business actors must state clearly; Identity and legality of business actors as producers or distribution business actors; Technical requirements of the goods offered; Technical requirements or qualifications for the Services offered; Price and method of payment for goods and/or services; and how to deliver the goods. In Article 65 of the Trade Law paragraph (5) the government provides directions, namely; if there is a dispute related to a trade transaction through an

electronic system, the person or business entity experiencing the dispute can resolve the dispute through the courts or through other dispute resolution mechanisms justified by law. This means that the government has not specifically regulated legal certainty or legal disputes in the area of e-commerce consumers, although in several articles in the UUPK, UITE mentions the basic concept of protection made by the government through national legal policies.

Based on the principle of consumer protection as stipulated in the UUPK contained in article 2, namely:

1. The principle of benefit
This principle is intended to mandate that all efforts in implementing consumer protection must provide the maximum benefit for the interests of consumers and business actors as a whole.
2. The principle of justice
This principle is intended so that the participation of all people can be realized maximally and provide opportunities for consumers and business actors to obtain their rights and carry out their obligations fairly.
3. The principle of balance
This principle is intended to create a balance between the interests of consumers, business actors, and the government in a material and spiritual sense. The implementation of consumer protection is expected to accommodate all kinds of interests of consumers, business actors and the government in a balanced way, both from the regulatory aspect and consumer protection norms that exist in the community.
4. The principle of consumer safety and security
This principle is intended to provide guarantees for security and safety to consumers in the use, use, and utilization of goods and/or services that are consumed or used.
5. The principle of legal certainty
This principle is intended so that business actors and consumers obey the law and obtain justice in implementing consumer protection and the state guarantees legal certainty.



Based on the basic points that are considered as a whole, there are still some weaknesses in the reality of the application of e-commerce consumer protection law, especially why the protection of consumers has not been maximized. Among of them:

- 1) It is clear that the benefit principle is still not fully felt, because law enforcement is still a complaint apart from certain types of consumers who take action.
- 2) From the benefits that are felt by only a few parties, the automatic sense of justice cannot be realized for every consumer who needs the same protection.
- 3) Balance is also still experiencing obstacles in the effort to make it happen, so far we have encountered some inaccurate data and information about goods or services that will be used by consumers, especially in terms of the quality of goods and services; Unfortunately, this imbalance or injustice is difficult for e-commerce consumers to take legal actions so that their rights are obtained properly.
- 4) At the point of safety and security, especially for consumers, they still have a high risk, especially with regard to the misuse of personal data after electronic transactions are carried out; This is one of the problems that continues to this day and is changing quite quickly, in terms of form, timing and motives for the interests of the individual.
- 5) At this last point, regarding legal certainty for e-commerce consumers, becomes one of the big questions; especially for the government and the authorities. Because as we know, the existing laws still do not specifically regulate consumer protection with electronic transactions.

Mochtar Kusumatmaja emphasized that consumer protection is a special part of consumer law as one of the inherent rights without having to be debated in which there are all the principles and rules that regulate and protect consumers in the scope of transactions between the supply and use of products by consumers in social life. Because the most important function of the law is the achievement of order in human life as contained in every goal to be achieved by the law as the main point of regulating consumer protection.

2. Government Factors

Consumer protection by several figures is said to be one of the necessary actions in order to give all consumers the rights of legal certainty. It is also regulated in Article 4 paragraphs (5 and 6) of the UUPK that consumers have the right to: 5). The right to get advocacy, protection, and efforts to resolve consumer protection disputes properly; 6). The right to receive consumer training and education. So far, based on the description above, there are almost no forms of advocacy given to consumers in electronic transactions or e-commerce; because in

addition to laws and regulations that have not specifically regulated in response to technological advances, there are also legal instruments that are overlapping and selective in serving consumer complaints. Call it consumers at the transaction level with a small nominal, not a few who end up without legal certainty. In addition, the government as the head of policy which in the law has the obligation to provide guidance to the public regarding consumer knowledge through established and authorized devices, is still considered minimal. Even though the stretch of e-commerce transactions at various levels of society continues to experience a sharp increase.

Satjipto Rahardjo argues that legal protection is an effort to protect the interests of the parties through the allocation of power to act in the interest of protecting the rights of a party. So, if there is a policy made by the authorities in this case is legal protection for consumers which in Satjipto Raharjo's perspective is the distribution of power that is merged in the legislation. However, the law as an allocation from the ruling party who still encounters deficiencies or weaknesses, the authorities should take important actions or steps to correct any weaknesses found in the existing laws and regulations.

In the same discussion concerning consumer protection, we can see developed countries in the European Region; the Netherlands for example. The Netherlands has a fairly detailed and firm policy regarding the protection of e-commerce consumers. This is inseparable from the government's commitment as a policy holder as well as those who have legal responsibility for their citizens who become consumers with digital transactions, the Dutch government is present through legislation specifically for the protection of e-commerce consumers. The

following are some of the articles imposed by the Dutch government in accordance with the instructions from the law imposed by the European Union on all its member countries which are then included in Books 6 and 7 of the Dutch

Civil Code (*Burgerlijk Wetboek*) which regulate sales transactions, including distance sales. remotely, for example online, telephone and fax in the Netherlands.

As an important part of consumer protection in the Netherlands; in the case of non-compliance with existing legal provisions, the Dutch Civil Code is legally binding and violations have legal consequences that vary based on the violation so that fines and penalties apply strictly.

The consumer protection law in the Netherlands has such firmness and clarity in detail; including its assertion that this consumer protection law applies to any company that does business with customers in the Netherlands, regardless of where the company is located; This means that the Dutch Consumer Protection Act does not have regional boundaries for its application. In fact, all websites must provide specific information, including company identification, in a clear and easily accessible place. The required information includes the address and number of the Chamber of Commerce; must also provide the price and features of the product or service, as well as payment and delivery details.

3. Law Enforcement Factors

The weakness of law enforcement in Indonesia provides wide opportunities and space for business actors and criminals to deceive consumers. Currently, the institution that has carried out the supervisory function on the enforcement of consumer protection in e-commerce transactions in Indonesia is the Indonesian Consumers Foundation. The existence of these institutions, apart from not functioning optimally, also quite often makes e-commerce consumers confused about reporting transaction problems within the scope of e-commerce.

It also turns out that in practice, as Husna Zahir, Chairman of the Indonesian Consumers Foundation (YLKI) on several occasions in the media, he revealed that not all consumer cases with e-commerce transactions can be followed up; many things are the cause, ranging from cases that fall into the realm of fraud such as payments that have been made but the goods are not delivered, then business actors are difficult to trace and so on; so that law enforcement as a form of protection for e-commerce consumers has not been really effective and running well.

Whereas there are several important aspects that need to be considered in law enforcement; Law enforcement aims to prevent crime, it is necessary to protect the community from anti-social acts that can harm and endanger the community; Law enforcement aims to improve or try to change behavior that was bad to be good, obedient to the law and useful in society, it is necessary to protect the community from someone who has a dangerous nature; Law enforcement aims to prevent arbitrary actions from occurring, so protection is needed for the community against misuse of sanctions or reactions from law enforcement and the community in general; Law enforcement must be able to resolve conflicts, restore balance and bring back a sense of peace in society.

4. Culture Factors

The legal culture in question can cause these weaknesses, including the legal awareness of the community and business actors in particular. For consumers, security and comfort in using products for goods and services as well as the guarantee of legal certainty provided to them are sufficient to increase the stability of trade in goods and or services, of course with the support of trust in the use, utilization, use of goods and/or services products.

Through this trade transaction the concept of a traditional market (where sellers and buyers physically meet) turned into the concept of telemarketing (distance trading via the internet) e-commerce has also changed the way consumers get the products they want. Internet technology has a huge influence on the world economy. This very rapid technological development has brought many changes to the lifestyle of some Indonesian people.

5. Infrastructure Factors

Based on the reality, facilities and infrastructure for the protection of consumers are basically already available; starting from the legal structure, legal

apparatus, to the legal institutions. But then, the common problem is why consumer protection with special e-commerce transactions can still be said to be confusing. Likewise, when we are associated with access; starting from the distance where the consumer protection institution is located, digital access that not all people or consumers with electronic transactions are able to operate independently so that they can reach alternative ways of reporting through a digital-based system. Access to related institutions needs to be made easier, and their services maximized; even the large or small value of the loss suffered by the consumer must have the same weight of action and protection in all consumer cases with this electronic transaction in order to obtain protection, certainty, justice and legal benefits.

In terms of legislation, the legal aspects of consumer protection contained in the UUPK are aspects of prohibited acts for business actors and the responsibilities of business actors. Aspects of actions that are prohibited for business actors are regulated in Article 8 to Article 17 of the UUPK. This aspect can be applied if it can be proven that the goods and/or services traded violate this provision.

Then regarding the aspect of responsibility that applies to business actors, if the consumer receives the promised goods that are not in accordance with the agreement. Aspects of the responsibility of business actors are regulated in Article 19 to Article 28. Regarding this aspect, it applies when business actors do things that harm consumers. But then, if it is clashed with the position of every consumer and trade or business actor who is not in the same place, even different countries then become unaccommodated by the existence of the UUPK, even though it has been mentioned in each formulation of articles related to the protection of the relevant consumers.

6. Legal Education Factors

The consumer's weakness factor in addition to the legal vacuum is the lack of awareness from consumers, marked by a lack of education about consumers; because consumers in Indonesia are quite diverse so that they require special supervision, assistance and socialization. Consumers with low legal understanding will become easy targets for business-oriented business actors, providing incorrect, misleading information so that in the end it causes harm to consumers. Consumers with sufficient educational background even if they have an antipathy view of legal products will actually fall into a situation where the law will not maintain the reality of people's economic life because it is seen as always benefiting business actors.

Based on the description above, it is necessary to take concrete steps in reconstructing the legal protection of e-commerce consumers in accordance with the existing principles of justice:

3. Reconstruction of Consumer Legal Protection in E-commerce Transactions Through Government Policies to Support the Digital Economy

The Indonesian consumer protection law is currently still in effect the Law of the Republic of Indonesia Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection. The rights and obligations of consumers and business actors have been clearly and firmly regulated, although specifically for e-commerce consumers, it is still felt that they do not provide firmness. Article 4 and Article 5 of the Consumer Protection Law regulates the rights and obligations of consumers, while Article 6 and Article 7 of the Consumer Protection Law regulates the rights and obligations of business actors, meaning that even though the law focuses on consumer protection; It also emphasized the position of business actors to provide protection and maintain the dignity of their consumers.

The legal aspects of consumer protection will apply if the business actors and consumers are in the same jurisdiction, namely the jurisdiction of Indonesia. Problems will arise if business actors and consumers have different jurisdictions. For business actors who are outside the territory of Indonesia, it actually depends on the agreement between the parties that has been previously agreed. Usually, the contract will contain a choice a law clause (choice of law), but from some in the field, such as amazon.com, in the condition of use clause it issues, amazon.com confirms that for every transaction it executes, The Law of State applies. of Washington as his choice of law. The Consumer Protection Law has not yet regulated this matter, and if a dispute occurs, the appropriate legal instrument to use is to use international civil law, such as treaties and jurisprudence as regulated in international civil law.

Based on this, it is clear that the position of the consumer protection law applied in Indonesia has many problems. Starting from the existence of principles that are not carried out carefully by legal instruments, the complaint service process that tends to be complicated, specifically the position of e-commerce consumers who do not get clear protection, and all of that results in the legal certainty that should be given to consumers cannot be realized. Even though Prof. Dr. Mochtar Kusumaatmadja, argued that consumer legal protection is the entire legal principle and rule governing the relationship, supply and use of goods or services, between sellers and buyers. Consumer protection law is a special part of consumer law as one of the inherent rights without having to be debated in which there are all the principles and rules that regulate and protect consumers in the scope of transactions between the supply and use of products by consumers in social life. Because the most important function of law is to achieve order in life itself.

Based on the facts in e-commerce transactions, e-commerce has at least five basic concepts as a leading process based on the principles, objectives or benefits as well as those that are in accordance with the mobility needs of consumers and business actors in this digital era, among the five basic concepts as follows:

1. Automation, namely automation of business processes as a substitute for manual processes (enterprise resource planning)
2. Streamlining/integration is an integrated process to achieve efficient and effective results (just in time)
3. Publishing concerns the ease of communication and promotion of traded products and services (electronic cataloging)
4. Interaction, namely the exchange of information or data between business people by minimizing human error (electronic data interchange)
5. Transaction which includes an agreement between two business actors to transact by involving other institutions as the payment function (electronic payment)

The concept in the view of experts is continuous with the existence of principles which are considered by experts as special principles in e-commerce transactions. These principles include;

1. The principle of authenticity is the principle used to ensure that the exchange of data between the parties in electronic form truly shows the origin of the electronic data.
2. The principle of integrity, namely the existence in the process of storing and sending electronic data, the contents of the intended electronic data must not undergo substantial changes and its credibility must be guaranteed.
3. The principle of non-repudiation, namely that the existence of a message or data that has been sent by one party to another cannot be denied by the party who sent the message or data to the other party.
4. The principle of secrecy is that the confidentiality of the contents of a message or electronic data sent from one party to another authorized party is guaranteed to be confidential, which confidentiality is usually guaranteed by the existence of information technology (cryptography).
5. This moral principle plays a role in the entire process of implementing an electronic contract, where morality is related to the call of conscience and a person's voluntary actions in fulfilling his obligations and responsibilities to fulfill the contents of an agreement.

The discourse on legal protection, as sparked by Mochtar Kusumaatmadja, states that in addition to being a tool to maintain order in society, law must also be understood as a means/instrument in order to build an orderly society. Because the law is basically to maintain and maintain what has been achieved. This function is needed by a developing community,

because there are values that need to be preserved, protected and secured. The backwardness of the law which emphasizes the function of maintaining order in a static sense, and emphasizes the conservative nature of a law, will actually assume that the law cannot play a role in the renewal process so that it requires a comprehensive understanding so as not to be trapped in a static understanding.

In the context of a legal vacuum in legal protection for e-commerce consumers; Legal protection, as stated by Mochtar, in order to maintain or create order in society, it is absolutely necessary to renew the law as a form of legal certainty for e-commerce consumers. As has been explained in the previous sub-discussion, that currently laws and regulations concerning consumer protection and laws relating to consumer protection cannot provide legal certainty so that they cannot realize the intended order as the main function of the law itself.

The legal theory of development created by Mochtar Kusumaatmadja basically focuses on two concepts as the basis as well as the core of the legal theory discourse in the scope of consumer protection, namely:

- 1) Order or order in the renewal or development of law is really something that is absolutely desired and needed by the public.
- 2) Law as a rule, in other words, law as a regulation has a function as a regulatory tool or a means of development so that all forms of desired human activities can be directed towards renewal with constituents.

The government, as the author has stated, basically has a rule or legal basis regarding consumer protection, namely the consumer protection law / UUPK no. 8 of 1999, there is Law no. 19 of 2016 concerning amendments to Law no. 11 of 2008 and Law No. 7 of 2014 concerning Trade. However, the law cannot be used as a benchmark/measurement as a guideline for the protection of e-commerce consumers. Because the law does not clearly state the intended consumers other than consumers with conventional transactions. In addition, there are still some weaknesses, including:

- a. Limited jurisdiction.
- b. Regarding standard clauses, namely any rules or conditions and conditions that have been prepared and determined in advance unilaterally by business actors.
- c. Internal in nature as explained that trade policies are prepared based on the principle of national interest.
- d. Does not regulate the denial in an agreement made through electronic media.
- e. Unable to accommodate developments in the technology sector.
- f. Has not been able to provide definitive protection regarding consumer personal data or identity.
- g. The number of public complaints and not a few also have not been completed handling.

- h. The complaint system is still too complicated because there are many agencies that have authority on several aspects of consumer complaints.

In addition, the government has actually formed other bodies or committees to protect consumers, there are also other legal instruments such as law enforcement officials, judicial institutions and so on. However, all existing legal instruments cannot do much in realizing the protection of e-commerce consumers; because according to the rules, Indonesia still does not have a definite or firm standard to be used as an umbrella for justice and legal certainty for e-commerce consumers.

4. Justice as a Form of Legal Protection for E-commerce Consumers in Indonesia

Law No. 8 of 1999 concerning Consumer Protection has actually regulated the rights and obligations of consumers and the responsibilities of business actors in conventional transactions. With the current of globalization, the protection of consumer rights that can be carried out in conventional transactions is threatened due to the expansion of the trading area, renewal of the transaction system, and no direct face to face with business actors. Therefore, new laws and regulations are needed that more clearly regulate consumer protection, especially in terms of personal data when transacting in e-commerce. As a response to consumer protection in the e-commerce era, Law no. 11 of 2008 concerning Information and Electronic Transactions as amended in Law No. 19 of 2016 concerning Amendments to Law no. 11 of 2008 concerning Information and Electronic Transactions. With the existence of this law, it becomes the initial gate in the protection of e-commerce consumers in Indonesia.

The e-commerce consumer protection embodiment as a form of justice in consumer protection that currently applies in Indonesia according to Muchsin is divided into two things; namely preventive and repressive efforts. Preventive efforts are carried out as a prevention of violations of rights in this case the rights of e-commerce consumers. Broadly speaking, preventive efforts are divided into the preparation of good regulations, increasing knowledge from the consumer side to making contracts/agreements between consumers and business actors. Meanwhile, repressive efforts are carried out if there is a violation of consumer rights which can be carried out through litigation and non-litigation channels. Preventive measures that can be taken to protect consumers are:

1. The creation of a consumer protection system that is informative and meets legal certainty, this system requires good faith from the service provider, as well as business actors. Because by creating a good and informative environment, consumers will feel safe to participate in the e-commerce transaction process.

2. Protection of the interests of consumers and business actors, apart from protecting consumers, it is also necessary to have a balanced protection for business actors.
3. Improving the quality of goods and services, this is a preventive measure to prevent disputes due to the incompatibility of the quality of goods and/or services with those described on the site or e-commerce application.
4. Legal protection of consumers from misleading business practices, the Consumer Protection Law, the ITE Law and the Trade Law are part of the laws and regulations governing consumer protection, especially in this case from business practices that are misleading and detrimental to consumer rights e-commerce.
5. To integrate the implementation, development, and regulation of consumer legal protection with other fields.

Of course, preventive efforts will not be sufficient to cover all e-commerce activities, because in this wide world, of course, there will be bad intentions from related individuals that cause harm to one or even several parties. Therefore, repressive protection is needed. This form of repressive protection for e-commerce consumers in Indonesia can be used when there is a default between the consumer and the business actor. This default can occur if there is a violation of the e-commerce agreement between consumers and business actors, for example the occurrence of incompatibility of goods sent, late deliveries, to exploitation in the previously agreed upon agreement. In this case, consumers can take two ways, namely litigation and non-litigation.

In litigation, consumers can file a lawsuit in court whose legal basis lies in Article 38 Paragraph 1 of the ITE Law which reads "Anyone can file a lawsuit against a party that operates an electronic system and/or uses information technology that causes losses" and Article 45 Paragraph 1 of the UUPK which reads "Every consumer who is harmed can sue business actors through institutions tasked with resolving disputes between consumers and business actors or through courts in the public environment". And in non-litigation according to Article 47 of the UUPK, consumers can settle disputes through an agreement outside the court regarding the form or amount of loss and certain actions that guarantee that there will be no more losses suffered by consumers.

F. Conclusions

1. Consumer Legal Protection in E-commerce Transactions Through Government Policy to Support the Digital Economy has not been value-based Legal certainty and justice have not been realized in legal protection for consumers/there is no justice for e-commerce consumers due to; 1). It is clear that the benefit principle is still not fully felt. 2). From the benefits that are felt by only a few parties, the automatic sense of justice cannot be realized. 3). Balance is also still experiencing obstacles in the effort to make it happen. 4). At the point of safety and security, especially for consumers, they still have a high risk, especially with regard to the

- misuse of personal data after electronic transactions. 5). At this last point, about legal certainty for e-commerce consumers, becomes one of the big questions.
2. Weaknesses at the level of e-commerce consumer protection legislation include; a. Within the scope of legal provisions concerning business actors, the UUPK in particular is still limited to business actors in the Indonesian jurisdiction. b. The consumer protection law also as it is known also regulates standard clauses, namely any rules or conditions and conditions that have been prepared and determined in advance unilaterally by business actors as outlined in a document and/or agreement that is binding and must be fulfilled by consumers. . c. The Trade Law states that “Trade policies are prepared based on the principle of national interest. d. The government through UUTE no. 8 of 2011 in conjunction with Law of the Republic of Indonesia Number 19 of 2016 concerning Amendments to Law Number 11 of 2008 concerning Information and Electronic Transactions; also specifically has not regulated the denial in an agreement made through electronic media or in electronic transactions such as in e-commerce; so there is a norm void. e. 1). That the existing legislation, especially the UUPK, is currently unable to accommodate developments in the technology sector. 2). The next weakness is that the existing laws have not been able to provide definitive protection regarding personal data or identity. 3). The number of complaints from the public; BPKN, which acts only as a recipient of complaints, feels that it cannot do more and creates confusion among the public.
 3. Consumer protection law in Indonesia is still limited to consumers with conventional transaction types. Meanwhile, the development of the industrial or business world is far from the reality of existing laws and regulations, especially those related to consumer protection. So that it is absolutely in the area of consumer protection for e-commerce, where transaction activities can occur across existing legal jurisdictions; a legal reform is needed. Philosophically, the consumer is an individual who has the right to still be able to meet the standard of living through the needs and fulfillment of his own needs.

G. Suggestions

1. For stakeholders, especially within the House of Representatives (DPR), to pay attention to the realities on the ground in making laws and regulations, especially in the scope of the consumer protection law with digital/online transactions, also known as e-commerce. Because if you have departed from the facts on the ground, namely e-commerce consumers in Indonesia currently still do not have a strong or definite concept of legal protection, so there is still no justice for e-commerce consumers who have suffered losses / are harmed by the parties. related to e-commerce transactions.
2. To business people with digital or online transaction patterns, to really pay attention to good business ethics and to protect mutual interests and data confidentiality of all parties considering that e-commerce transactions do not only concern business interests, but there are rights and other obligations that must be

fulfilled such as maintaining the confidentiality of consumer data and so on; although there are no special provisions in e-commerce consumer protection.

3. For the general public, especially those who act as consumers with online/e-commerce transactions; to be thorough, vigilant and extra-cautious with regard to transactions made, so that unwanted things do not happen. In addition, to study and understand thoroughly about the rights and obligations as well as other rules related to online or digital transaction patterns.

H. Implications of the Dissertation Study

Based on the results of these studies, the theoretical and practical implications can be stated as follows:

1. Theoretical implications

- a. Discussions regarding the protection of e-commerce consumers, especially in Indonesia from various disciplines and approaches as a consequence that must be accounted for by the government as the responsible party because of its authority in determining policies, especially legal policies; in fact, until now it still has not met the demands of justice for consumers. This can be seen from several laws, each of which has multiple interpretations and is universal; so that the reality of consumers without protection is still a problem in Indonesia, especially in e-commerce consumer transactions.
- b. The existing laws and regulations still have some weaknesses when implemented in the realm of e-commerce consumer protection so that consumers feel they have not received protection when there is a violation of the law by entrepreneurs with online transactions. For example, the ITE Law does not specifically regulate the mechanism for processing cases, in the trade law it is still more conventional transactions and several bodies authorized to complain about e-commerce consumer protection cases are still too complicated and have multiple interpretations in the community. It is still felt that the existing government policies do not accommodate the interests and needs of consumers in e-commerce transactions.
- c. In this study, the author also uses the theory of reconstruction of consumer legal protection in e-commerce transactions from the development of the grand theory of legal development by Prof. Dr. Kusumaat Madja. Based on the analysis using this theory, the author finds new facts and implications of the theory which is not only an analytical tool. Among these findings, implicitly, the legal reality as the object of study in this study occurs due to errors and the absence of data uploads in accordance with the times, especially activities in the digital world, so that the current law on consumer protection cannot accommodate consumer legal protection in transactions. e-commerce.

2. Practical implications

- a. Today's society must not but have to deal with digital realities that have penetrated into the world of electronic transactions. But another fact says that the transactions made by consumers in e-commerce transactions are not in line with the basic needs as electronic consumers; for example the need for protection that does not yet exist so that if there is a violation of the law, the action is still floating or the legal basis is still interesting; even existing institutions have the same opinion, that the current consumer protection law still cannot be applied in electronic transactions.
- b. Regarding the theory of legal development as a step in the reconstruction of consumer protection law, it is still relevant to be used, especially when the author juxtaposes it with the philosophical concepts contained in Pancasila and the 1945 Constitution as the spirit and breath of the Indonesian nation.



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUT.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAKSI	x
ABSTRACT	xi
RINGKASAN.....	xii
SUMMARY.....	xxxii
DAFTAR ISI	1
DAFTAR TABEL	1iii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Permasalahan	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan Penelitian	15
D. Kegunaan Penelitian	16
E. Kerangka Konsep	17
1. Konsep Perlindungan Konsumen	18
2. Konsep tentang <i>e-commerce</i>	32
3. Konsep Kebijakan Pemerintah	48
F. Kerangka Teori	54
1. Grand Theory: Keadilan Pancasila dan Islam	55
2. Middle Theory: Teori Efektivitas Hukum	63
3. Applied Theory: Teori Perlindungan Hukum, Teori Perundang-Undangan, <i>Social Engineering</i>	68

G. Kerangka Pikir	92
H. Metode Penelitian	94
1. Paradigma Penelitian	94
2. Jenis Penelitian	95
3. Metode Pendekatan Penelitian	96
4. Jenis dan Sumber Data	96
5. Metode Pengumpulan Data.....	97
6. Metode Analisis Data	98
I. Sistematika Penulisan	98
J. Orisinalitas Penelitian	101

BAB II KAJIAN PUSTAKA..... 105

A. Teori dan Pengertian Hukum Pembangunan (<i>Social Engineering</i>) Keperluan Hukum	105
B. Undang-Undang Perlindungan Konsumen	117
C. Konsep Perlindungan Konsumen.....	129
D. Konsep Kebijakan Pemerintah.....	138
E. Metode Pembayaran dalam Transaksi <i>e-commerce</i>	144
F. Teori dan Pengertian Perdagangan secara elektronik/ <i>e-commerce</i>	150
G. Pengaturan Hukum Perdagangan Secara Elektronik.....	152
H. Konsep <i>e-commerce</i>	155

BAB III PENERAPAN DAN KENYATAAN PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN E-COMMERCE BELUM BERKEADILAN 166

A. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen.....	166
B. Bentuk Perdagangan secara Elektronik: <i>Business to Business</i> <i>Dan Business to Consumer Transaction</i> , serta Keterbukaan Informasi.....	177
C. Pengaturan Perundang-undangan Perlindungan Konsumen <i>e-commerce</i> dalam Konteks Validitas Kontrak Elektronik .	182
D. Hubungan dengan Saat Kontrak Elektronik Ditutup	192
E. Penerapan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi	

<i>e-commerce</i> Belum Berkeadilan	195
F. Keadilan dalam Informasi Syarat Kontrak Perdagangan Secara Elektronik dalam Hubungan Perlindungan Konsumen	208
G. Posisi Konsumen dalam Transaksi <i>e-commerce</i>	218
BAB IV KELEMAHAN-KELEMAHAN PERLINDUNGAN KONSUMEN <i>E-COMMERCE</i> MELALUI KEBIJAKAN PEMERINTAH SAAT INI.....	226
A. Faktor Kepastian Hukum Konsumen <i>e-commerce</i>	226
B. Faktor Kebijakan Pemerintah	250
C. Faktor Penegak Hukum	274
D. Faktor Budaya.....	277
E. Faktor Sarana Prasarana	278
F. Faktor Pendidikan Hukum.....	281
BAB V REKONSTRUKSI PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN OMMERCE YANG BERKEADILAN DI INDONESIA..	284
A. Rekonstruksi Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi <i>e-commerce</i> Melalui Kebijakan Pemerintah untuk Mendukung Ekonomi Digital Indonesia.....	284
B. Keadilan Sebagai Wujud Perlindungan Hukum Konsumen <i>e-commerce</i> di Indonesia	311
BAB VI PENUTUP	329
A. Simpulan	329
B. Saran	333
C. Implikasi Kajian.....	334
DAFTAR PUSTAKA.....	337

DAFTAR BAGAN DAN TABEL

Bagan Pembangunan Hukum untuk Perlindungan Konsumen <i>E-commerce</i> ..	301
Tabel 1. Kerangka Pikir.....	92
Tabel 2. Rekonstruksi Kebijakan Pemerintah	302



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Pertumbuhan pengguna internet pada era distrupsi 4.0 yang sedemikian pesat adalah suatu kenyataan yang membuat internet menjadi media yang efektif bagi perusahaan maupun perseorangan untuk memperkenalkan dan menjual barang atau jasa kepada konsumen. Perdagangan secara elektronik atau yang dikenal dengan *e-commerce* merupakan model bisnis modern yang tidak perlu menghadirkan pelaku bisnis secara fisik atau *face to face* dan tidak memakai tanda tangan asli. Transaksi cukup dilakukan dengan menggunakan media elektronik yaitu media internet. Pihak yang memberikan penawaran dalam perdagangan secara elektronik adalah pihak penjual yang dalam hal ini menawarkan barang-barang dagangannya melalui *website* yang dirancang agar menarik untuk disinggahi. Semua pihak pengguna *internet (netter)* dapat dengan bebas masuk untuk melihat-lihat toko *virtual* tersebut atau untuk membeli barang yang mereka butuhkan atau minati.¹

Namun perlu diketahui sebelum membahas hal tersebut diatas tidak bisa di pungkiri tanpa melihat sejarah dan fenomena yang terjadi sebelumnya yaitu perdagangan di dunia diawali dengan sistem *barter* yaitu pertukaran barang dengan barang. Sistem barter adalah metode kuno yang diadopsi oleh orang-orang untuk bertukar layanan mereka dan barang. Sistem ini digunakan selama

¹ Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2003), hal. 225.

berabad-abad, sebelum penemuan uang. Pada zaman kuno, sistem barter merupakan fenomena lokal, yang melibatkan orang di lokasi yang sama, yang sekarang disebut dengan pasar. Perdagangan kian berkembang sampai pada akhirnya penemuan uang muncul dan digunakan sebagai nilai tukar dari barang yang diinginkan, perdagangan seperti ini terjadi sampai dengan sekarang, kemudian perdagangan ini disebut sebagai perdagangan konvensional. Perdagangan konvensional yaitu transaksi antara penjual dan pembeli yang bertemu secara langsung, yang mana selalu menuntut kehadiran fisik dengan batas tertentu. Perdagangan secara konvensional dilakukan dalam pasar tradisional. Ciri-ciri pasar tradisional adalah adanya pembeli dan penjual yang bertemu secara langsung, transaksi terjadi secara langsung, mekanisme transaksinya dilakukan dengan tawar-menawar, dan menyediakan segala macam barang.

Perdagangan kemudian berkembang lagi ditandai dengan adanya fenomena kemajuan teknologi informasi yang menglobal dan merambah pada semua aspek kehidupan. Tidak dapat dipungkiri bahwa kemajuan teknologi informasi mempengaruhi proses perjalanan peradaban perdagangan yang semakin modern. Perkembangan teknologi informasi ini ditandai dengan hadirnya *Interconnected Network (Internet)* yang dapat mempercepat dan mempermudah penyebaran teknologi informasi ke seluruh dunia. Penggunaan internet bukan hanya terbatas pada pemanfaatan informasi dan teknologi dalam hitungan detik, namun setiap kejadian atau berita dapat diakses oleh siapapun dan dimanapun dalam waktu saat itu juga. Salah satu pemanfaatan informasi dan teknologi adalah sebagai sarana pengenalan ataupun penyampaian informasi

serta dalam ekonomi dan bisnis-bisnis. Arus perkembangan yang cepat dalam bidang teknologi perangkat keras dan perangkat lunak komputer, telah menjadikan *internet* sebagai media bisnis yang tidak terhindarkan dan menjadi kebutuhan vital.²

Kehadiran teknologi informasi *in casu internet* telah melakukan lima perubahan mendasar bagi dunia ekonomi, bisnis, dan perdagangan, baik di negara-negara yang menganut sistem hukum *common law* maupun *civil law*. Berbagai keunggulan yang dimiliki internet menawarkan peluang besar bagi negara-negara berkembang, seperti Indonesia, untuk mengembangkan pasar, baik di dalam maupun di luar negeri seperti ekspor.³

Jay folder mencontohkan, untuk perluasan pasar ke luar negeri lewat internet memungkinkan perusahaan-perusahaan domestik untuk melaksanakan aktivitas perdagangan internasional dengan biaya yang lebih murah. Demikian pula dengan pasar di dalam negeri, internet memberikan peluang bagi perusahaan-perusahaan domestik untuk mengembangkan pasar dengan terbukanya akses yang tidak terbatas pada informasi, sumberdaya, komunikasi dan iklan. Perdagangan yang semacam ini bisa disebut dengan perdagangan modern karena melibatkan teknologi yang canggih untuk bisa meraih penyebaran pasar yang lebih luas. Tidak dapat dipungkiri bahwa teknologi yang

² Arsyad Sanusi, *Konvergensi Iluktan dan Teknologi Informasi*, (Jakarta: The Indonesian Research, 2007), hlm 143

³ Jay Folder & Patrick Quirk, *Electronic Commerce and The Law*, (Sidney: John Wiley & Sons, 2001), hlm. 31

diciptakan, berkembang seiring dengan kebutuhan manusia dalam mempermudah hidup dari yang sebelumnya.⁴

Perdagangan modern melalui *Internet* tersebut akhirnya berkembang menjadi sebuah *trend* dalam masyarakat seperti adanya jual beli atau transaksi perdagangan melalui media elektronik dan jejaring sosial seperti *website*, *facebook*, *Instagram*, *Whatsup* dll. Melalui media elektronik dan jejaring sosial tersebut masyarakat bisa bertindak langsung sebagai pedagang atau pelaku usaha dengan mengunggah foto dari barang-barang yang dijual ditawarkan tanpa pergi dan berpindah ke suatu tempat tertentu. Perdagangan transaksi elektronik tersebut dalam bahasa Inggris biasa disebut sebagai *Electronic Commerce* atau disingkat dengan *e-commerce*.

Perdagangan modern melalui *Internet* membutuhkan perlindungan hukum bagi konsumennya dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia,⁵ dirasakan penting, paling tidak didasarkan tiga alasan, yaitu: Pertama, berubahnya cara transaksi dalam dunia bisnis, yang semula berbasis di dunia nyata, kemudian dikembangkan ke dunia *virtual* (maya), yang melahirkan berbagai macam permasalahan hukum yang baru bagi konsumen dalam transaksi perdagangan di Indonesia, di mana konsumen sering tidak memiliki posisi tawar yang kuat dan menempatkan konsumen dalam posisi yang lemah.⁶

⁴ Hikmahanto Juwana, *Hukum Ekonomi dan Hukum Internasional*, (Jakarta: Lentara Hati, 2002) hlm. 23

⁵ M. Arsyad Sanusi, *E-Commerce Hukum dan Solusinya* (Bandung: Mizan Geafika Sarana, 2001), hlm 14-16.

⁶ Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal e-Commerce* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2000), hlm 2

Kedua, perlindungan hukum terhadap hak-hak konsumen dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia tidak dapat diberikan oleh satu aspek hukum saja, melainkan oleh suatu sistem hukum yang mampu memberikan perlindungan yang simultan dan komprehensif, dengan perbandingan di berbagai negara. Ketiga, dalam transaksi *e-commerce* tidak mempunyai batas-batas geografis, sehingga konsumen dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia memerlukan bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam penyelesaian sengketa untuk memperjuangkan hak-haknya.⁷

Mengutip pendapat David Baum dalam tulisan Onno W Purbo dan Aang Wahyudi mengatakan:⁸

"E-commerce is dynamic set of technologies business process and applications, that link enterprises, consumers, and communities through electronic transaction and the electronic exchange of services, goods and information".

Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* adalah satu set teknologi yang dinamis, proses bisnis dan aplikasi yang menghubungkan perusahaan dengan konsumen serta komunitas yang lain melalui transaksi elektronik, baik dalam perdagangan barang, pelayanan maupun informasi yang dilakukan secara elektronik. Pendapat lain dikemukakan oleh Kalakota dan Whinston mengenai definisi *e-commerce*, yaitu:⁹

Aktifitas pengiriman komunikasi dan informasi, produk/jasa, alat pembayaran yang dilakukan melalui telepon, jaringan komputer atau sarana

⁷ Hasan Alwi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Ketiga (Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional, Balai Pustaka, 2002), hlm 108.

⁸ Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal e-Commerce* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2000), hlm 2

⁹ Kalakota & Whinston, *Frontiers of Electronic Commerce*, (Massachusetts: Addison -Wesley Publishing Company Inc, 1996), hlm. 10-22

elektronik lainnya; Berupa proses bisnis dengan mengaplikasikan teknologi untuk melakukan transaksi bisnis atau alur kerja; Sarana yang memungkinkan perusahaan dan manajemen perusahaan untuk menurunkan biaya pelayanan; Sarana yang memungkinkan dilakukannya penjualan dan pembelian produk dan informasi melalui internet dan layanan-layanan *online* lainnya. *E-commerce* lahir karena tuntutan masyarakat terhadap pelayanan yang serba cepat, mudah praktis, dan menghendaki kualitas yang lebih baik.

Dalam transaksi *e-commerce* diciptakan transaksi bisnis yang lebih praktis tanpa kertas (*paperless*) dan dalam transaksi *e-commerce* dapat tidak bertemu secara langsung (*face to face*) para pihak yang melakukan transaksi, sehingga dapat dikatakan *e-commerce* menjadi penggerak ekonomi baru dalam bidang teknologi. Selain keuntungan tersebut, aspek negatif dan pengembangan ini adalah berkaitan dengan persoalan keamanan dalam bertransaksi dengan menggunakan media *e-commerce*.¹⁰

E-commerce merupakan perkembangan teknologi informasi yang salah satu bentuknya adalah transaksi perdagangan yang paling banyak diminati. Melalui transaksi perdagangan *e-commerce* konsep pasar tradisional (pembeli dan penjual bertemu secara fisik) kemudian berubah menjadi konsep *telemarketing* yaitu perdagangan jarak jauh dengan menggunakan internet.

Kegiatan perdagangan dari *e-commerce* ini merupakan hal yang baru dalam bidang perdagangan (*e-business*) dan pemasaran (*e-marketing*) karena transaksi bisnis dapat dilakukan tanpa bertemu secara langsung (*face to face*)

¹⁰ Atip Latifullah, "Perlindungan Data Pribadi dalam Perdagangan Secara Elektronik (*e-Commerce*)" *Jurnal Hukum Bisnis*, Vol. 18, Maret 2002, hlm 24.

antara penjual dan pembeli. Melalui perdagangan *e-commerce* semua founalitas yang biasa digunakan dalam transaksi konvensional dapat dikurangi atau dihilangkan. Hal ini diperkuat dengan pandangan Abu Bakar Munir yang membedakan *e-commerce* dari perdagangan konvensional;

“There are several features which distinguish electronic commerce from business conducted by traditional means. In particular: electronic commerce establishes a global marketplace, where traditional geographic boundaries are not only ignored, they are suite simply irrelevant”.

Pandangan Abu Bakar Munir ini mengungkapkan secara eksplisit bahwa ada beberapa keistimewaan yang dapat dibedakan antara arti *e-commerce* dengan perdagangan tradisional yaitu secara khusus *e-commerce* lebih membuka perdagangan secara global dibandingkan dengan perdagangan tradisional yang terbatas. Bukan artinya perdagangan tradisional tidak dipedulikan lagi namun hampir tidak sesuai lagi dengan keadaan jaman sekarang.

E-commerce dari segi waktu dan sistem pembayarannya pun sangat efektif dan menghemat waktu, sehingga dari strategi pemasaran *e-commerce* dapat terdiri dari 4P yaitu : *Product, Price, Placement* dan *Promotion*. Hal tersebut sangatlah efektif karena tidak perlu membutuhkan Tempat (*Placement*) yang strategic ataupun luas dan Promosi (*Promotion*) yang sangat bisa menghemat biaya dan waktu. *e-commerce* sendiri terbagi atas dua segmen yaitu : *Business to Business e-commerce* (perdagangan yang dilakukan antara pelaku usaha dengan

pelaku usaha), serta *Business to Consumer e-commerce* (perdagangan yang dilakukan antara pelaku usaha dengan konsumen).¹¹

Pada perdagangan ini pelaku usaha atau penjual, konsumen maupun negara diuntungkan dengan adanya *e-commerce*. Seperti diakui oleh Peter Dicken yang menyatakan:

“Technological change is at the heart of the process of economic growth and economic development” Sebagaimana diakui pula oleh Alfin Toiler sebagai berikut: “Technological change is the prime motor capitalism; the great growling engine of change.”

Dilihat dan sejarah perkembangannya *e-commerce* ini telah dilakukan sejak tahun 1960an antar perusahaan-perusahaan besar yang telah memiliki jaringan sendiri. Pada pertengahan 1990 *e-commerce* mulai digunakan dalam perdagangan internasional dimulai di Amerika Serikat yang mengembangkan *global electronic commerce* dan melalui Departemen Perdagangan mulai menjalin hubungan dengan negara-negara di Uni Eropa dan Asia sehingga pertumbuhan *e-commerce* dalam perdagangan internasional mencapai pertumbuhan yang pesat. Dan segi tingkat pertumbuhan, *e-commerce* di dunia sampai tahun 2001 telah berhasil mencapai keuntungan 600 juta dolar yang berarti telah mencapai kenaikan sebesar 68% dan diperkirakan akan bertambah di tahun-tahun mendatang terutama di kawasan Asia dan Pasifik.

Kehadiran dan pemanfaatan *internet* ini juga memberikan keuntungan bagi perusahaan misalnya, area atau ruang lingkup aktifitas bisnis perusahaan menjadi semakin luas dan berjangkauan global sehingga memungkinkan bagi

¹¹ Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, September 2003), hal 227.

perusahaan-perusahaan tersebut untuk mengkomunikasikan ide-ide baru dan berbagai hal tentang perusahaan mereka kepada konsumen atau klien baru di seluruh penjuru dunia.

Perkembangan *internet* yang terjadi selama beberapa dekade terakhir juga telah mengubah dunia perdagangan internasional, aktifitas ekonomi dan sosial masyarakat dengan sangat pesat.¹²

Intinya adalah bahwa pemanfaatan teknologi informasi terutama dalam aktifitas *e-commerce* nya telah membuka peluang besar untuk sistem perdagangan dan bisnis baru. Berdasarkan hal tersebut maka pemanfaatan teknologi informasi yang dalam hal ini pengelolaan transaksi *e-commerce*, memiliki peran dalam meningkatkan perekonomian nasional dan perdagangan, khususnya dalam menghadapi era globalisasi.

Terlihat pada potensi transaksi *e-commerce* yang telah diprediksi sebesar miliaran dolar per tahun. Data Bank Indonesia menyebutkan bahwa transaksi keuangan secara elektronik setiap harinya. Adanya perubahan cara transaksi dalam dunia bisnis dari dunia nyata ke dunia virtual, telah melahirkan berbagai macam permasalahan hukum baru bagi konsumen dalam *e-commerce*, dimana konsumen sering tidak memiliki posisi tawar yang kuat dan menempatkan konsumen dalam posisi yang lemah. Pertumbuhan industri *e-commerce* di Indonesia semakin pesat meskipun laju ekonomi tanah air tengah mengalami perlambatan.

¹² Kamlesh K. Baijaj & Debjani Nag, *E-commerce: The Cutting Edge of Business*, (Mcgraw-hill Education, 2000), hlm. 74

Nilai *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2016 diperkirakan dapat mencapai 30 miliar dollar AS atau setara Rp 395 triliun. Angka tersebut diprediksi naik menjadi 130 miliar dollar AS atau setara Rp 1,714 triliun pada 2020 mendatang. Suatu negara harus mengatur perlindungan hukum terhadap konsumen, didasarkan pada pertimbangan aktualitas dan urgensinya, untuk menciptakan tingkat kepastian yang diperlukan dalam transaksi bisnis dan melindungi hak-hak konsumen transaksi *e-commerce*. Perlindungan hukum terhadap hak-hak konsumen dalam transaksi *e-commerce* tidak dapat diberikan oleh satu aspek hukum saja, melainkan oleh suatu sistem hukum yang mampu memberikan perlindungan yang simultan dan komprehensif.

Melihat permasalahan terjadi seperti yang diungkapkan oleh Polda Jatim Kombes Pol Frans Barung Mangera, maka berikut salah satu contoh kasus mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce*: Aksi tindak kejahatan penipuan melalui transaksi *online* dan penggelapan dilakukan di wilayah hukum Polres Malang. Banyak modus yang dilakukan pelaku untuk menjerat korbannya dan kerugiannya pun bisa mencapai ratusan juta rupiah. Meminjam data Polres kota Malang tahun 2019, Polres menerima 195 laporan dengan rincian, 95 kasus penipuan dan 100 kasus penggelapan. Data sementara dan Januari hingga Juli 2019 terdapat 195 kasus yang dilaporkan masyarakat ke Polres. Sebanyak 95 kasus penipuan dan 100 kasus penggelapan. Kasat Reskrim Polres Malang, AKBP Dony Alexander menuturkan, untuk penipuan terbanyak didominasi dari jual-beli *online*, tiket *online* palsu, kasus penggelapan mobil dan beberapa penipuan lainnya. Untuk kasus penipuan *online*, Damus mengatakan, tak mudah dalam mengungkap perkara tersebut. Terlebih jika korban tertipu

melalui media sosial, SMS, WA atau via telepon. Kesulitan yang dialami kepolisian, yakni minimnya identitas pelaku yang diberikan korban. Pelaku dan korban umumnya tidak saling kenal jadi kami sulit mengidentifikasi pelaku. "Terbanyak pelaku itu berada di luar daerah," imbuhnya. Sedangkan untuk rekening sebagai bukti transaksi antara korban-pelaku, kebanyakan hanya bersifat fiktif belaka. Data-data bisa dipalsukan dengan mudah oleh oknum tersebut. "Hal yang bisa kami lakukan adalah mengecek nomor rekening dan ponsel pelaku terlebih dahulu. Setelahnya kami akan memberikan surat permohonan untuk pemblokiran rekening atas nama pelaku tersebut.

Kasus tersebut terlihat bahwa keberadaan fisik toko maupun identitas pelaku usaha tidak dapat ditelusuri, sebab dalam transaksi *e-commerce* memang perdagangan dalam dunia maya yang mana transaksi dilakukan tanpa bertemunya pembeli yaitu konsumen dengan penjual/produsen. Keberadaan toko yang tidak nyata atau *virtual store* tersebut membuat para pelaku usaha yang curang dapat melakukan aksi penipuannya. Selain itu tidak adanya kejelasan identitas dari pelaku usaha dianggap dapat memberikan kesempatan atau peluang dalam melakukan kecurangan-kecurangan sehingga dapat merugikan konsumen.

Kehadiran permasalahan pada transaksi *e-commerce* tersebut membuat penulis ingin mengetahui perlindungan preventif apa yang dapat dilakukan sehingga meminimalkan kecurangan yang ada pada transaksi *e-commerce*. Untuk mengatasi hal tersebut perlu diketahui dan memperhatikan apa saja penyebab hingga sampai saat ini masih banyak terjadi kecurangan-kecurangan, serta pelanggaran-pelanggaran pada ranah perlindungan konsumen dalam

transaksi *e-commerce*. Mengenai banyaknya kerugian yang dialami oleh konsumen *e-commerce* maka Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42 (selanjutnya disebut UUPK) juga perlu diteliti lebih lanjut. Sebab telah terjadi banyak kasus mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce*, namun sampai saat ini belum ada penyelesaian lebih lanjut. Sampai pada akhirnya hal ini dikuatkan dengan adanya pengujian Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dengan Perkara Nomor: 65/PUUXIII/2015. Perkara tersebut diajukan sebab tidak adanya informasi yang jelas mengenai nama atau identitas pelaku usaha, domisili yang lengkap sehingga tidak dapat menuntut pertanggungjawaban. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi kekosongan hukum pada UUPK mengenai ketidakhadiran data/informasi yang jelas mengenai identitas pelaku usaha.

Keberadaan UUPK perlu ditinjau kembali sebab karakteristik *e-commerce* memerlukan perhatian dan penanganan khusus. Memerlukan penanganan khusus sebab terjadi adanya pergeseran paradigma hukum konvensional atau tradisional pada perdagangan modern seperti *e-commerce*. Pergeseran terjadi dikarenakan belum terakomodasi secara menyeluruh oleh hukum konvensional atau tradisional itu sendiri.

Pergeseran paradigma tersebut menurut Edmon Makarim termasuk belum memadai oleh hukum konvensional atau tradisional. Ada tiga hal menurut Edmon Makarim yang menjadi penyebab pergeseran paradigma tersebut, yaitu:

"pergeseran dari karakter tertulis menjadi tidak tertulis, pergeseran dari wujud dokumen menjadi non dokumen serta pergeseran dari karakter konvensional menjadi *e-based*".

Pergeseran tersebut dapat terlihat bahwa ketidakmampuan hukum tradisional dalam menjalankan fungsi pengaturan dan pengendaliannya terhadap teknologi informasi seperti *e-commerce*. Ketidakmampuan hukum konvensional atau tradisional tersebut akan dapat memberikan pengaruh dan gangguan terhadap ketertiban dan keadilan serta dapat meniadakan kepastian hukum.

Melihat pergeseran tersebut maka ada dua permasalahan yang diangkat oleh penulis untuk dapat diteliti lebih lanjut. Permasalahan pertama adalah mengenai perlindungan hukum bagi konsumen *e-commerce*. Beragam masalah dihadapi oleh konsumen *e-commerce* karena mengalami posisi yang lemah. Posisi yang lemah disini dikarenakan karakteristik yang berbeda pada transaksi *e-commerce* yaitu tidak bertemunya konsumen dan pelaku usaha, serta tidak dilihatnya barang secara langsung. Selain itu transaksi *e-commerce* adalah perdagangan yang tanpa batas, artinya bahwa transaksi dapat dilakukan lewat batas negara atau *borderless*, oleh karena itu sulit untuk adanya kejelasan identitas dari pelaku usaha, sehingga transaksi *e-commerce* ini dianggap dapat memberikan kesempatan atau peluang dalam melakukan kecurangan-kecurangan. Menanggapi adanya ketimpangan yang dialami oleh konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi *e-commerce* maka perlu di tinjau ulang peraturan

perundang-undangan di Indonesia mengenai perlindungan konsumen yang ada dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia.

Permasalahan kedua adalah adanya transaksi *e-commerce* berbentuk Promo uang kembali atau *cashback* yang sering dijumpai pada situs *e-commerce* atau jual-beli *online* dimanfaatkan oleh sekelompok orang untuk memperoleh keuntungan dengan cara curang dengan transaksi fiktif antar anggota komplotan yang menimbulkan masalah baru, hal ini sangat mempengaruhi perekonomian secara nasional sebab berdasarkan data yang ada (sumber: CNN Polda Jatim tanggal 19 Juli 2019) bahwa perdagangan *e-commerce* tiap tahun mengalami kenaikan dan tahun-tahun sebelumnya. Carut marutnya transaksi *e-commerce* ini disebabkan karena belum adanya tindakan tegas dari pemerintah yang memberikan peraturan jelas kepada pelaku usaha maupun kepada konsumen *e-commerce*. Selain itu transaksi *e-commerce* ini sangat penting sekali mengingat sebagian besar pergerakan pada sektor perekonomian riil. Berdasarkan data yang ada maka tumbuh kembangnya *e-commerce* ini sangat perlu dikendalikan dengan campur tangan pemerintah baik melalui kebijakan maupun implementasinya dalam bentuk Undang-undang. Hal tersebut pada akhirnya, apabila nanti dikeluarkan kebijakan oleh pemerintah maka kebijakan tersebut harus dapat berpihak kepada konsumen *e-commerce*, sebab konsumen *e-commerce* terletak pada titik yang lemah dan mudah dirugikan oleh para pelaku usaha *e-commerce*.

Melihat kedua permasalahan yang terjadi tersebut diatas dalam transaksi *e-commerce* tersebut maka penulis ingin meneliti hal tersebut sebagai bagian dari

disertasi. Maka penulis memberi judul “*Rekonstruksi Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Melalui Kebijakan Pemerintah Untuk Mendukung Ekonomi Digital Yang Berkeadilan*”.

B. Rumusan Masalah

1. Mengapa perlindungan konsumen *e-commerce* melalui kebijakan pemerintah belum menjamin kepastian hukum dan keadilan?
2. Bagaimana kelemahan-kelemahan dalam perlindungan hukum konsumen dalam transaksi *e-commerce* untuk mendukung pertumbuhan ekonomi digital yang berkeadilan di Indonesia?
3. Bagaimana rekonstruksi perlindungan hukum konsumen dalam transaksi *e-commerce* melalui kebijakan pemerintah untuk mendukung ekonomi digital yang berkeadilan di Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengidentifikasi, menemukan dan menganalisis mengenai bentuk perlindungan konsumen *e-commerce* melalui kebijakan pemerintah yang dapat juga memberi manfaat baik bagi pemerintah itu sendiri maupun juga manfaat kepada konsumen *e-commerce*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis secara filosofis mengenai bentuk kelemahan-kelemahan dalam perlindungan hukum konsumen dalam transaksi *e-commerce* untuk mendukung pertumbuhan ekonomi digital yang berkeadilan di Indonesia.

3. Untuk memahami dan mengkonstruksikan perlindungan hukum konsumen dalam transaksi *e-commerce* melalui kebijakan pemerintah untuk mendukung ekonomi digital yang berkeadilan di Indonesia.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan demi memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain:

a) Kegunaan teoritis:

1. Mengembangkan teori-teori bidang hukum agar dapat nantinya memberikan kepastian hukum bagi konsumen sebagai subyek dalam pengguna transaksi *e-commerce* dalam Pesatnya pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia.
2. Ditujukan bagi perkembangan teori dan konsep hukum tentang bagaimana UUPK dapat melindungi konsumen *e-commerce*, juga bagaimana bentuk kebijakan pemerintah yang dapat memberikan kepastian hukum serta perlindungan hukum dalam transaksi *e-commerce*.

b) Kegunaan praktis:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan kontribusi bagi:

1. Penelitian ini diharapkan berguna untuk dijadikan masukan bagi keilmuan hukum ekonomi dalam hukum bisnis dan perdagangan khususnya perdagangan *e-commerce* yang terus tumbuh bersamaan

dengan ekonomi digital di Indonesia.

2. Lembaga eksekutif dan legislatif untuk mengamandemen Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
3. Pemerintah yang dalam hal ini pemberi kebijakan, dapat mengefisiensikan kebijakan untuk dapat memberi pemasukan bagi pendapatan negara.
4. Konsumen dalam melakukan transaksi *e-commerce* agar lebih memperhatikan proses transaksi sehingga dapat mencapai perlindungan hukum dan kepastian hukum melalui *e-commerce* pada era digital ini.

E. Kerangka Konseptual

Kerangka konsep perlu dikemukakan untuk membangun kerangka berpikir dalam penelitian ini. Kerangka konsep sangat akan diperlukan untuk memperkuat dan mengembangkan konsep yang telah ada. Konsep adalah suatu bangunan yang merupakan bagian dari teori, karena teori itu sebenarnya adalah seperangkat konsep, definisi ataupun proposisi yang berguna untuk melihat fenomena secara sistematis melalui spesifikasi hubungan antar variabel agar dapat berguna untuk menjelaskan dan memberikan perkiraan tentang fenomena yang ada.

Perlu adanya konsep pada dasarnya berguna atau berfungsi untuk menjelaskan atau mengungkapkan sesuatu hal yang terkait dengan tema penelitian. Tema penelitian merupakan sari dari keseluruhan analisis yang akan

diteliti. Oleh sebab itu perlu diketahui konsep-konsep pada tema penelitian.

Berikut beberapa konsep yang berkaitan dengan tema penelitian, antara lain:

1. Konsep Perlindungan Konsumen

Sebelum diberlakukannya UUPK, secara praktis pengertian konsumen hanya mempunyai ruang lingkup yang sempit dalam hukum positif di Indonesia. Namun setelah diberlakukannya UUPK, banyak diterbitkan naskah-naskah yang dibahas maupun dibicarakan tentang beberapa peristilahan yang termasuk dalam lingkup perlindungan konsumen. Berikut merupakan naskah akademik yang perlu diperhatikan dalam lingkup perlindungan konsumen:

- a. Badan pembinaan Hukum Nasional Departemen Kehakiman (BPHN), menyusun batasan tentang konsumen akhir, yaitu pemakai akhir dari barang, digunakan untuk keperluan diri sendiri atau orang lain, dan tidak untuk diperjualbelikan.
- b. Batasan konsumen dari Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia; Pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat bagi kepentingan diri sendiri, keluarga atau orang lain dan tidak untuk diperdagangkan kembali.
- c. Sedang dalam naskah akademis yang dipersiapkan Fakultas Hukum Universitas Indonesia (FH-UI) bekerja sama dengan Departemen Perdagangan RI, berbunyi: Konsumen adalah setiap orang atau keluarga yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan.

Perlindungan hukum pada konsep ini lebih mengarah kepada subyeknya yaitu konsumen. Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Pasal 1 ayat 1 UUPK merumuskan mengenai pengertian perlindungan konsumen cukup memadai, kalimat yang menyatakan “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum” diharapkan dapat menjadi benteng untuk meminimalkan bahkan meniadakan kesewenang-wenangan yang dimana dapat merugikan pelaku usaha hanya padahal tujuan kesemuanya itu demi kepentingan perlindungan konsumen.¹³

Perlindungan konsumen menurut Hans W. Micklitz, secara garis besar dapat ditempuh dua model kebijakan.¹⁴ Kebijakan yang pertama yaitu kebijakan yang bersifat komplementer, yaitu kebijakan yang mewajibkan pelaku usaha memberikan informasi yang cukup dan memadai kepada konsumen (hak atas informasi). Kebijakan yang kedua yaitu kebijakan yang bersifat kompensatoris, yaitu kebijakan yang berisikan perlindungan terhadap kepentingan dalam hal ekonomi konsumen (hak atas kesehatan dan keamanan). Sementara ini kasus yang terjadi, konsumen tidak hanya dilindungi berdasarkan kebijakan komplementer (memberikan informasi), tetapi juga harus ditindaklanjuti dengan kebijakan kompensatoris (meminimalisasi risiko yang harus ditanggung konsumen), misalnya dengan mencegah atau meminimalkan produk berbahaya sebelum mencapai pasar dan diwajibkan untuk lulus pengujian oleh suatu lembaga perizinan Pemerintah (hal ini disebut kontrol pra-pasar), atau dengan

¹³ Ahmadi Mint dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), hlm.1

¹⁴ RUUPK di Mata Pakar Jerman, *Warta Konsumen Tahun XXIV No. 12*, (Desember 1998), hlm, 34

menarik peredaran produk berbahaya yang sudah terlanjur beredar di pasaran (kontrol pasca-pasar).

Model kebijakan di atas sesuai tujuan perlindungan konsumen dalam pasal 3 UUPK¹⁵ yang menetapkan tujuan dari perlindungan konsumen secara umum bahwa perlindungan konsumen diperlukan untuk memberikan keselamatan kepada konsumen guna kepentingan harkat dan martabanya sebagai konsumen, baik sebelum kejadian maupun setelah terjadi kejadian, seperti yang sudah dijelaskan pada model kebijakan.

Dari pengertian konsumen menurut UUPK seperti dijelaskan di atas, ada sejumlah catatan penting yang merupakan unsur-unsur konsumen sebagai berikut:

1. Setiap Orang

Subjek yang disebut sebagai konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa. Istilah "orang"sebetulnya menimbulkan.

15 Pasal 3 UUPK:

- a. kemanfaatan konsumen dalam memilih, menentukan serta dapat menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- b. Untuk dapat menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga dapat pihak pelaku usaha dapat tumbuh sikap yang bertanggung Meningkatkan kemampuan, kemandirian serta kesadaran konsumen untuk dapat melindungi diri;
- c. Dapat mengangkat harkat dan martabat bagi pihak konsumen dengan cara menghindarkan dari adanya akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- d. Membuat atau menciptakan sebuah sistem perlindungan konsumen yang mengandung keterbukaan informasi serta dapat mengakses langsung untuk mendapatkan informasi dan yang pasti harus adanya unsur kepastian hukum;
- e. Meningkatkan jawab dan jujur dalam berusaha;
- f. Agar dapat meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, keamanan, kesehatan, kenyamanan, dan keselamatan konsumen.

- a. Perlindungan konsumen sehingga dari pihak pelaku usaha dapat tumbuh sikap yang bertanggung Meningkatkan kemampuan, kemandirian serta kesadaran konsumen untuk dapat melindungi diri;
- b. Dapat mengangkat harkat dan martabat bagi pihak konsumen dengan cara menghindarkan dari adanya akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. Membuat atau menciptakan sebuah sistem perlindungan konsumen yang mengandung keterbukaan informasi serta dapat mengakses langsung untuk mendapatkan informasi dan yang pasti harus adanya unsur kepastian hukum;
- d. Meningkatkan jawab dan jujur dalam berusaha;
- e. Agar dapat meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, keamanan, kesehatan, kenyamanan, dan keselamatan konsumen. keraguan, apakah hanya orang individual yang lazim disebut *natuurlijke persoon* atau termasuk juga badan hukum (*rechtspersonen*).

2. Pemakai

Sesuai dengan bunyi penjelasan pasal 1 angka (2) UUPK, kata “pemakai” menekankan, konsumen adalah konsumen akhir (*ultimate consumer*). Istilah “pemakai” dalam hal ini tepat digunakan dalam rumusan ketentuan tersebut, sekaligus menunjukkan barang dan/atau jasa yang dipakai tidak serta merta hasil dari transaksi jual beli. Artinya,

sebagai konsumen tidak selalu harus memberikan prestasinya dengan cara membayar uang untuk memperoleh barang dan/atau jasa itu.

3. Barang dan/atau Jasa

Berkaitan dengan istilah barang dan/atau jasa, sebagai pengganti terminologi tersebut digunakan kata produk. Saat ini, “produk” sudah berkonotasi barang atau jasa. UUPK mengartikan barang sebagai setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, baik dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen. UUPK tidak menjelaskan perbedaan istilah-istilah “dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan”.

4. Yang tersedia dalam Masyarakat.

Barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat sudah harus tersedia di pasaran.¹⁶

5. Bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, makhluk hidup lain.

Unsur yang diletakkan pada bagian ini adalah mengenai kepentingan. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepentingan itu tidak sekedar bagi diri sendiri dan keluarga akan tetapi juga barang atau jasa yang diperuntukkan bagi orang lain, bahkan untuk makhluk hidup lain.

6. Barang dan/atau jasa itu tidak untuk diperdagangkan

¹⁶ Ketentuan pasal 9 ayat 1 huruf e, Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Syarat “tidak untuk diperdagangkan” menunjukkan sebagai konsumen akhir (*end consumer*) dan sekaligus membedakan dengan konsumen antara (*derived/intermediate consumer*).

Pengertian konsumen dalam UUPK dipertegas yakni konsumen akhir. Batasan itu juga dipergunakan dalam peraturan perlindungan konsumen di berbagai negara. Belanda yang tersusun dalam BW Belanda baru (NBW) Pasal 236 dan 237 Buku 6 memberikan tentang suatu pembelian konsumen adalah pembeli orang alami yang bertindak untuk pelaksanaan profesi atau usaha. Para pakar konsumen di Belanda menyimpulkan bahwa konsumen sebagai pemakai produksi terakhir dari benda atau jasa (*uiteindelijke gebruiker van goederen en diensten*). Sedangkan di Perancis, berdasarkan yuriprudensi dan doktrin, konsumen diartikan sebagai “*The person who obtains goods or services for personal or family purposes.*” Definisi tersebut mengandung dua unsur, yaitu (1) konsumen hanya orang, (2) barang atau jasa yang digunakan untuk keperluan pribadi.

Guna membatasi tentang pengertian konsumen, Az. Nasution menegaskan beberapa batasan tentang konsumen itu sendiri, yaitu:

- a. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu;
- b. Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang/jasa lain atau untuk diperdagangkan (tujuan komersial);

- c. Konsumen akhir, adalah setiap orang alami yang mendapat dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali (nonkomersial).

Pengertian konsumen di lain pihak, dilukiskan lagi secara sederhana oleh mantan Presiden Amerika Serikat, John F. Kennedy dengan mengatakan, “*Consumers by definition include us all.*” Anderson and Kumpt juga mempunyai gambaran lain mengenai sulitnya mendefinisi konsumen, yaitu:¹⁷

Some difficulties are encountered if one approaches the wide spectrum of situation in terms of a “consumer”. For example, one does not usually think of a borrower or an Inventor as a consumer. The pedestrian whom you run over when your car goes out of control is not ordinarily regarded as being a consumer. There is all those situations, however, a common denominator of protecting someone from a hazard from which to cannot by his own action protect himself.

Perlindungan konsumen mempunyai beberapa asas yang penting yaitu:¹⁸

1. Asas Manfaat

Penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi kepentingan pelaku usaha serta konsumen secara keseluruhan.

2. Asas Keadilan

Agar keikutsertaan seluruh masyarakat dapat diwujudkan secara maksimal dan juga dapat memberikan kesempatan kepada pelaku usaha

¹⁷ R.A. Anderson & W.A. Krumpt, *Business Law*, (Cincinnati: South-Western Publishing Co, Tahun 1992), hlm 553.

¹⁸ Ahmadi Mini dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada), hlm. 5

dan konsumen untuk memperoleh haknya dan juga melaksanakan kewajibannya secara adil dan seimbang. Diberlakukan UUPK diharapkan dapat mengatur sejumlah hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha.

3. Asas Keseimbangan

Agar terjadinya keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha, konsumen, serta pemerintah dalam arti materil atau pun spiritual. Kepentingan antara pelaku usaha, konsumen dan pemerintah harus diwujudkan seimbang sesuai dengan hak dan kewajiban.

4. Asas Keselamatan dan Keamanan Konsumen.

Asas ini diperuntukkan agar dapat memberikan jaminan keselamatan dan keamanan kepada konsumen dalam pemakaian ataupun penggunaan, serta pemanfaatan barang dan jasa yang digunakan. Asas ini diharapkan dapat memberi jaminan hukum bahwa konsumen memperoleh manfaat dari produk yang dipakai sehingga tidak mendapatkan kerugian.

5. Asas Kepastian Hukum.

Asas ini mengharapkan agar supaya para pelaku usaha maupun konsumen dapat mentaati hukum. Dengan adanya UUPK yang mengatur tentang hak dan kewajiban diharapkan dapat mewujudkan keadilan dalam kehidupan sehari-hari. Serta memperoleh perlindungan konsumen, dengan adanya negara yang bisa memberikan jaminan kepastian hukum.

Menurut Resolusi Perserikatan Bangsa-Bangsa Nomor 39/248 Tahun 1985 tentang *Guidelines for Consumer Protection*, hak-hak konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Tersedianya informasi yang memadai untuk konsumen agar memberikan kemampuan kepada konsumen untuk melakukan pilihan yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan pribadi;
 - b. Adanya perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap keamanannya dan kesehatannya;
 - c. Promosi dan perlindungan kepentingan sosial-ekonomi konsumen;
 - d. Diberikannya pendidikan konsumen;
 - e. Tersedianya upaya ganti rugi yang efektif bagi konsumen;
6. Kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen atau organisasi lainnya yang sesuai serta memberikan kesempatan kepada organisasi tersebut untuk menyuarakan pendapatnya dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut kepentingan para konsumen.

Pasal 4 UUPK¹⁹ juga berisikan tentang hak-hak konsumen, yang mana hak-hak tersebut merupakan bentuk untuk mendapatkan keadilan, kemanfaatan bagi konsumen itu sendiri.

¹⁹ Pasal 4 UUPK:

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

W.J. Brown mengungkapkan bahwa salah satu alasan untuk melindungi konsumen adalah:

“...that due to the technical development of consumer goods, the ordinary consumer cannot be expected to know if the goods are fit for the purpose for which they were bought, or if they are of good or bad quality.”

Hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah bersifat mengatur, dan juga mengandung sifat yang melindungi konsumen⁷². Perkembangan ilmu teknologi yang semakin maju kemudian membawa perubahan terhadap arah perlindungan konsumen. Terlebih dalam transaksi melalui perdagangan sistem elektronik yang dimana perlindungan konsumen belum diatur secara penuh dikarenakan perdagangan tersebut berada dalam dunia maya. Kondisi tersebut memberikan banyak kerugian bagi konsumen. Kerugian bagi konsumen dalam perdagangan melalui sistem elektronik tersebut membutuhkan perlindungan hukum, terlebih perlindungan konsumen, dimana para konsumen dapat diberikan kepastian hukum

- a. Hak untuk dapat memilih barang/jasa serta mendapatkan barang/jasa tersebut sesuai dengan nilai nominal tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- b. Hak untuk mendapatkan informasi yang jelas, benar dan jujur mengenai

-
- d. Hak untuk mendapatkan perlindungan, advokasi, serta upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
 - e. Hak untuk mendapatkan pendidikan konsumen dan pembinaan konsumen;
 - f. Hak untuk diperlakukan benar atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
 - g. Hak untuk mendapatkan ganti rugi atau kompensasi atau penggantian, apabila barang/jasa yang telah diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

- kondisi dan jaminan barang/jasa;
- c. Hak untuk mendapatkan perlindungan, advokasi, serta upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
 - d. Hak untuk mendapatkan pendidikan konsumen dan pembinaan konsumen;
 - e. Hak untuk diperlakukan benar atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
 - f. Hak untuk mendapatkan ganti rugi atau kompensasi atau penggantian, apabila barang/jasa yang telah diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Az Nasution, *Konsumen dan Hukum: Tinjauan Sosial, Ekonomi dan Hukum Pada Perlindungan Konsumen Indonesia* (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995), hlm. 64-65 yang jelas serta mendapatkan perlindungan hukum yang bisa memberikan tempat kepada konsumen untuk dapat mengakses ke tempat laman yang lebih terpercaya.

Berbagai transaksi perdagangan konsumen mutlak untuk diberi perlindungan. Pentingnya perlindungan hukum bagi konsumen disebabkan posisi tawar konsumen yang lemah. Perlindungan hukum terhadap konsumen mensyaratkan adanya pemihakan kepada posisi tawar yang lemah (konsumen).²⁰

²⁰ Abdul Halim Barakatullah, Urgensi Perlindungan Hak-Hak Konsumen Dalam Transaksi Di E-commerce, (jurnal hukum no 2 vol 14 april 2007), hlm. 252

Kenyataan bahwa konsumen adalah pihak yang lemah maka perlu memperhatikan dari sudut pandang konsumen, ada beberapa hal yang diinginkan oleh konsumen pada saat hendak membeli suatu produk, diantaranya:²¹

1. Diperolehnya informasi yang jelas mengenai produk yang akan dibeli;
2. Keyakinan bahwa produk yang dibeli tidak berbahaya baik bagi kesehatan maupun keamanan jiwanya;
3. Produk yang dibeli cocok sesuai dengan keinginannya, baik dari segi kualitas, ukuran, harga dan sebagainya.
4. Konsumen mengetahui cara penggunaannya;
5. Jaminan bahwa produk yang dibelinya dapat berguna dan berfungsi dengan baik;
6. Jaminan bahwa apabila barang yang dibeli tidak sesuai atau tidak dapat digunakan maka konsumen memperoleh penggantian baik berupa produk maupun uang.

Lebih jauh menurut Purba terdapat sendi-sendi pokok pengaturan perlindungan hukum bagi konsumen, sbg berikut:

1. Kesederajatan antara konsumen dan pelaku usaha;
2. Konsumen mempunyai hak;
3. Pelaku usaha mempunyai kewajiban;

²¹ Elisatris Gultom, "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Perdagangan Melalui Electronic Commerce", dalam Mieke Komar, Op.Cit., hlm. 58-59.

4. Pengaturan mengenai perlindungan hukum bagi konsumen menyumbang pada pembangunan nasional;
5. Pengaturan tidak merupakan syarat;
6. Perlindungan hukum bagi konsumen dalam iklim hubungan bisnis yang sehat;
7. Keterbukaan dalam promosi produk;
8. Pemerintah berperan aktif;
9. Peran serta masyarakat
10. Implementasi asas kesadaran hukum;
11. Perlindungan hukum bagi konsumen memerlukan penerobosan konsep-konsep hukum tradisional;
12. Konsep perlindungan hukum bagi konsumen memerlukan penerobosan konsep-konsep hukum;

Perlindungan hukum bagi hak-hak konsumen di dunia maya, dengan pesatnya perkembangan *e-commerce* menimbulkan dampak negatif bagi konsumen yang menempatkan konsumen dalam posisi tawar yang lemah. Secara garis besar dapat ditemukan beberapa permasalahan yang timbul berkenaan dengan hak-hak konsumen dalam transaksi *e-commerce*, antara lain:

- a. Konsumen tidak dapat langsung mengidentifikasi, melihat, atau menyentuh barang yang akan dipesan;
- b. Ketidakjelasan informasi tentang produk yang ditawarkan dan/atau

tidak ada kepastian apakah konsumen telah memperoleh berbagai informasi yang layak diketahui, atau yang sepatutnya dibutuhkan untuk mengambil suatu keputusan dalam bertransaksi;

- c. Tidak jelasnya status subjek hukum, dari pelaku usaha;
- d. Tidak ada jaminan keamanan bertransaksi dan privasi serta penjelasan terhadap risiko-risiko yang berkenaan dengan sistem yang digunakan, khususnya dalam hal pembayaran secara elektronik baik dengan *credit card* maupun *electronic cash*;
- e. Pembebanan risiko yang tidak berimbang, karena umumnya terhadap jual beli di *internet*, pembayaran telah lunas dilakukan di muka oleh konsumen, sedangkan barang belum tentu diterima atau akan menyusul kemudian, karena jaminan yang ada adalah jaminan barang bukan penerimaan barang;
- f. Transaksi yang bersifat lintas batas negara *borderless*, menimbulkan pertanyaan mengenai yuridiksi hukum negara mana yang sepatutnya diberlakukan.

Kesimpulannya perlindungan konsumen menjadi penting dalam *e-commerce* oleh karena dapat ditemukan beberapa permasalahan yang berkenaan dengan hak konsumen yaitu konsumen tidak dapat langsung mengidentifikasi, melihat atau menyentuh barang yang akan dipesan; kemudian ketidakjelasan informasi tentang produk (barang dan jasa) yang ditawarkan dan/atau tidak ada kepastian apakah konsumen telah memperoleh berbagai informasi yang layak diketahui atau yang sepatutnya dibutuhkan untuk

mengambil suatu keputusan dalam bertransaksi; tidak jelasnya status subyek hukum dari si pelaku usaha, kemudian tidak ada jaminan keamanan bertransaksi dan privasi serta penjelasan terhadap resiko-resiko yang berkenaan dengan sistem yang digunakan, khususnya dalam hal pembayaran secara elektronik baik dengan *credit card* maupun *electronic cash*.²²

2. Konsep tentang *E-commerce*

Pembangunan dan perkembangan perekonomian pada umumnya dalam dunia perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung saat ini oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa melintasi batas-batas wilayah suatu negara, sehingga barang dan/atau jasa yang ditawarkan sangat bervariasi baik produksi dalam negeri maupun produksi luar negeri.

Seiring dengan perkembangan dan kemajuan teknologi dan informasi sangat mempengaruhi juga perkembangan dalam transaksi bisnis. John Nielson, salah seorang pimpinan perusahaan *Microsoft*, menyatakan bahwa dalam kurun waktu tiga puluh tahun, 30% dari transaksi penjualan kepada konsumen akan dilakukan melalui *e-commerce*.²³

Perdagangan elektronik atau dalam bahasa inggrisnya *electronic commerce* disingkat *e-commerce* merupakan bentuk bare dari kegiatan

²² Edmon Makarin, *Kompilasi Hukum Telematika*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), hlm, 312.

²³ Abu Bakar Munir, *Cyber Law: Policies and Challenges*, (Malaysia, Singapore, Hong Kong, Butterworths Asia), dalam Huala Adolf, *Hukum Perdagangan Internasional*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2004, hlm. 161.

perdagangan. Mengutip pendapat David Baum dalam buku Onno W. Purbo dan Rang Wahyudi menyebutkan bahwa: “*e-commerce is a dynamic set of technologies, business process, and applications, that link consumers, enterprises, and other communities through electronic transaction and the electronic exchange of information, services, goods, and services.*” *E-commerce* ini melibatkan pertukaran data elektronik, transfer dana elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis. Industri teknologi informasi melihat kegiatan *e-commerce* ini sebagai aplikasi dan penerapan dari e-bisnis (*e-business*) yang berkaitan dengan transaksi komersial, seperti: transfer dana secara elektronik, SCM (*supply chain management*), epemasaran (*e-marketing*), atau pemasaran *online* (*online marketing*), pemrosesan transaksi *online* (*online transaction processing*), serta pertukaran data elektronik (*electronic data interchange /EDI*), dll.

Kalakota dan Whinston berpendapat juga mengenai definisi *e-commerce*, adalah:²⁴

1. Merupakan aktivitas pengiriman komunikasi dan informasi, produk-produk/jasa, atau pembayaran yang dilakukan melalui telepon, jaringan-jaringan komputer atau sarana-sarana elektronik lainnya;
2. Dapat berupa proses bisnis dengan mengaplikasikan teknologi untuk melakukan transaksi-transaksi bisnis atau alur kerja (*workflow*);
3. Sebagai suatu pelayanan (*services*), *e-commerce* diartikan sebagai sarana yang memungkinkan perusahaan-perusahaan, konsumen-konsumen dan

²⁴ Kalakota & Whinston, *Frontiers of Electronic Commerce*, (Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company Inc, 1996) hlm. 10-22.

manajemen perusahaan untuk menurunkan biaya-biaya pelayanan;

4. Secara *online*, *e-commerce* diartikan sebagai sarana yang memungkinkan dilakukannya penjualan dan pembelian produk dan informasi melalui internet dan layanan-layanan *online* lainnya.

Kalakota dan Whinston juga melihat dari berbagai perspektif tentang bagaimana mendefinisikan *e-commerce*, antara lain:

- Dari perspektif komunikasi, *e-commerce* adalah penyerahan informasi, produk barang atau jasa, atau pembayaran melalui jaringan telepon, jaringan komputer, atau dengan maksud elektronik lainnya.
- Dari perspektif proses bisnis, *e-commerce* adalah aplikasi dari teknologi melalui transaksi bisnis otomatis dan aliran kerja.
- Dari perspektif pelayanan, *e-commerce* adalah alat (*a tool*) yang mengamalkan hasrat dari perusahaan, konsumen, dan manajemen untuk memotong biaya pelayanan, dan dapat memperbaiki kualitas barang dan mempercepat pelayanan.
- Dari perspektif *online*, *e-commerce* adalah menyediakan kemampuan pembelian dan penjualan produk dan informasi interne dan jasa *online* lainnya.

Kenyataan ini memberikan tantangan bagi hukum dalam menghadapi perkembangan tersebut. Sangat menarik apa yang dikemukakan oleh Karim Benyekhlef berikut ini:

“... Yet, one cannot claim to fully comprehend and understand this phenomenon if one reduces it to only its technical component. Obviously,

the latter might seem much more spectacular than its legal counterpart. However regardless of how impressive electronic highways may become, it remains undeniable that their integration and acceptance in the social and economic fabric will be dependent notably on the legal guarantees they can provide. In other words, the consumer will only be inclined to use these new services if they can offer a degree of legal security comparable to that provided in the framework of traditional operations...”.

Karim Benyekhlef berpendapat, bahwa seorang tidak dapat dikatakan sudah memahami betul fenomena mengenai dunia maya apabila pemahamannya hanya terbatas pada unsur-unsur teknik saja dan dunia maya itu, dan belum menyadari tentang masalah-masalah hukum dari dunia maya itu.

Mengingat pernyataan diatas, perlu untuk diketahui bahwa sifat dan karakteristik *e-commerce*, yakni: transparan dan simultan; interaktif dan cepat. Karakteristik *e-commerce* merupakan informasi digital atau *digital information*. *Digital information* artinya pertukaran informasi digital antara para pihak yang terjadi dalam proses komunikasi, serta koordinasi antara perusahaan dengan individu dalam jual beli barang dan jasa dan pengiriman barang, sebagai berikut:

- a. *Technology enabled* dalam *e-commerce* transaksi-transaksi yang terjadi dimungkinkan oleh adanya teknologi.
- b. *Technology mediated, e-commerce* merupakan mekanisme perdagangan yang tidak hanya dimungkinkan dengan adanya teknologi akan tetapi *e-commerce* juga merupakan hubungan-hubungan yang menggunakan teknologi sebagai media sehingga keberhasilan *e-commerce* sangat ditentukan dan bergantung kepada seberapa baik teknologi dan alat

yang dipergunakan.

- c. *Intra and Inter organizational mechanism*, ruang lingkup *e-commerce* mencakup keseluruhan aktifitas inter dan intra organisasi yang berbasis elektronik yang secara langsung maupun tidak langsung menungjang terjadinya proses pertukaran.²⁵

Faktor-faktor yang mendorong perkembangan yang sangat pesat dari *e-commerce* itu sendiri, antara lain:²⁶

1. *E-commerce* memiliki kelebihan untuk dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dan dengan setiap waktu pelanggan dapat mengakses seluruh informasi secara terus menerus;
2. *E-commerce* dapat membuat pihak penjual mendorong kreatifitas mereka secara cepat dan tepat, serta dapat menyampaikan pendistribusian informasi secara periodik;
3. *E-commerce* dapat menciptakan harga murah, informatif dan efisiensi yang tinggi;
4. *E-commerce* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan pelayanan yang cepat, mudah, aman dan akurat.²⁷

Dengan adanya faktor perkembangan yang pesat dari *e-commerce* ini maka berikut adalah proses yang ada dalam transaksi *e-commerce*:

²⁵ Jeffry F. Rayport dan Bernard Jaworski, *E-commerce*, (Singapore: Drew&Napier, 2001) hlm. 23.

²⁶ Didik M. Arief Elisatris Gultom, *Cyber Law "Aspek Hukum Teknologi Informasi"*, (Bandung: PT. Rafika Aditama 2005) hlm. 166.

²⁷ Rieyke Ustadiyanto, *Framework E-Commerce*, (Yogyakarta: Penerbit Andi 2001) hlm. 138.

- a. Pemesanan secara langsung dan tersedianya tagihan.
- b. Presentasi elektronik (Pembuatan *Website*) untuk produk dan layanan.
- c. Pembayaran yang dilakukan secara Langsung (*on-line*) dan penanganan transaksi.
- d. Otomasi account pelanggan secara aman (baik nomor rekening maupun nomor KartuKredit).

Melibatkan beberapa pihak dalam transaksi *e-commerce*. Baik yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung, tergantung kompleksitas transaksi yang dilakukan. Budhiyanto telah mengidentifikasi pihak-pihak yang terlibat transaksi *e-commerce*.²⁸

1. Penjual (*merchant*), yaitu perusahaan/produsen yang mempromosikan atau menawarkan produknya melalui internet. Untuk menjadi seorang penjual, maka diharuskan untuk mendaftarkan diri sebagai *merchant account* pada sebuah bank. Tentunya ini dimaksudkan agar penjual dapat menerima pembayaran dari pembeli atau customer dalam bentuk *credit card*.
2. Konsumen (*card holder*), yaitu orang-orang yang ingin memperoleh produk baik barang maupun jasa melalui pembelian secara online. Konsumen yang akan berbelanja melalui internet dapat berstatus perorangan atau perusahaan. Apabila pembelian dilakukan secara perorangan, maka yang perlu diperhatikan dalam transaksi *e-commerce*

²⁸ Didik M.Arief Mansur & Elisatris Gultom, *Cyberlaw Aspek Hukum Teknologi Informasi*, (Bandung: PT.Rafika Aditama, 2005), hlm. 152.

adalah bagaimana sistem pembayarannya. Pembayaran bisa dimungkinkan pembayaran dilakukan secara *cash* (tunai) atau dapat juga dilakukan melalui penggunaan *credit card* (kartu kredit). Hal ini penting untuk diketahui terlebih dahulu, mengingat tidak semua konsumen yang akan berbelanja di internet adalah pemegang kartu kredit. Pemegang kartu kredit (*card holder*) adalah seseorang yang namanya tercantum atau tercetak pada kartu kredit yang dikeluarkan oleh bank penerbit berdasarkan perjanjian yang telah dibuat.

3. *Acquirer*, yaitu pihak perantara penagihan baik antara penjual dan penerbit dan perantara pembayaran baik antara pemegang maupun penerbit. Perantara penagihan adalah pihak yang meneruskan tagihan kepada penerbit berdasarkan tagihan yang masuk kepadanya yang diberikan oleh penjual barang/jasa. Pihak perantara penagihan inilah yang melakukan pembayaran kepada penjual. Pihak perantara pembayaran (antara pemegang dan penerbit) adalah dimana pembayaran kredit dilakukan oleh pemilik kartu '*credit/ card holder*, selanjutnya bank yang menerima pembayaran ini akan mengirimkan uang pembayaran tersebut kepada penerbit kartu kredit (*issuer*).
4. *Issuer*; perusahaan *credit card* yang menerbitkan kartu. Di Indonesia ada beberapa lembaga yang diijinkan untuk menerbitkan kartu '*credit*, yaitu: a. Bank dan lembaga keuangan bukan bank. Tidak setiap bank dapat menerbitkan *credit card* hanya bank yang telah memperoleh ijin dari *card international*, dapat menerbitkan *credit card*, seperti master

dan *visa card*.

a. Perusahaan non-bank yang dalam hal ini PT. Dinner Jaya Indonesia Internasional yang memberikan wewenang perjanjian dengan perusahaan yang ada di luar negeri.

b. Perusahaan yang membuka cabang dari perusahaan induk yang ada di luar negeri, yaitu *American Express*.

5. *Certification Authorities*. Pihak ketiga yang netral yang memegang hak untuk mengeluarkan sertifikat kepada *merchant*, kepada *issuer* dan beberapa hal diberikan pula kepada *card holder*.

Tidak hanya mengidentifikasi pihak-pihak yang terlibat transaksi *e-commerce*, perlu diketahui pula proses transaksi *e-commerce* yang pada dasarnya ada lima tahap yaitu:²⁹

1. *Find it*, pada tahap ini pembeli bisa mengetahui dengan pasti dan mudah jenis barang apa yang dia inginkan, ada beberapa metode yang dapat dilakukan, yaitu dengan metode *search* dan *browse*, dengan *search* pembeli bisa mendapatkan tipe-tipe barang yang diinginkan dengan hanya memasukkan *keywords* (kata kunci) barang yang diinginkan pada kotak *search*, sedang *browse* menyediakan menu-menu yang terdiri atas jenis-jenis barang yang disediakan.
2. *Explore it*, setelah memilih jenis barang tertentu yang diinginkan, maka akan dijumpai keterangan lebih jelas mengenai barang yang dipilih itu,

²⁹ Hans Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-commerce Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004), hlm. 26

antara lain terdiri dari informasi penting tentang produk tersebut (seperti harga dan gambar barang tersebut), nilai rating barang itu yang diperoleh dari *poll* otomatis tentang barang itu yang diisi oleh para pembeli sebelumnya (apakah barang tersebut baik, cukup baik, atau bahkan mengecewakan), spesifikasi (*product review*) tentang barang tersebut, dan menu produk-produk lain yang berhubungan, jika ternyata barang yang dilihat tersebut sudah cocok, maka siap untuk melakukan transaksi (*add an item to your shopping cart*).

3. *Select it*, seperti halnya toko sebenarnya, *shopping cart* akan menyimpan terlebih dahulu barang yang diinginkan sampai siap untuk *check out*, dalam *shopping cart* dapat melakukan antara lain memproses untuk *check out* dan menghapuskan atau menyimpan daftar belanja untuk keperluan nanti.
4. *Buy it*, setelah semua yang di atas dilakukan, selanjutnya dilakukan proses *check out*, pada tahap ini dilakukan proses transaksi pembayaran setelah terlebih dahulu mengisi formulir yang telah disediakan oleh *merchant*. Pihak *merchant* tidak akan menarik pembayaran pada *credit card* sampai kita sudah menyelesaikan proses perintah untuk pengiriman.
5. *Ship it*, setelah proses transaksi selesai, pihak *merchant* akan mengirimkan email lain yang akan memberitahukan pengiriman barang telah dilakukan. Toko *online* juga menyediakan *account* untuk para pelanggan mereka seperti halnya ketika akan memasuki *mail box* pada layanan fasilitas *e-mail* gratis, sehingga pembeli dapat mengetahui status

order pada *account* yang telah tersedia di situs tersebut.

Penggolongan *E-commerce* yang lazim dilakukan orang ialah berdasar sifat transaksinya. Tipe-tipe ini dibedakan dalam beberapa hal sebagai berikut⁹³:

1. *Business to consumer* (B2C), ini merupakan transaksi yang bisa dibeli per satuan atau eceran dengan pembeli perorangan.
2. *Business to business* (B2B), *e-commerce* tipe ini meliputi transaksi antar organisasi yang dilakukan di *electronic market*. Kebanyakan *e-commerce* yang diterapkan saat ini merupakan B2B.
3. *Consumer to business* (C2B), termasuk ke dalam kategori ini adalah perseorangan yang menjual produk atau jasa layanan ke organisasi maupun perseorangan yang mencari pembeli, berinteraksi dengan mereka, dan menyepakati suatu transaksi.
4. *Consumer to consumer* (C2C), dalam kategori ini adalah seorang konsumen dapat menjual secara langsung barang maupun jasa ke konsumen lainnya.
5. *Nonbusiness e-commerce*, dewasa ini banyak lembaga nonbusiness dan lembaga pemerintahan yang menggunakan berbagai tipe *e-commerce* untuk mengurangi biaya atau untuk meningkatkan operasi dan layanan *public*.
6. *Intrabusiness (Organizational) e-commerce*, yang termasuk dalam kategori ini adalah semua aktivitas dijalankan di *internet* dalam sebuah internal organisasi, yang melibatkan pertukaran barang maupun jasa atau

informasi.

OECD (*Organization for Economic Cooperation and Development*) melalui *Technical Advisory Groups on Treaty Characterization* menguraikan mengenai jenis-jenis transaksi sehubungan dengan *e-commerce*, yaitu:

1. *Electronic order processing of intangible product*, yaitu dalam transaksi tersebut pembeli memilih suatu produk dan “*an online catalog*” barang-barang berwujud dan memesan produk tersebut secara langsung dari pedagang yang menawarkan.
2. *Electronic Ordering and Downloading of Digital Product*, yaitu pembeli memilih dari “*online catalog of software*” atau produk digital lainnya dan memesan produk tersebut secara *online* dari pengusaha yang menawarkannya.
3. *Electronic Ordering and downloading of digital product for purpose of commercial exploitation of the copyright*, yaitu pembeli memilih software atau produk digital lainnya dari suatu “*online catalog*” dan memesan secara *online* langsung dari *commercial provider*.
4. *Updates and adds on*, yaitu penjual produk digital yang sudah di update atau ditambah perlengkapan yang diperlukan yang apabila penyerahannya dilakukan sebagai penyerahan harta berwujud.
5. *Limited duration software and other digital information licenses*, yaitu pelanggan menerima hak untuk memakai *software* atau produk digital lainnya untuk suatu jangka waktu yang lebih pendek dari masa manfaat produk tersebut. Produk tersebut dapat diserahkan secara elektronik dan

dapat melalui *tangible medium* seperti penyerahan *compact disk*. Semua *copies* dari produk digital tersebut menjadi tidak dapat dipakai pada saat berakhirnya jangka waktu lisensi.

6. *Single use software or other digital product*, yaitu pembeli mendapatkan hak untuk memakai *software* atau *product digital* lainnya satu kali saja. Produk tersebut dapat di *download* atau dipakai dari jarak jauh, yaitu menggunakan *software* yang disimpan pada *harddisk* pembeli. Pembeli tidak diperbolehkan mengcopy produk digital tersebut, sebagaimana disyaratkan akan tetapi hanya berhak atas pemakaian sebagaimana dimaksud.
7. *Application hosting-separate license*, yaitu pemakai mempunyai hak tetap untuk memakai produk *software*. Pemakai mengadakan perjanjian dengan "*host entity*" berdasarkan perjanjian dimana "*host entity*" menempatkan "*software copy*" tersebut di server yang dimiliki dan dioperasikan *host* tersebut. *Host* tersebut memberikan bantuan tehnik untuk melindungi dari kegagalan sistem dan pemakai dapat mencapai "*software application*" melakukan dan mengoperasikannya dari jauh.
8. *Application hosting-bundled contract*, yaitu untuk suatu *single, bundled fee* pemakai mengadakan perjanjian dimana *provider* yang juga pemilik hak cipta memberi akses kepada satu atau lebih aplikasi *software*. Pemakai dapat mengakses, melaksanakan dan mengoperasikan aplikasi dari jauh dengan cara *men-download* terlebih dahulu. Kontrak ini dapat diperbahanti setiap tahun untuk menambah *fee*.

9. Transaksi ASP (*Application Service Provider*);
10. *ASP License Fee*, yaitu *Application Provider* membayar *provider* aplikasi *software* sejumlah *fee*, yaitu sejumlah persen dari penerimaan pelanggan ASP. Pelanggan ASP mendapatkan akses atas *copy software* yang ditempatkan di server-server yang dimiliki dan dioperasikan oleh *provider* yang bisa secara teknis ASP memperagakan kepada para pelanggan informasi yang dimiliki hak cipta (*copyrighted*).
11. *Website Hosting Provider* memberikan tempat (*space*) di servernya untuk ditempati *website*. *Provider* tersebut tidak memperoleh hak cipta yang diciptakan oleh peneliti dan pengembang isi *website* memanipulasi *website* tersebut dari jauh, termasuk mengubah isi *website* yang bersangkutan.
12. *Software maintenance*, yaitu penggabungan dari *software maintenance contract* dengan *software updates* dengan bantuan teknik.
13. *Data Warehousing*, yaitu pelanggan menyimpan data komputernya dalam server yang dimiliki dan dioperasikan oleh *provider*. Pelanggan dapat mengakses, mengupload, memanggil ulang (*retrieve*) dan memanipulasi data dari jarak jauh.
14. *Customer Support over Computer Network*, yaitu *provider* memberikan kepada pelanggan bantuan teknik *online* (*online technical support*) termasuk saran-saran untuk instalasi dan berbagai informasi untuk memecahkan masalah. Bantuan ini dapat mengambil bentuk *online technical support*, *troubleshooting database*, dan berkomunikasi dengan

sarana *email* dengan *human technician*.

15. *Data Retrieval*, yaitu *provider* menyediakan tempat penyimpanan informasi yang tersedia bagi pelanggan untuk dicari dan dipanggil. Prinsip nilai yang diberikan kepada pelanggan adalah kemampuan untuk mencari dan menggali masalah spesifik dari data dengan koleksi.
16. *Delivery of exclusive or other high-value data*, yaitu gudang data seperti pada nomor 15 diatas akan tetapi nilai yang paling pening bagi pelanggan adalah bukan kemudahan mencari dan mendapatkan datanya, *provider* menambahkan nilai yang penting seperti tambahan analisis atas data mentah, contoh laporan investasi atas suatu industri tertentu.
17. *Advertising* atau *banner adds*, yaitu berupa iklan kecil yang muncul setiap user meng-klik *website* tertentu. Pemasang iklan akan membayar *fee* sesuai dengan berapa kali iklan tersebut di-*display* atau berdasarkan berapa kali meng-klik iklan tersebut.
18. *Electronic access to profesional advice* (e.g. *consultancy*), yaitu konsultasi jasa professional (konsultan, pengacara, dokter, dan profesi lainnya) yang diberikan kepada pelanggan melalui *e-mail*, *video conference* atau alat komunikasi lainnya.
19. *Technical Information*, yaitu informasi teknis yang bersifat rahasia mengenai suatu produk atau proses pabrikasi, yang diberikan kepada para pelanggan (*subscribers*).
20. *Information Delivery*, yaitu *provider* secara elektronik mengirimkan data kepada para peserta secara periodik sesuai dengan pilihan individu, yang

berupa paket informasi yang diformat secara khusus sesuai dengan kebutuhannya yang spesifik.

21. *Access to an interactive website*, yaitu *provider* menyediakan kepada anggota untuk dapat mengakses *website* tertentu termasuk informasi, musik, *video*, *game*, dan kegiatan lainnya. Para anggota membayar sejumlah biaya tertentu untuk mengakses *website* tersebut.
22. *Online shopping portals*, yaitu operator *website* yang menyediakan tempat katalog elektronik dalam servernya bagi beberapa pelaku bisnis. Pengguna dapat memilih produk.
23. *Online Auctions*, yaitu *men-display* barang-barang untuk dibeli dengan cara *Mang*. Pengguna membeli barang-barang tersebut secara langsung dari pemilik barang, dan pemilik barang dagangan membayar kompensasi sebesar prosentase tertentu dari harga jual atau sejumlah *fee*.
24. *Sales Referral Program*, yaitu *online provider* membayar komisi penjualan kepada operator *website* atas penjualan satu atau lebih *product provider* yang tertera dalam daftar (*list*) operator *website*.
25. *Content Acquisition Transaction*, yaitu operator *website* membayar bermacam-macam *content provider* atas cerita-cerita baru, informasi dan *content online* lainnya dalam upaya menarik minat pengguna *website*.
26. *Streamed (real time) web-based broadcasting*; yaitu pengguna mengakses *database copyrighted audio* dan/atau materi visual lainnya dan *boadcaster* menerima langganan atau penghasil iklan.

27. *Carriage Fees*, yaitu *content provider* membayar operator jaringan atau operator *website* agar *content* nya ditampilkan (*display*) oleh operator *website/network*.
28. *Subscriptions to website allowing the downloading of digital products*, yaitu *provider* menyediakan kepada pelanggan tampilan *website* yang berisi "*digital copyrighted content*" seperti musik. Pelanggan membayar secara periodik sejumlah biaya tertentu untuk mengakses *website* tertentu.

Asas-Asas dalam *e-commerce*. Kontrak elektronik atau *e-commerce* ini memiliki asas-asas yang khusus, yaitu:

- a) Asas otentitas: keberadaan asas ini digunakan untuk menjamin bahwa adanya pertukaran data antar para pihak dalam bentuk elektronik, benar-benar menunjukkan asal dari data elektronik tersebut berasal.³⁰
- b) Asas integritas: keberadaan asas ini menjelaskan dalam proses penyimpanan dan pengiriman data elektronik, isi dari data elektronik yang ada tidak mengalami perubahan substansial dan terjamin integritasnya.
- c) Asas non reputasi: Keberadaan asas ini menjelaskan bahwa keberadaan suatu pesan atau data yang telah dikirimkan satu pihak pada pihak lainnya tidak dapat disangkal keberadaannya oleh pihak yang mengirimkan pesan atau data tersebut pada pihak lain.

³⁰ Rieke, Ustadiyanto, *Framework E-Commerce*, (Jogyakarta: Andi, 2001), hlm. 145

- d) Asas kerahasiaan: keberadaan asas ini menjelaskan bahwa kerahasiaan isi daripada suatu pesan atau data-data elektronik yang dikirim dari satu pihak ke pihak lain yang berwenang adalah dijamin kerahasiaannya, yang mana kerahasiaan ini biasanya dijamin dengan adanya teknologi penyandian informasi (*cryptography*)
- e) Asas moral: asas ini berperan dalam keseluruhan proses pelaksanaan kontrak elektronik, dimana moralitas berkaitan dengan panggilan hati nurani dan perbuatan sukarela seseorang dalam kewajibannya untuk memenuhi isi suatu perjanjian.

3. Konsep Kebijakan Pemerintah

Istilah kebijakan disebut juga dalam beberapa tulisan dan *literature* dengan istilah "*Policy*".³¹ Kamus besar bahasa Indonesia mengartikan kebijakan sebagai "kepandaian, kemahiran, kebijaksanaan". Pengertian tersebut menunjukkan seolah tidak ada perbedaan mendasar antara arti kata kebijakan dengan kebijaksanaan, sebab kebijaksanaan diartikan sebagai "kepandaian menggunakan akal budi". Suatu kebijakan terkandung makna hal-hal sebagai berikut: (a) Suatu tujuan yang ingin diwujudkan dalam suatu organisasi,

³¹ Menurut Bambang Sunggono, pengertian-pengertian yang dikemukakan oleh beberapa ahli tentang policy tersebut dapat dikemukakan beberapa hal yaitu: (1) terdapat perbedaan pendapat dikalangan para ahli tentang pengertian kebijaksanaan. Jelasnya, konsep kebijaksanaan itu sulit untuk dirumuskan dan diberikan makna tunggal, atau dengan perkataan lain, sulit bagi kita untuk memberlakukan konsep kebijaksanaan tersebut sebagai sebuah gejala yang khas dan konkret, terutama bila kebijaksanaan itu kita lihat sebagai suatu proses yang terus berkembang dan berkelanjutan mulai dari proses pembuatannya sampai implementasinya. (2) terdapat perbedaan 'penekanan' tentang kebijaksanaan di antara para ahli. Sebagian dari mereka melihat kebijaksanaan sebagai suatu perbuatan, sedangkan yang lain lebih melihat sebagai suatu sikap yang direncanakan (suatu rencana), atau bahkan suatu rencana dan juga suatu tindakan. (3) para ahli juga berbeda pendapat berkaitan dengan tujuan dan sarana. Ada yang berpendapat, bahwa kebijaksanaan meliputi tujuan dan sarana, kebijaksanaan meliputi tujuan atau sarana, bahkan ada yang tidak lagi menyebut baik tujuan maupun sarana. Bambang sunggono, Hukum Dan Kebijaksanaan Publik, (Jakarta: Sinar Grafika, 1994), hlm. 13-14

masyarakat. (b) Di dalam suatu kebijakan terkandung suatu prinsip atau suatu sistem nilai yang mendasari atau menjadi pedoman dalam pengaturan masyarakat, pemerintah, organisasi. (c) Di dalam kata kebijakan juga mengandung suatu cara untuk mencapai tujuan. (d) Sarana untuk mencapai tujuan.

Disertasi ini selanjutnya akan menggunakan istilah kebijakan yang kemudian disepadankan dengan istilah *policy* sebagai "*The general principles by which a governments is guided in its management of public affairs*". Diterjemahkan bebas yaitu asas-asas umum yang menjadi prinsip atau pedoman bagi suatu pemerintahan dalam pengelolaannya atas masalah-masalah publik.

Menurut Dworkin yang dikutip oleh J. Angelo Corlett dalam *Dworkin's Theory of Law*, menyebutkan tentang konsep kebijakan bahwa:

"In "A Model of Rules", Dworkin makes a distinction between principles, policies, and rules. A principle is a standard observed simply because it is a requirement of justice, fairness or another dimension of morality. An example of a principle is 'no one may profit by one's own wrongdoing". A policy is a standard that sets out a goal to be reached. An example of a policy is that automobile accidents are to be decreased. A rule, however, is different from a principle. An example of a rule is 'a will is invalid unless signed by three witnesses'. rules are applicable in an all-or-nothing way. If the facts a valid rule stipulated are present, then what the rule says must be respected. A principle, however, states a reason for something but does not necessitate a particular decision. It inclines without necessitating. Principles can conflict and be assigned weights, but when rules conflict only one of them can be valid.³²

³² J. Angelo Corlett, *Dworkin's Theory of Law*, Associate Proffesor of Philosophy of Law and Ethics, (San Diego State University: Department of Philosophi, 2000), hlm 43.

Kebijakan pemerintah yang disepandankan dalam bentuk sebuah peraturan sesuai dengan pendapat Bryan A. Garner, maka unsur dari sebuah pembentukan peraturan perundang-undangan, yaitu:³³

1. *The lack of rules or law, which leads to ad hoc and inconsistent adjudication* (peraturan harus berlaku juga bagi penguasa, harus ada kecocokan atau konsistensi antara peraturan yang diundangkan dengan pelaksanaannya; dituangkan dalam aturan-aturan yang berlaku umum, artinya suatu *system* hukum harus mengandung peraturan-peraturan dan tidak boleh sekedar mengandung keputusan yang bersifat sementara atau *ad hoc*);
2. *A failure to publicize, or make known the rules of law* (aturan-aturan yang telah dibuat harus diumumkan kepada mereka yang menjadi objek pengaturan aturan-aturan tersebut);
3. *Unclear or obscure legislation that is impossible to understand* (peraturan harus dirumuskan secara jelas, artinya disusun dalam rumusan yang dapat dimengerti);
4. *Retroactive legislation* (tidak boleh ada peraturan yang memiliki daya laku surut atau harus nonretroaktif, karena dapat merusak integritas peraturan yang ditujukan untuk berlaku bagi waktu yang akan datang);
5. *Contradictions in the law* (tidak boleh mengandung aturan-aturan yang bertentangan satu sama lain);

³³ Yuliandari, *Asas-Asas Pembentukan Peraturan Perundang-undangan Yang Baik*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009), hlm 130

6. *Demands that are beyond the power of the subjects and the ruled* (tidak boleh mengandung beban atau persyaratan yang melebihi apa yang dapat dilakukan);
7. *Unstable legislation (ex. Daily revisions of laws)* (perubahan sering terjadi dalam peraturan artinya ketentuan bahwa hukum harus konstan/konsisten di setiap waktu tidak mutlak, karena hukum harus merespon perubahan yang terjadi di setiap waktu);
8. *A failure of congruence between the rules as announced and their actual administration* (harus ada kecocokan atau konsistensi antara peraturan yang diundangkan dengan pelaksanaan sehari-hari)

Secara umum fungsi pemerintahan mencakup tiga fungsi pokok yaitu:

1. Fungsi Pengaturan.

Fungsi pengaturan ini dilaksanakan pemerintah dengan membuat peraturan perundang-undangan yang fungsinya untuk mengatur hubungan manusia dalam masyarakat. Disini pemerintah adalah pihak yang mampu menerapkan peraturan agar kehidupan dapat berjalan secara baik dan dinamis. Seperti halnya fungsi pemerintah pusat, pemerintah daerah juga mempunyai fungsi pengaturan terhadap masyarakat yang ada di daerahnya.

2. Fungsi Pelayanan.

Pelaksanaan fungsi pelayanan yang dilakukan Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah terletak pada kewenangan masing-masing

pemerintahan. Kewenangan pemerintah pusat mencakup urusan Pertahanan Keamanan, Agama, Hubungan luar negeri, Moneter dan Peradilan. Secara umum pelayanan pemerintah mencakup pelayanan publik (*Public service*) dan pelayanan sipil (*Civil service*) yang menghargai kesetaraan.

3. Fungsi Pemberdayaan.

Fungsi ini untuk mendukung terselenggaranya otonomi daerah, fungsi ini menuntut pemberdayaan Pemerintah Daerah dengan kewenangan yang cukup dalam pengelolaan sumber daya daerah guna melaksanakan berbagai urusan yang didesentralisasikan. Untuk itu Pemerintah Daerah perlu meningkatkan peranserta masyarakat dan swasta dalam kegiatan pembangunan dan penyelenggaraan pemerintahan. Kebijakan pemerintah, pusat dan daerah, diarahkan untuk meningkatkan aktifitas ekonomi masyarakat, yang pada jangka panjang dapat menunjang pendanaan Pemerintah Daerah. Dalam fungsi ini pemerintah harus memberikan ruang yang cukup bagi aktifitas mandiri masyarakat, sehingga dengan demikian partisipasi masyarakat di Daerah dapat ditingkatkan. Lebih-lebih apabila kepentingan masyarakat diperhatikan, baik dalam peraturan maupun dalam tindakan nyata pemerintah.

Selain fungsi pemerintahan yang mencakup tiga pokok di atas, Rasyid memaparkan tentang enam tugas umum pemerintah antara lain:

1. Menjamin keamanan negara dari segala kemungkinan serangan dari luar.
2. Menjaga agar tidak terjadi pemberontakan dari dalam yang dapat

mengulingkan pemerintahan yang sah melalui cara-cara kekerasan

3. Menjamin agar perubahan apapun yang terjadi di dalam masyarakat dapat berlangsung secara damai.
4. Memelihara ketertiban menjamin diterapkannya perlakuan yang adil kepada setiap warga masyarakat.
5. Melakukan upaya-upaya untuk meningkatkan kesejahteraan sosial, menerapkan kebijakan ekonomi yang menguntungkan masyarakat luas.
6. Menerapkan kebijakan untuk memelihara sumber daya alam dan lingkungan.

Pendapat yang serupa diungkapkan oleh Musgrave mengenai fungsi pemerintah dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Fungsi Alokasi

Fungsi Alokasi adalah peran pemerintah untuk mengatasi kegagalan mekanisme pasar dengan menyediakan *public goods*, atau dengan mengalokasikan seluruh sumber daya yang ada agar dapat dipergunakan baik sebagai *private* maupun *public goods*, dan menentukan komposisi dan *public goods*. Dengan kata lain fungsi pajak sebagai sumber pemasukan keuangan negara kemudian dialokasikan untuk pengeluaran rutin negara.

2. Fungsi Distribusi

Tugas pemerintah untuk melakukan penyesuaian terhadap distribusi pendapatan dan kekayaan guna menjamin terpenuhinya kondisi yang adil

dan merata. Menurut Musgrave pemerintah bertanggung jawab untuk mendistribusikan pendapatan dan kesejahteraan dalam masyarakat.

3. Fungsi Stabilisasi

Penggunaan kebijakan anggaran sebagai suatu alat untuk mencapai tingkat kesempatan kerja yang tinggi, tingkat stabilitas yang semestinya, dan laju pertumbuhan ekonomi yang tepat. Dengan kata lain fungsi stabilisasi pemerintah dilakukan dengan menggunakan kebijakan anggaran sebagai alat untuk menjaga agar tingkat tenaga kerja tetap tinggi, tingkat stabilitas harga yang pantas, dan pertumbuhan ekonomi yang tepat.

Konsep kebijakan pemerintah tersebut merujuk pada pembentukan sebuah Undang-undang atau peraturan yang dapat memberikan pembaharuan hukum sesuai dengan teori *social engineering*. Hukum dibentuk sebagai pengendali. Oleh karena hendaknya kebijakan pemerintah dapat dilakukan untuk bisa mengendalikan, sekaligus dapat melindungi konsumen *e-commerce* yang mana belum ada kepastian hukum yang jelas bagi pihak-pihak di dalam perlindungannya.

F. Kerangka Teori

Pada bab ini berisi kerangka teori dan konseptual yang mana pada kerangka teori dibangun berdasarkan kajian terhadap teori-teori serta dogma hukum. Kerangka teoritik menjadi landasan serta dasar dan kerangka yang akan memecahkan masalah penelitian dan keseluruhan penulisan disertasi ini.

Teori yang digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah teori keadilan Pancasila dan Islam, keadilan Islam, teori epektifitas hukum, teori perlindungan hukum, teori perundang-undangan, teori *social engineering* sedangkan kerangka konseptual melengkapi teori yang akan disajikan dalam penulisan disertasi ini yang berupa konsep perlindungan konsumen, konsep *e-commerce*, dan konsep kebijakan pemerintah pada era digital ini.

1. Grand Theory: Keadilan Pancasila dan Islam

a. Keadilan Pancasila

Keadilan berasal dari kata adil, menurut Kamus Bahasa Indonesia adil adalah tidak sewenang-wenang, tidak memihak, tidak berat sebelah. Adil terutama mengandung arti bahwa suatu keputusan dan tindakan didasarkan atas norma-norma objektif. Keadilan pada dasarnya adalah suatu konsep yang relatif, setiap orang tidak sama, adil menurut yang satu belum tentu adil bagi yang lainnya, ketika seseorang menegaskan bahwa ia melakukan suatu keadilan, hal itu tentunya harus relevan dengan ketertiban umum dimana suatu skala keadilan diakui. Skala keadilan sangat bervariasi dari satu tempat ke tempat lain, setiap skala didefinisikan dan sepenuhnya ditentukan oleh masyarakat sesuai dengan ketertiban umum dari masyarakat tersebut.³⁴

Di Indonesia keadilan digambarkan dalam Pancasila sebagai dasar negara, yaitu keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia.

³⁴ M. Agus Santoso, *Hukum, Moral & Keadilan Sebuah Kajian Filsafat Hukum*, Ctk. Kedua, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 85.

Dalam sila lima tersebut terkandung nilai-nilai yang merupakan tujuan dalam hidup bersama. Adapun keadilan tersebut didasari dan dijiwai oleh hakikat keadilan kemanusiaan yaitu keadilan dalam hubungannya manusia dengan dirinya sendiri, manusia dengan manusia lainnya, manusia dengan masyarakat, bangsa, dan negara, serta hubungan manusia dengan Tuhannya.³⁵

Nilai-nilai keadilan tersebut haruslah merupakan suatu dasar yang harus diwujudkan dalam hidup bersama kenegaraan untuk mewujudkan tujuan negara, yaitu mewujudkan kesejahteraan seluruh warganya dan seluruh wilayahnya, mencerdaskan seluruh warganya. Demikian pula nilai-nilai keadilan tersebut sebagai dasar dalam pergaulan antar negara sesama bangsa didunia dan prinsip-prinsip ingin menciptakan ketertiban hidup bersama dalam suatu pergaulan antarbangsa di dunia dengan berdasarkan suatu prinsip kemerdekaan bagi setiap bangsa, perdamaian abadi, serta keadilan dalam hidup bersama (keadilan sosial).³⁶

Suatu tata hukum dan peradilan tidak bisa dibentuk begitu saja tanpa memerhatikan keadilan, karena adil itu termasuk pengertian hakiki suatu tata hukum dan peradilan, oleh karenanya haruslah berpedoman pada prinsip- prinsip umum tertentu. Prinsip-prinsip tersebut adalah yang menyangkut kepentingan suatu bangsa dan negara, yaitu merupakan keyakinan yang hidup dalam masyarakat tentang suatu kehidupan yang adil, karena tujuan negara

³⁵ M. Agus Santoso, *Hukum, Moral & Keadilan Sebuah Kajian Filsafat Hukum*, Ctk. Kedua, hl. 86

³⁶ M. Agus Santoso, *Hukum, Moral & Keadilan Sebuah Kajian Filsafat Hukum*, Ctk. Kedua, hlm. 87

dan hukum adalah mencapai kebahagiaan yang paling besar bagi setiap orang.³⁷

Kalimat adil dalam rumusan Pancasila terdapat pada sila kedua dan sila kelima. Nilai kemanusiaan yang adil dan keadilan sosial mengandung suatu makna bahwa hakikat manusia sebagai makhluk yang berbudaya dan berkodrat harus berkodrat adil, yaitu adil dalam hubungannya dengan diri sendiri, adil terhadap manusia lain, adil terhadap masyarakat bangsa dan negara, adil terhadap lingkungannya serta adil terhadap Tuhan Yang Maha Esa. Dengan kata lain dalam Pancasila tersebut harus dapat mewujudkan keadilan distributif, yakni relasi keadilan antara negara terhadap warganya, dalam arti pihak negara wajib memenuhi keadilan dalam bentuk keadilan membagi kesejahteraan, bantuan, subsidi serta kesempatan dalam hidup bersama yang didasarkan atas hak dan kewajiban; juga keadilan legal merupakan keadilan antara warga negara terhadap negara dan dalam masalah ini pihak wargalah yang wajib memenuhi keadilan dalam bentuk menaati peraturan perundang-undangan yang berlaku dalam negara; dan keadilan komutatif, yakni keadilan antara warga satu dengan yang lainnya secara timbal balik tanpa pamrih.³⁸

Sebagaimana diketahui, keadilan sosial adalah bagian dari rumusan sila kelima Pancasila. Keadilan sosial ini dengan sendirinya mengandaikan adanya keadilan individual. Artinya, sikap atau perilaku individu Pancasila adalah sikap dan perilaku yang

³⁷ M. Agus Santoso, *Hukum, Moral & Keadilan Sebuah Kajian Filsafat Hukum*, 91

³⁸ M. Agus Santoso, *Hukum, Moral & Keadilan Sebuah Kajian Filsafat Hukum*, hlm. 92

memiliki keutamaan atau kebajikan berupa keadilan itu. Disamping itu individu juga menjadi tujuan dari keadilan itu. Maksudnya adalah keadilan tidak hanya ditujukan kepada masyarakat seumumnya, melainkan juga kepada individu. Namun individu ini bukan sekedar entitas atomistik yang terlepas sama sekali dari konteks sosial budayanya, melainkan individu dalam keterhubungannya dengan individu lain dan dengan masyarakatnya.³⁹

Sebagai inti dari keadilan Pancasila, sebagaimana dikatakan oleh Notonegoro, bahwa manusia sebagai pendukung pokok sila-sila Pancasila secara ontologis merupakan kemutlakan yakni merupakan susunan kodrat raga dan jiwa jasmani dan rohaninya; sifat kodrat manusia ialah sebagai makhluk individu dan makhluk sosial, serta kedudukan kodrat manusia sebagai makhluk personal dan sebagai makhluk Tuhan yang Maha Esa. Oleh karena kedudukan kodrat manusia sebagai makhluk pribadi berdiri sendiri dan sebagai makhluk Tuhan, maka secara hirarkis sila *pertama* Ketuhanan yang Maha Esa mendasari dan menjiwai keempat sila-sila Pancasila yang lainnya; yakni adil dan beradab, persatuan Indonesia, kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan/perwakilan, serta keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Sila *kedua* kemanusiaan yang adil dan beradab didasari dan dijiwai oleh sila Ketuhanan Yang Maha Esa serta mendasari dan menjiwai sila persatuan Indonesia, sila kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat

³⁹ Hyronimus Rhiti, *Filsafat Hukum Edisi Lengkap Dari Klasik ke Postmodernisme*, Ctk. Kelima, (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya, 2015), hlm. 251

kebijaksanaan dalam permusyawaratan/perwakilan, serta sila keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Sila *ketiga* persatuan Indonesia didasari dan dijiwai oleh sila Ketuhanan Yang Maha Esa, dan sila kemanusiaan yang adil dan beradab, serta mendasari dan menjiwai sila kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan/ perwakilan, dan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Sila *keempat* ialah kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawarata/ perwakilan. Makna pokok sila keempat ialah kerakyatan yakni kesesuaiannya dengan hakikat rakyat. Sila keempat ini didasari dan dijiwai oleh sila Ketuhanan Yang Maha Esa, kemanusiaan dan persatuan. Dalam kaitannya dengan kesatuan yang bertingkat. Dan sila *kelima* keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia memiliki makna pokok keadilan, yaitu hakikatnya kesesuaian dengan hakikat adil. Berbeda dengansila-sila lainnya maka sila kelima ini didasari dan dijiwai oleh keempat sila lainnya yaitu; Ketuhanan, kemanusiaan, persatuan, dan kerakyatan.⁴⁰

b. Keadilan Islam

Keadilan secara Bahasa berasal dari Bahasa arab, yakni kata adil yang bermakna lurus/ seimbang. Dalam Kamus Bahasa Indonesia adil merupakan bentuk tidak sewenang-wenang, tidak memihak, tidak berat sebelah. Adiljuga diartikan sebagai suatu keputusan dan tindakan didasarkan atas norma-norma objektif. Keadilan pada

⁴⁰ Notonagoro, *Beberapa Hal Mengenai Falsafah Pantjasila*, (Jakarta: Pantjuran Tujuh, 1967), hlm. 28

dasarnya merupakan suatu konsep yang relatif, setiap orang tidak sama, adil menurut yang satu belum tentu adil bagi yang lainnya, ketika seseorang menegaskan bahwa ia melakukan suatu keadilan, hal itu tentunya harus selaras dengan ketertiban umum dimana takaran keadilan itu diakui.⁴¹

Al-Qur'an sebagai sumber ajaran Islam yang utama, banyak sekali menyebut keadilan. Kata al-Adl, dalam berbagai bentuk katanya disebut sebanyak 28 kali, kata al-Qisth dalam berbagai shighahnya disebut sebanyak 27 kali, dan kata al-Mizan yang mengandung makna yang relevan dengan keduanya disebut 23 kali.⁴²

Wahbah Zuhayli, dalam menafsirkan surat Al-Syura ayat 14 menyatakan bahwa keadilan salah satu ajaran yang diemban oleh setiap rasul, bahkan konsep keadilan itu tidak mengalami perubahan dari generasi seorang rasul sampai kepada generasi rasul-rasul berikutnya, dan berakhir pada Muhammad saw.⁴³

Banyaknya ayat Al-Qur'an yang membicarakan keadilan menunjukkan bahwa Allah Swt adalah sumber keadilan dan memerintahkan menegakkan keadilan di dunia ini kepada para rasulNya dan seluruh hambaNya. Walaupun tidak ada satupun ayat Al-Qur'an yang secara eksplisit menunjukkan bahwa *al-'Adl* merupakan sifat Allah, namun banyak ayat yang menerangkan

⁴¹ M. Agus Santoso, *Hukum, Moral & Keadilan Sebuah Kajian Filsafat Hukum*, Ctk. Kedua, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 85

⁴² Muhammad Fu'ad Abd al-Baqi, *al-Mu'jam al-Mufahras li Al-Fadh al-Qur'an al-Karim*, (Bairut: Dar al-Fikr, 1987), hlm. 448-449 dan 544-545

⁴³ Wahbah Zuhayli, *al-Tafsir al-Munir*, Jilid IX, (Beirut: Dar al-Fikr, 1991), hlm. 41

keadilanNya.⁴⁴

Dilihat dari sumbernya keadilan dapat diklasifikasikan menjadi dua; keadilan positif dan keadilan revelasional. Keadilan *positif* merupakan konsep-konsep produk manusia yang dirumuskan berdasarkan kepentingan individual maupun kepentingan kolektif mereka. Skala keadilan dalam hal ini berkembang melalui persetujuan-persetujuan diam-diam maupun tindakan formal singkatnya, keadilan jenis ini merupakan produk interaksi antara harapan-harapan dan kondisi yang ada. Sedangkan keadilan *revelasional* adalah keadilan yang bersumber dari Tuhan yang disebut dengan keadilan Ilahi. Keadilan ini dianggap berlaku bagi seluruh manusia, terutama bagi pemeluk agama yang taat.⁴⁵

Para pakar agama Islam, pada umumnya, merumuskan menjadi empat makna. *Pertama*, adil dalam arti sama. Jika dikatakan bahwa seseorang itu adil, artinya dia memperlakukan sama antara orang yang satu dengan orang lain.⁴⁶ Maksud persamaan di sini adalah persamaan dalam hak. Dalam surat al-Nisa (4): 58.

Kata *al-adl* pada ayat ini berarti persamaan, dalam arti bahwa seorang hakim harus memperlakukan sama antara orang-orang yang berperkara, karena perlakuan sama antara para pihak yang berperkara itu merupakan hak mereka.

Kedua, adil dalam arti seimbang. Di sini, keadilan identik

⁴⁴ M. Quraisy Shihab, *Wawasan Islam*, (Bandung: Mizan, 1996), hlm. 149

⁴⁵ Majid Khadduri, *Teologi Keadilan Perspektif Islam*, (Surabaya: Risalah Gusti, 1999), hlm. 1

⁴⁶ M. Quraisy Shihab, *Wawasan Islam*, (Bandung: Mizan, 1996), hlm. 114-116

dengan kesesuaian/proporsional. Keseimbangan tidak mengharuskan persamaan kadar dan sarat bagi semua bagian unit agar seimbang. Keadilan dalam pengertian ini menimbulkan keyakinan bahwa Allah yang Maha Bijaksana dan Maha Mengetahui menciptakan dan mengelola segala sesuatu dengan ukuran, kadar dan waktu tertentu guna mencapai tujuan. Keyakinan itu nantinya akan mengantarkan kepada keadilan Ilahi.⁴⁷ Firman Allah swt, surat al-Rahman (55) ayat 7.

Ketiga, adil dalam arti “perhatian terhadap hak-hak individu dan memberikan hak-hak itu kepada para pemiliknya”. Menamakan keadilan ini dengan keadilan sosial. Individu-individu sebagai anggota masyarakat dapat meraih kebahagiaan dalam bentuk yang lebih baik.⁴⁸ Oleh karena itu, hak-hak dan preferensi-preferensi individu itu, mesti dipelihara dan diwujudkan.

Keempat, adil yang dinisbahkan kepada Ilahi. Adil di sini berarti memelihara kewajiban atas berlanjutnya eksistensi, tidak mencegah kelanjutan eksistensi dan perolehan rahmat sewaktu terdapat banyak kemungkinan untuk itu. Firman Allah swt yang terdapat pada surat Hud (11) ayat 6.

Keadilan ilahi, menjelaskan, keadilan Tuhan memiliki urgensi khusus, dan merupakan persoalan yang tiada taranya.⁴⁹

⁴⁷ M. Quraisy Shihab, *Wawasan Islam*, (Bandung: Mizan, 1996), hlm. 118

⁴⁸ Murtadha Muthahari, *Keadilan Ilahi, terjemahan*, Agus Effendi, (Bandung: Mizan, 1992), hlm. 56

⁴⁹ Murtadha Muthahari, *Keadilan Ilahi, terjemahan*, Agus Effendi, hlm. 63

2. Middle Theory: Teori Efektivitas Hukum

Efektivitas berasal dari kata efektif yang mengandung pengertian dicapainya keberhasilan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Efektivitas selalu terkait dengan hubungan antara hasil yang diharapkan dengan hasil yang sesungguhnya dicapai. Efektivitas adalah kemampuan melaksanakan tugas, fungsi (operasi kegiatan program atau misi) daripada suatu organisasi atau sejenisnya yang tidak adanya tekanan atau ketegangan diantara pelaksanaannya.⁵⁰ Sehingga berkenaan dengan definisi efektivitas suatu hukum berdasarkan pada pengertian tersebut mengarahkan kita pada suatu indikator efektivitas dalam arti tercapainya sasaran atau tujuan yang telah ditentukan sebelumnya merupakan sebuah pengukuran dimana suatu target telah tercapai sesuai dengan apa yang telah direncanakan.

Menurut Hans Kelsen, efektifitas hukum, dibicarakan pula tentang Validitas hukum. Validitas hukum berarti bahwa norma hukum itu mengikat, yakni orang harus berbuat sesuai dengan yang diharuskan oleh norma-norma hukum. Orang harus mematuhi dan menerapkan norma hukum. Efektifitas hukum berarti orang benar-benar berbuat sesuai dengan norma-norma hukum sebagaimana mereka harus berbuat, bahwa norma hukum diterapkan dan dipatuhi.⁵¹

Teori efektivitas hukum menurut Soerjono Soekanto yakni bahwa efektif atau tidaknya suatu hukum ditentukan oleh 5 (lima) faktor, yakni;

⁵⁰ Sabian Usman, *Dasar-Dasar Sosiologi*, (Yogyakarta:Pustaka Belajar, 2009), 12

⁵¹ Sabian Usman, *Dasar-Dasar Sosiologi*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2009), hlm. 12.

faktor hukumnya sendiri (undang-undang), penegak hukum, yakni pihak-pihak yang membentuk maupun menerapkan hukum, sarana atau fasilitas yang mendukung penegakan hukum, masyarakat, yakni lingkungan dimana hukum tersebut berlaku atau diterapkan, kebudayaan, yakni sebagai hasil karya, cipta dan rasa yang didasarkan pada karsa manusia di dalam pergaulan hidup.⁵²

Clerence J Dias sebagaimana dijelaskan oleh Marcus Priyo Guntarto terdapat lima syarat efektif tidaknya satu sistem hukum diantaranya:⁵³

- a) Mudah atau tidaknya makna isi aturan-aturan itu ditangkap.
- b) Luas tidaknya kalangan didalam masyarakat yang mengetahui isi aturanaturan yang bersangkutan.
- c) Efisien dan efektif tidaknya mobilisasi aturan-aturan hukum dicapai dengan bantuan aparat administrasi yang menyadari melibatkan dirinya kedalam usaha mobilisasi yang demikian, dan para warga masyarakat yang terlibat dan merasa harus berpartisipasi dalam proses mobilisasi hukum.
- d) Adanya mekanisme penyelesaian sengketa yang tidak hanya harus mudah dihubungi dan dimasukan oleh setiap warga masyarakat, akan tetapi harus cukup efektif menyelesaikan sengketa.

⁵² Soerjono Soekanto, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 2008), hlm. 8

⁵³ Marcus Priyo Gunarto, *Kriminalisasi dan Penalisisasi Dalam Rangka Fungsionalisasi Perda dan Retribusi*, (Semarang: Program Doktor Ilmu Hukum Universitas Diponegoro, 2011), hlm 71

- e) Adanya anggapan dan pengakuan yang cukup merata di kalangan warga masyarakat yang beranggapan bahwa aturan-aturan dan pranata-pranata hukum itu memang sesungguhnya berdaya mampu efektif.

Efektivitas Hukum yang dikemukakan oleh Anthoni Allot sebagaimana dikutip Felik bahwa hukum akan mejadi efektif jika tujuan keberadaan dan penerapannya dapat mencegah perbuatan-perbuatan yang tidak diinginkan dapat menghilangkan kekacauan. Hukum yang efektif secara umum dapat membuat apa yang dirancang dapat diwujudkan. Jika suatu kegelapan maka kemungkinan terjadi pembetulan secara gampang jika terjadi keharusan untuk melaksanakan atau menerapkan hukum dalam suasana baru yang berbeda, hukum akan sanggup menyelesaikan.⁵⁴

Berbicara efektivitas hukum maka, pertama harus dapat mengukur sejauh mana aturan hukum itu dimengerti atau tidak dimengerti dan ditaati atau tidak ditaati. Jika suatu aturan hukum dimengerti dan ditaati oleh sebagian besar target yang menjadi sasaran ketaatannya maka akan dikatakan aturan hukum yang bersangkutan telah efektif. Kesadaran hukum dan ketaatan hukum merupakan dua hal yang sangat menentukan efektif atau tidaknya pelaksanaan perundang-undangan atau aturan hukum dalam masyarakat. Kesadaran hukum, ketaatan hukum, dan efektivitas perundang-undangan adalah tiga unsur yang saling berhubungan dalam efektivitas suatu hukum.

⁵⁴ Salim,H.S dan Erlis Septiana Nurbani, *Penerapan Teori Hukum Pada Tesis dan Disertasi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2013) hlm. 303

Mencapai kedamaian dengan mewujudkan kepastian dan keadilan serta kemanfaatan hukum bagi masyarakat, merupakan sebuah keniscayaan yang harus diupayakan. Kepastian hukum menghendaki perumusan kaedah-kaedah hukum yang berlaku umum, yakni kaedah-kaedah tersebut harus ditegakkan atau dilaksanakan dengan tegas dan benar. Hal ini menyebabkan hukum harus diketahui dengan pasti oleh para warga masyarakat, oleh karena hukum tersebut terdiri dari kaedah-kaedah yang ditetapkan untuk peristiwa-peristiwa masa kini dan untuk masa-masa akan datang serta kaedah tersebut berlaku secara umum. Dengan demikian, di samping tugas-tugas kepastian serta keadilan tersimpul juga kegunaan atau kemanfaatan di dalam hukum yang harus diwujudkan.⁵⁵

Terdapat beberapa sebab untuk kemudian dikatakan bahwa suatu hukum itu telah mencapai tingkat efektifnya. Diantara sebab atau factor yang dapat mempengaruhi tingkat efektivitas hukum, diantaranya:⁵⁶

a. Keberadaan hukum

Hukum dalam banyak referensi dikatakan mempunyai tujuan yang mulia. Mulai dari keadilan, kemanfaatan hingga kepastian hukum itu sendiri. Oleh karenanya; hukum yang diberlakukan dan dijalankan oleh masyarakat harus benar-benar bisa memberikan keadilan,

⁵⁵ Soerjono Soekanto, *Beberapa Permasalahan Hukum Dalam Kerangka Pembangunan di Indonesia*, (Jakarta: Universitas Indonesia, 1976), 40

⁵⁶ Soerjono Soekanto, *Beberapa Permasalahan Hukum Dalam Kerangka Pembangunan di Indonesia*, (Jakarta: Universitas Indonesia, 1976), 45-77, lihat juga dalam Satjipto Rahardjo, *Hukum dan Masyarakat*, (Bandung: Angkasa, 1980), 87-90

kemanfaatan dan kepastian; meski-pun dalam faktanya ketiga hal tersebut sering terjadi skala prioritas dalam upaya perwujudannya.

b. Penegakan hukum

Pada wilayah ini, hukum juga bergantung pada para pembuat dan penyelenggara hingga pada yang menerapkan hukum (*law enforcement*). Dengan kata lain, para penegak hukum harus mampu memberikan keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum yang ditegakkan; mulai dari tingkat institusional hingga pada wilayah personal para penegak hukum.

c. Sarana dan prasarana yang mendukung penegakan hukum

Secara sederhana, adanya sarana dan prasarana tidak lain untuk mendukung terwujudnya cita hukum yang tertinggi. Dalam hal ini sarana bisa menyangkut sarana fisik sebagai pendukung terhadap sarana lainnya yang non fisik seperti sumber daya manusia yang diamanahi sebagai penegak hukum; yang meliputi Pendidikan, keterampilan, organisasi, keuangan, hingga pada peralatan yang memadai.

d. Kondisi masyarakat

Karena cita hukum sebenarnya adalah kedamaian dan ketentraman masyarakat itu sendiri, maka pemahaman atau pola pikir dan pengetahuan masyarakat tentang hukum menjadi penting, agar tujuan hukum dapat diwujudkan. Di

masyarakat biasanya cukup *heterogen*, baik latar belakangnya atau pemahamannya terhadap hukum, sehingga membutuhkan sosialisasi dan pemahaman yang utuh terhadap masyarakat agar hukum dapat mencapai efektivitasnya.

e. Budaya masyarakat

Menurut Lawrence M. Friedman yang dikutip Soerdjono Soekamto, bahwa sebagai suatu sistem hukum menyangkut struktur, substansi dan kebudayaan yang ada di masyarakat. Struktur menyangkut wadah atau bentuk dari sistem tersebut seperti tatanan lembaga-lembaga hukum formal, hukum antara lembaga tersebut, hak-hak dan kewajiban, dan seterusnya. Kebudayaan (sistem) hukum pada dasarnya mencakup nilai-nilai yang mendasari hukum yang berlaku.

3. Applied Theory: Teori Perlindungan Hukum, Teori Perundang-Undangan, Teori *Social Engineering*

a. Teori Perlindungan Hukum

Black's Law Dictionary memberikan pengertian *protection* sebagai: (1) tindakan melindungi (*the act of protecting*), (2) proteksionisme (*protectionism*), (3) menutupi (*coverage*), (4) suatu dokumen yang diberikan oleh seorang notaris kepada pelaut atau orang lain yang melakukan perjalanan ke luar negeri, yang

menegaskan pemegangnya adalah warganegara AS (*a document given by a notary public to sailors and other persons who travel abroad, certifying that the bearer is a U.S. citizen*).

Pengertian “perlindungan” menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah tempat berlindung, hal (perbuatan dan sebagainya) memperlindungi.⁴² Apabila dikaitkan dengan kata hukum, maka gabungan kata perlindungan hukum memiliki arti hal perbuatan melindungi menurut hukum. Perlindungan hukum adalah memberikan perlindungan kepada warga masyarakat, terutama yang berada pada posisi lemah akibat hubungan hukum atau kedudukan tidak seimbang.⁵⁷

Perlindungan hukum memiliki arti penting untuk memberikan jaminan perlindungan terhadap subjek individu, kelompok maupun subjek hukum dalam pengertian luas, serta objek secara nyata. Perlindungan hukum juga mengandung pengertian untuk memberikan perlindungan terhadap kepentingan hukum bagi subjek dan objek hukum tertentu dari kemungkinan terjadinya perampasan dan atau pelanggaran terhadap hak dan kewajiban yang melekat pada subjek hukum, maupun kepentingan objek hukum tertentu.

Fokus perlindungan hukum pada disertasi ini dipakai sebagai salah satu alat untuk dapat memberikan perlindungan hukum terhadap subyek-subyek dalam *e-commerce*. Setelah membentuk sebuah

⁵⁷ Tim Penyusun Kamus Besar Bahasa Indonesia, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka), hlm 526

kepastian hukum, secara langsung perlindungan hukum muncul sebagai bentuk kekuatan hukum bagi para subyek dalam transaksi *e-commerce*.

Menurut Harjono, perlindungan hukum harus dimaknai sebagai perlindungan yang diberikan oleh hukum. Perlindungan tersebut meliputi perlindungan atas hak masyarakat, yang merupakan hasil transformasi kepentingannya, sehingga dapat dihormati, dilindungi dan Fitzgerald menyebutkan ciri-ciri yang melekat pada hak menurut hukum adalah: (1) hak itu diletakkan pada seseorang yang disebut sebagai pemilik atau subjek dari hak itu, is juga disebut sebagai orang yang memiliki title atas barang yang menjadi sasaran dari hak. (2) Hak itu tertuju pada orang lain yaitu yang menjadi pemegang kewajiban, antara hak dan kewajiban terdapat hubungan korelatif. (3) Hak yang ada pada seseorang mewajibkan pada pihak lain untuk melakukan (*monission*) atau tidak melakukan (*monission*) sesuatu perbuatan. Hal ini dapat disebut sebagai isi hak. (5) Setiap hak menurut hukum itu mempunyai title yaitu suatu peristiwa tertentu yang merupakan alasan melekatnya hak itu pada pemiliknya.⁵⁸

Peter Mahmud Marzuki menjelaskan bahwa perlindungan hukum adalah suatu upaya yang dilakukan oleh hukum dalam menanggulangi pelanggaran yang terdiri dari dua jenis, yaitu perlindungan hukum yang bersifat preventif dan perlindungan hukum

⁵⁸ Satjipto Rahardjo, Hukum, (Bandung: Alumni, 1986), hlm. 94

yang bersifat represif. Perlindungan hukum preventif bertujuan mencegah terjadinya sengketa. Perlindungan yang preventif pemerintah diarahkan untuk bertindak hati-hati dalam mengambil keputusan yang didasarkan pada diskresi; sedangkan perlindungan hukum represif bertujuan untuk menyelesaikan suatu sengketa, termasuk penanganannya di lembaga peradilan.

Philipus M. Hadjon membedakan perlindungan hukum bagi rakyat dengan menitik beratkan pada tindakan pemerintahan dalam dua macam, yaitu:

1. Perlindungan hukum represif adalah penanganan perlindungan hukum bagi rakyat oleh badan peradilan umum maupun oleh badan peradilan administrasi di Indonesia untuk menyelesaikan terjadinya sebuah sengketa.
2. Perlindungan hukum preventif dimana perlindungan hukum tersebut bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa. Perlindungan hukum preventif ini rakyat diberi kesempatan untuk mengajukan pendapatnya atau keberatannya (*inspraak*) sebelum putusan pemerintah. Perlindungan preventif sangat besar artinya bagi tindakan pemerintahan yang didasarkan kepada kebebasan-kebebasan bertindak. Adanya perlindungan hukum yang preventif, pemerintahan terdorong untuk dapat bersikap hati-hati dalam mengambil keputusan yang

didasarkan pada diskresi.⁵⁹

Perlindungan hukum preventif dalam hal penelitian ini adalah dengan memberikan kepastian hukum terlebih dahulu pada transaksi *e-commerce* sehingga dapat mencegah adanya hal-hal yang muncul dalam transaksi *e-commerce*. Perlindungan hukum represif lebih ditekankan pada berlakunya peraturan-peraturan baru yang hendaknya memberikan dampak yang lebih baik ke depan. Perlindungan hukum perlu dilakukan bukan hanya pada para pembeli tetapi juga kepada para penjual.

Dipilihnya teori perlindungan hukum ini, karena komitmen negara salah satunya adalah untuk melindungi semua warga negara. Oleh sebab itu, apabila dalam aktifitasnya warga negara belum merasa terlindungi perlu diambil tindakan atau peraturan baru agar dapat memberikan perlindungan bagi warga negara. Perlindungan hukum pada disertasi ini memfokuskan perlindungan hukum bagi konsumen *e-commerce* sebagai warga negara Indonesia.

1. Pengaturan perjanjian dalam transaksi memberikan perlindungan hukum bagi konsumen *e-commerce*

Perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* tidak lepas dari bentuk perjanjian. Perlu diketahui lebih dulu definisi kontrak/perjanjian adalah suatu kesepakatan yang diperjanjikan (*promissory agreement*) di antara dua atau lebih

⁵⁹ Philipus Hadjon, *Perlindungan Hukum bagi Rakyat Indonesia*, (Surabaya: Bina Ilmu, 1987), hlm. 2

dari pihak yang dapat menciptakan, memodifikasi, atau menghilangkan hubungan hukum. Sedangkan Yahya Harahap, mendefinisikan sedikit berbeda mengenai perjanjian atau Verbinten is yaitu suatu hubungan hukum harta benda antara dua orang atau lebih, yang memberi kekuatan hak pada salah satu pihak untuk memperoleh prestasi dan sekaligus hak pada satu pihak untuk memperoleh prestasi dan sekaligus mewajibkan pada pihak lain untuk menuaikan prestasi. Kedua hal tersebut dapat disimpulkan bahwa adanya dalam kontraldperjanjian perlu tercapainya suatu kesepakatan. Kemudian perjanjian juga dapat diartikan

Sebagai hubungan hukum yang oleh hukum disahkan cara perhubungannya. Perlindungan konsumen yang ingin dicapai dalam transaksi *e-commerce* ini perlu melihat lebih jeli lagi kepada kesepakatan atau perjanjian yang ada di antara kedua pihak.

Sebelum melihat jauh mengenai perjanjian apa yang diperlukan pada transaksi perlu adanya syarat sah berdasarkan Pasal 1320 KUHPerdato, yang dikenal dengan syarat sahnya perjanjian, terdiri dari:

- a) Kesepakatan kehendak;
- b) Dilakukan oleh pihak yang demi hukum dianggap cakap untuk bertindak;

- c) Untuk melakukan suatu prestasi tertentu (prestasi tertentu);
- d) Prestasi tersebut haruslah suatu prestasi yang diperkenankan oleh hukum, kepatutan, kesusialaan, ketertiban umum dan kebiasaan yang berlaku dalam masyarakat luas (atau biasa disebut dengan suatu kausa yang halal).⁶⁰

Berikut adalah teori di mana saat-saat terjadinya perjanjian antara pihak. Mengenai hal ini ada beberapa ajaran/teori, yaitu:⁶¹

2. Teori penawaran dan penerimaan (*offer and acceptance*)

Teori ini pada prinsipnya suatu kesepakatan kehendak yang baru terjadi setelah adanya penawaran (*offer*) dari salah satu pihak dan diikuti dengan penerimaan lamaran (*acceptance*) oleh pihak lain dalam kontrak tersebut. Teori ini diakui secara umum di setiap sistem hukum, dan banyak dilakukan di negara-negara yang menganut sistem hukum

Common Law.

⁶⁰ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hulann Tentang Perlindungan Konsumen*, (PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001), him. 51-52.

⁶¹ Mariam Darus Badruzaman, dkk, *Kompilasi Hukum Perikatan*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001, hlm. 74, Lihat juga Munir Fuady, *Op. Cit.*, Hlm. 45.

3. Teori kehendak (*vilstheori*)

Teori ini menjelaskan pada dasarnya kesepakatan atau perjanjian terjadi pada saat kehendak pihak penerima dinyatakan, misalnya dengan menuliskan surat.

4. Teori pengiriman (*verzend theorie*)

Teori pengiriman ini adalah suatu perjanjian terjadi pada saat kehendak yang dinyatakan itu dikirim oleh pihak yang menerima tawaran. Artinya suatu kata sepakat terbentuk setelah dikirimnya surat jawaban oleh pihak yang ditawarkan suatu kontrak, sebab sejak saat pengiriman tersebut pihak pengirim jawaban telah kehilangan kekuasaan itu.

5. Teori pengetahuan (*vernemings theorie*)

Teori ini pada hakekatnya mengajarkan bahwa pihak yang menawarkan seharusnya sudah mengetahui bahwa tawarannya diterima.

6. Teori kepercayaan (*vertrouwens theorie*)

Kesepakatan atau perjanjian itu terjadi pada saat pernyataan kehendak dianggap layak (secara objektif) diterima oleh pihak yang menawarkan.

7. Teori kotak pos (*mail box theorie*)

Menurut teori ini, penerimaan tawaran dari suatu kontrak dimulai terjadi, adalah pada saat jawaban yang

berisikan penerimaan tersebut dimasukkan dalam kotak pos.

8. Teori ucapan (*uiting theorie*)

Menurut teori ini, suatu kesepakatan terjadi manakala pihak yang menerima penawaran telah menyiapkan surat jawaban yang menyatakan bahwa dia telah menerima tawaran tersebut.

9. Teori Dugaan

Pitlo menganut teori dugaan yang bersifat subjektif ini. Teori dugaan tersebut saat tercapainya kata sepakat sehingga saat itu dianggap juga sebagai saat terjadinya suatu kontrak adalah pada saat pihak yang menerima tawaran telah mengirim surat jawaban dan dia secara patut dapat menduga bahwa pihak lainnya (pihak yang menawarkan) telah mengetahui isi surat itu.

Beberapa teori di atas terjadi pada transaksi *e-commerce*, salah satunya adalah teori pengiriman, teori kehendak dan teori kepercayaan. Sebab pada transaksi *e-commerce* dengan tidak bertemunya antara penjual dan pembeli, perlu adanya kesepakatan setelah konsumen memberikan jawaban atas terjadinya kesepakatan atau perjanjian.

b. Teori Perundang-Undangan

Berkaitan dengan teori perundang-undangan, A. Hamid S. Attamimi mengartikan teori perundang-undangan sebagai bagian segi

dari ilmu pengetahuan di bidang perundang-undangan. Dengan demikian, teori tersebut bersifat kognitif atau bersifat memberikan pemahaman terutama mengenai serangkaian pemaharrian dasarnya. Lebih jauh, T. Koopmans mengatakan teori perundangundangan sebagai kumpulan pemahaman-pemahaman, asas-asas yang saling berkaitan dan memungkinkan munculnya pemahaman yang lebih baik terhadap suatu perUndang-undangan yang dialami.⁶²

Ruang lingkup Undang-undang dalam arti material (*wet in materiels zin*) atau yang biasa disebut dengan *algemeen verbindende voorschriften* dijelaskan bahwa sebagai suatu keputusan dari satu organ yang berwenang membuat peraturan perundang-undangan, maka isi peraturan itu mengikat umum, tidak berlaku terhadap peristiwa individu tertentu, karena dimaksudkan sebagai ketentuan yang tidak berlaku pada peristiwa tertentu, lebih tepat sebagai suatu yang mengikat secara umum daripada mengikat umum.

Teori perundang-undangan mempunyai aspek-aspek yang penting, yang pertama yaitu asas hukum yang menggali makna dari sudut bahasa, menggali dasar sesuatu yang menjadi tumpuan berpikir atau berpendapat, dasar cita-cita dan hukum dasar dan perundang-undangan. Kedua, norma tidak dapat dipisahkan dari pembentukan Undang-undang. Hans Kelsen memberikan ketegasan bahwa norma hukum memberikan arti yang sangat penting terhadap keberlakuan

⁶² T. Koopmans, *Vergelijkend Publikerecht*, (Deventer-Kiuwer, 1986), hlm 3. Dikutip oleh Lauddin Masruni, *Hukum dan Kebijakan Perpajakan di Indonesia*, (Yogyakarta: Ull Press, 2006), hlm. 21.

suatu Undang-undang hukum tertulis. Ketiga, asas-asas pembentukan peraturan perundang-undangan. Upaya pembentukan peraturan perundang-undangan baik dari bentuk maupun sisi substansi, harus memenuhi syarat-syarat yang dikenal dengan asas-asas pembentukan Undang-undang.

Menurut I.C. van der Vlies dalam bukunya yang berjudul *Handboek Wetgeving* asas-asas pembentukan peraturan perundang-undangan dibagi dalam dua kelompok yaitu:

1. Asas formil:

- a. Asas formil tersebut bertujuan jelas (*beginsel van duidelijke doelstelling*), yakni bahwa dengan mempunyai tujuan dan manfaat yang jelas dengan apa yang dibuat dalam setiap pembentukan peraturan perundang-undangan.;
- b. Asas lembaga yang tepat (*beginsel van het juiste orgaan*), yakni bahwa setiap lembaga/organ yang berwenang yang hanya dapat membentuk peraturan perundang-undangan; peraturan perundang-undangan tersebut apabila dibuat oleh lembaga atau organ yang tidak berwenang maka dapat batal demi hukum (*vanrechtswege nieteg*) atau dibatalkan (*vernietegbaar*);
- c. Asas desakan pembuatan peraturan (*het noodzakelijkheids beginsel*);

d. Asas yang dapat dilaksanakan (*het beginsel van uitvoerbaarheid*), yakni setiap pembentukan peraturan perundang-undangan harus dapat berlaku secara efektif dalam masyarakat dengan didasarkan pada perhitungan bahwa peraturar perundang-undangan telah mendapat dukungan baik secara filosofis, yuridis maupun sosiologis sejak tahap penyusunannya;

e. Asas konsensus (*het beginsel van de consensus*).

2. Asas-asas materiil:

a. Asas sistematika dan terminologi yang benar (*het beginsel van duidelijk terminologie en duidelijke systematiek*);

b. Asas dapat dikenali (*het beginsel van de kenbaarheid*);

c. Asas perlakuan yang sama dalam hukum (*het rechtsgelijkheidsbeginsel*);

d. Asas kepastian hukum (*het rechtszekerheidsbeginsel*);

e. Asas pelaksanaan hukum sesuai dengan keadaan individual (*het beginsel van individuele rechtsbedeling*).

Selain teori yang dikemukakan oleh Hans Kelsen diatas, ada 8 (delapan) syarat yang menurut Lon. L. Fuller agar hukum (peraturan) dapat berfungsi dengan baik. Delapan (syarat) moralitas internal dari hukum. Fuller, membahas secara tentang "*The Morality that Makes*

Law Possible". Diawali lebih dahulu oleh Fuller dengan menyebutkan "eight ways to fail to make law" yaitu:

"The first and most obvious lies in a failure to achieve rules at all, so that every issue must be decided on an ad hoc basis. The other routes are (2) a failure to publicize, or at least to make available to the affected party, the rules he is expected to observe; (3) the abuse of retroactive legislation, which not only cannot itself guide action, but undercuts the integrity of rules prospective in effect, since it puts them under the threat of retrospective change; (4) a failure to make rules understandable; (5) the enactment of contradictory rules or (6) rules that require conduct beyond the powers of the affected party; (7) introducing such frequent changes in the rules that the subject cannot orient his action by them; and finally (8) a failure of congruence between the rules as announced and their actual administration.

Syarat tersebut harus mengikatkan diri yang merupakan azas-azas dalam pembentukan peraturan perundang-undangan, yaitu:⁶³

1. *The lack of rules or law, which leads to ad hoc and inconsistent adjudication* (peraturan harus berlaku juga bagi penguasa, harus ada kecocokan atau konsistensi antara peraturan yang diundangkan dengan pelaksanaannya; dituangkan dalam aturan-aturan yang berlaku umum, artinya suatu *system* hukum harus mengandung peraturan-peraturan dan tidak boleh sekedar mengandung keputusan yang bersifat sementara atau *ad hoc*);
2. *A failure to publicize, or make known the rules of law* (aturan-aturan yang telah dibuat harus diumumkan kepada mereka

⁶³ Yuliandari, *Asas-Asas Pembentukan Peraturan Perundang-undangan Yang Baik*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009), hlm 130.

yang menjadi objek pengaturan aturan-aturan tersebut);

3. *Unclear or obscure legislation that is impossible to understand* (peraturan harus dirumuskan secara jelas, artinya disusun dalam rumusan yang dapat dimengerti);
4. *Retroactive legislation* (tidak boleh ada peraturan yang memiliki daya laku surut atau harus nonretroaktif, karena dapat merusak integritas peraturan yang ditujukan untuk berlaku bagi waktu yang akan datang);
5. *Contradictions in the law* (tidak boleh mengandung aturan-aturan yang bertentangan satu sama lain);
6. *Demands that are beyond the power of the subjects and the ruled* (tidak boleh mengandung beban atau persyaratan yang melebihi apa yang dapat dilakukan);
7. *Unstable legislation (ex. Daily revisions of laws)* (perubahan sering terjadi dalam peraturan artinya ketentuan bahwa hukum harus konstan/konsisten di setiap waktu tidak mutlak, karena hukum harus merespon perubahan yang terjadi di setiap waktu);
8. *A failure of congruence between the rules as announced and their actual administration* (harus ada kecocokan atau konsistensi antara peraturan yang diundangkan dengan pelaksanaan sehari-hari).

Pasal 5 Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 Tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan bahwa dengan membentuk peraturan perundangundangan yang baik harus dilakukan berdasarkan asas pembentukan peraturan perundang-undangan.⁶⁴

Teori perundang-undangan ini diarahkan untuk menguji UUPK sebagai bentuk Undang-undang perlindungan konsumen yang hakekatnya melindungi konsumen, dan kemudian disandingkan dengan Undang-undang Perdagangan dan Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagai perumusan peraturan yang dalam bagiannya juga terdapat perlindungan terhadap konsumen khususnya *e-commerce*. Analisis mengenai (3) tiga Undang-undang tersebut akan menggunakan teori perundang-undangan sebagai jawaban dari perumusan masalah yang pertama. Sedangkan untuk perumusan masalah yang kedua, digunakan teori perundang-undangan untuk dapat melihat perundang-undangan mana saja yang terdapat perlindungan konsumen *e-commerce* selain dari Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

c. Teori *Social Engineering*

Penelitian ini akan mengambil teori dari *Roscoe Pound*, yang dikenal sebagai pencetus ide "*law as a tool of social engineering*" atau

⁶⁴ Pasal 5, Asas-asas pembentukan Undang-undang:
 a. Kelembagaan atau pejabat pembentuk yang tepat;
 b. Kejelasan tujuan
 c. Kesesuaian antara jenis, hierarki, dan materi muatan;
 d. Dapat dilaksanakan;
 e. Khasilgunaan dan Kedayagunaan;
 f. Kejelasan rumusan; dan keterbukaan.

hukum sebagai alat pengendali social. Roscoe Pound berpandangan bahwa:

"Law is the sense of the legal order has for its subjects' relations of individual human beings with each other and the conduct of individual so far as they affect others or affect the social or economic order. Law is the sense of the body of authoritative grounds of judicial decisions and administrative action has for its subject matter the expectation or claims or wants held or asserted by individual human beings or groups of human beings which affect their relations or determine their conduct."

Di Indonesia konsep *Rouscoe Pound* dikembangkan oleh Mochtar Kusumaatmadja, yang dapat secara cemerlang mengubah pengertian hukum sebagai alat (*tool*) menjadi hukum sebagai sarana (*instrument*) untuk membangun masyarakat. Tulisan yang berjudul: "Pembinaan Hukum Dalam Rangka Pembangunan Nasional" yang ditulis oleh beliau (Mochtar Kusumaatmadja) mengurigkapkan⁶⁵.

"Pembangunan disini tentunya yang dimaksudkan adalah pembangunan dalam arti luas yang meliputi segala bidang kehidupan masyarakat. Masyarakat yang sedang membangun bercirikan penibahan dan peranan hukum dalam pembangunan adalah untuk menjamin bahwa perubahan itu terjadi dengan teratur. Karena baik perubahan maupun ketertiban (atau keteraturan) merupakan tujuan kembar daripada masyarakat yang sedang membangun, maka hukum menjadi alat yang tak dapat diabaikan dalam proses pembangunan. Dalam proses pembangunan itu peranan hukum adalah sebagai sarana pembangunan masyarakat".

Proses pembaharuan hukum di Indonesia lebih ditonjolkan melalui perundang-undangan, walaupun yuriprudensi juga memegang

⁶⁵ Mochtar Kusumaatmadja, Hukum, Masyarakat dan Pembinaan Hukum Idasional, dalam Syahmin AK, "Mengkritisi Pandangan Mochtar Kusumaatmadja yang mengintroduksi "Hukum sebagai Sarana Pembaharuan Masyarakat di Indonesia", Jurnal Hukum Progressif, Volume I/Nomor 2/ Oktober 2005, hlm. 42.

peranan. Pembaharuan hukum di Indonesia jelas terlihat dalam penekanan bentuk yang tertulis yang merupakan pengaruh dari aliran positivisme. Pound menyatakan bahwa hukum adalah lembaga terpenting dalam melaksanakan kontrol sosial.

Hukum sebagai alat pembaharuan dalam masyarakat, yang artinya bahwa hukum diharapkan dapat berperan sebagai alat untuk dapat merubah nilai-nilai sosial dalam masyarakat sesuai dengan kondisi di Indonesia. Oleh sebab itu Mochtar Kusumaatmadja cenderung menggunakan istilah "sarana" dari pada alat.⁶⁶ yang diberikan oleh Rouscoe Pound, karena situasinya disesuaikan dengan kondisi di Indonesia.

Hukum yang digunakan sebagai "sarana pembaharuan" itu dapat berupa undang-undang atau yurisprudensi atau kombinasi keduanya. Agar supaya dalam pelaksanaan keberadaan Undang-undang ataupun yurisprudensi atau kombinasi keduanya berjalan sesuai harapan yaitu dengan pencapaian tujuan untuk pembaharuan maka hendaknya juga harus sesuai dengan hukum yang hidup didalam masyarakat. Apabila tidak dilaksanakan dengan baik, maka akibatnya akan mendapat tantangan-tantangan.

Selain fungsi hukum sebagai sarana pembaharuan masyarakat, dapat pula diartikan, bahwa hukum digunakan sebagai pelopor perubahan. Pelopor perubahan ini melakukan penekanan untuk

⁶⁶ Mochtar Kusumaatmadja, Pembinaan Hukum dalam Rangka Pembangunan Hukum Nasional, dalam Syahmin AK

mengubah sistem sosial, mempengaruhi masyarakat dengan sistem yang direncanakan terlebih dahulu disebut *social engineering* ataupun *planning* atau sebagai alat rekayasa sosial.

Hukum di dalam masyarakat modern saat ini mempunyai ciri menonjol yaitu penggunaannya telah dilakukan secara sadar oleh masyarakatnya. Di sini hukum tidak hanya dipakai untuk mengukuhkan pola-pola kebiasaan dan tingkah laku yang sudah tumbuh dalam hukum di masyarakat, melainkan juga untuk mengarahkannya kepada tujuan-tujuan yang dikendaki, melainkan hukum juga dapat menghapuskan kebiasaan yang dipandang tidak sesuai lagi. Kemudian juga dapat menciptakan pola-pola kelakuan baru. Sarana pembaharuan hukum dalam masyarakat inilah yang disebut sebagai pandangan modern tentang hukum yang menjurus kepada penggunaan hukum sebagai instrument yaitu *law as a tool social engineering*.

a. Kontrol sosial memberikan kepastian hukum

Selain keberadaan sarana pembaharuan hukum, dalam arti lain sebagai *law as a tool social engineering*. Hukum juga merupakan sarana sebagai kontrol sosial dalam memberikan kepastian hukum. Mengapa dikatakan sebagai kontrol sosial sebab apabila hukum dapat menjelmakan fungsinya dengan baik maka fungsi hukum yang berfungsi sebagai kontrol sosial ini dapat berfungsi dalam menyelesaikan perselisihan, fungsi memadukan, fungsi memudahkan,

fungsi pembaharuan, fungsi kesejahteraan dan lain-lain. Kesimpulannya, fungsi utama hukum adalah untuk melindungi kepentingan yang ada dalam masyarakat.

Upaya melindungi kepentingan dalam masyarakat ini, maka diperlukan kepastian hukum. Van Apeldom mengemukakan kepastian hukum untuk dipahami melalui dua pengertian seperti berikut:

“Pertama, kepastian hukum berarti dapat ditentukan hukum apa yang berlaku untuk masalah-masalah konkrit. Dengan dapat ditentukan masalah-masalah konkrit, pihak-pihak yang berperkara sudah dapat mengetahui sejak awal ketentuan-ketentuan apakah yang akan dipergunakan dalam sengketa tersebut.”

Kedua, kepastian hukum berarti perlindungan hukum, dalam hal ini pihak yang bersengketa dapat dihindarkan dari kesewenang-wenangan penghakiman.⁶⁷

Berdasarkan dua definisi kepastian hukum yang diberikan sebagaimana telah diuraikan di atas, maka dapat disimpulkan tiga makna dan kepastian hukum, yaitu: (1) pasti mengenai peraturan hukumnya yang mengatur masalah pemerintah tertentu yang abstrak; (2) pasti mengenai kedudukan hukum dari subjek dan objek hukumnya dalam pelaksanaan peraturan-peraturan hukum administrasi negara; (3) mencegah kemungkinan timbulnya perbuatan sewenang-wenang (*eigenrechtlich*) dari pihak manapun, juga tindakan dari pihak pemerintah.⁶⁸

⁶⁷ Peter Mahmud Marzuki, *Op.cit.*, him. 59-60

⁶⁸ Bachsan Mustafa, *Sistem Hukum Administrasi Negara Indonesia*, (Bandung: Citra Aditya Bhakti, 2001), 29

Kepastian hukum (*rechtzekerheid legal certainty*) merupakan asas penting dalam tindakan hukum (*rechtshandeling*) dan penegakan hukum (*hendhaving, uitvoering*). Diantara berbagai peraturan yang ada, peraturan perundang-undangan dapat memberikan kepastian hukum yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan hukum kebiasaan, hukum adat, atau yurisprudensi.

Terkait dengan teori kepastian hukum, dalam hal ini Undang-undang Perdagangan dan UU ITE sudah memberikan kepastian hukum kepada pihak-pihak dalam transaksi *e-commerce*. Namun dalam penulisan disertasi ini, karena kepastian hukum menghendaki peraturan dibuat dan diundangkan telah diatur jelas dan logis, mengandung pengertian, bahwa:⁶⁹

- a. Adanya aturan hukum yang konsisten dan dapat diterapkan, yang ditetapkan oleh negara.
- b. Aparat pemerintah menerapkan aturan hukum tersebut secara konsisten dan berpegang pada aturan hukum tersebut.
- c. Sebagian besar rakyat pada dasarnya konsentrasi pada aturan tersebut.
- d. Hakim yang bebas dan tidak memihak secara konsisten menerapkan aturan hukum tersebut.

⁶⁹ I Gusti Ngurah Wairocana, *Implementasi Good Governance Dalam Legislasi Daerah*, (Orasi Ilmiah, Fakultas Hukum Universitas Udayana, 2008), hlm. 21.

Maka melalui pengertian diatas, memberikan penjelasan bahwa kepastian hukum harus memberikan aturan yang konsisten yang dapat diterapkan. Mengenai tentang pemahaman kepastian hukum itu sendiri dapat diartikan suatu ketentuan yang dipergunakan dalam menyelesaikan suatu masalah hukum, harus tetap dipegang sebagai acuan dasar. Oleh sebab itu UUPK harus memberikan kepastian hukum kepada pihak-pihak dalam transaksi *e-commerce*.

Salah satu unsur utama negara hukum adalah adanya kepastian hukum, yang memiliki unsur-unsur, yaitu: (1) asas legalitas, (2) adanya undang-undang yang mengatur tindakan yang berwenang sedemikian rupa, sehingga warga dapat mengetahui apa yang diharapkan, (3) undang-undang tidak boleh berlaku surut, dan (4) pengendalian yang bebas dan pengaruh kekuasaan yang lain.

Ketidak jelasan kepastian hukum dalam transaksi *e-commerce* sangat dibutuhkan guna mengatur masalah-masalah yang muncul dalam transaksi *e-commerce* tersebut. Kepastian hukum tersebut sebagai alat untuk menganalisa persoalan rumusan kedua yang dimana kepastian hukum dalam *e-commerce* memberikan dampak positif bagi perkembangan *e-commerce* itu sendiri. Hal tersebut selaras dengan fungsi hukum yang salah satunya adalah kepastian hukum. Pendapat

tersebut dikemukakan juga oleh Bachsan Mustafa, hukum sebagai norma/kaidah mempunyai fungsi-fungsi utama sebagai berikut:⁷⁰

1. Menjamin kepastian hukum

Kepastian hukum menurut Van Apeldoorn mempunyai dua (2) arti yaitu: pertama, soal dapat ditentukannya hukum dalam hal-hal yang kongkret, pihak-pihak yang mencari keadilan ingin mengetahui apakah yang menjadi hukumnya dalam hal-hal yang khusus, sebelum di memulai dengan perkara. Kedua, kepastian hukum berarti keamanan hukum, artinya perlindungan bagi para pihak terhadap kesewenang-wenangan hakim. Nyatalah bahwa diantara kedua pandangan itu terdapat hubungan yang erat. Analisis fungsi kepastian hukum adalah bahwa dalam suatu peraturan perundang-undangan dapat diketahui subyek dan objek hukum yang didturnya.

2. Menjamin keadilan sosial

Menurut Kuntjoro Purbopranoto dalam tulisannya mengenai Hak-hak Dasar Manusia dan Pancasila Negara Republik Indonesia dengan mengambil teori Asmara Hadi, yang mengatakan, keadilan sosial itu adalah keadilan yang berlaku dalam hubungan antra manusia dalam masyarakat.

⁷⁰ Bachsan Mustafa, Sistem Hukum Indonesia Terpadu, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003), hlm. 20

3. Memberikan pengayoman.

Hukum berfungsi mengayomi atau melindungi manusia dalam bermasyarakat dan berbangsa serta bernegara, baik jiwa atau badannya maupun hak-hak pribadinya, yaitu hak asasinya, hak kebendaannya maupun hak perseorangannya.

Kepastian hukum dalam penelitian mengenai transaksi *e-commerce* ini nantinya akan melahirkan perlindungan hukum bagi konsumen *e-commerce*. Kepastian hukum mengandung tiga arti kepastian menurut Mustafa Bachsan yaitu:⁷¹

“Pertama, pasti mengenai peraturan hukumnya yang mengatur masalah pemerintah tertentu yang abstrak. Kedua, pasti mengenai kedudukan hukum dari subyek dan obyek hukumnya dalam pelaksanaan peraturan-peraturan Hukum Administrasi Negara. Ketiga, mencegah kemungkinan timbulnya perbuatan sewenang-wenang dari pihak manapun, juga tidak dari pihak pemerintah.”

Hal berbeda diungkapkan oleh Indroharto mengenai kepastian hukum adalah "Konsep yang mengharuskan, bahwa hukum obyektif yang berlaku untuk setiap orang tersebut harus jelas dan ditaati."

Mengingat diperlukannya kepastian hukum dalam transaksi *e-commerce* karena transaksi *e-commerce* merupakan transaksi yang tidak bertemunya penjual dan pembeli, tidak hadirnya bentuk fisik dari barang yang dijual serta tidak ada identitas penjual yang mengakibatkan para pembeli atau konsumen tidak dapat

⁷¹ I Wayan Suandi, Op.cit., hlm 130.

menggaransi barang yang sudah dibelinya. Oleh sebab itu sangat dibutuhkan sekali kepastian hukum dalam transaksi *e-commerce* tersebut.



G. Kerangka Pikir

Latar Belakang Masalah	Rumusan Masalah	Kerangka Teoritik dan Konseptual	Metoda Penelitian	Hasil Penelitian yang diharapkan
<p>1. Permasalahan Berdasar pada Filsafat :</p> <p>a. Tidak adanya perlindungan hukum bagi konsumen <i>e-commerce</i>.</p> <p>b. Tidak adanya kepastian hukum dalam pengaturan pasar barang melalui <i>e-commerce</i>.</p>	<p>1. Mengapa perlindungan konsumen <i>e-commerce</i> melalui kebijakan pemerintah belum menjamin kepastian hukum dan keadilan?</p>	<p>1. Teori Keadilan Pancasila dan Islam</p> <p>2. Teori Perundang-undangan</p> <p>3. Teori perlindungan hukum</p>	<p>1. Jenis penelitian: yuridis, normative</p> <p>2. Pendekatan masalah:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pendekatan filsafat (<i>Philosophical approach</i>) • Pendekatan perundang-Undangan (<i>Statute approach</i>). • Pendekatan Konsep (<i>Conceptual approach</i>). 	<p>1. <i>E-commerce</i> bersifat khusus yaitu <i>non face, paperless, borderless</i> sehingga cenderung terjadi kecurangan yang merugikan konsumen. Peraturan perundang-undangan di Indonesia belum mengakomodasi perlindungan konsumen <i>e-commerce</i>.</p>
<p>2. Permasalahan Berdasar pada Hukum</p>	<p>2. Bagaimana kelemahan-</p>	<p>1. Teori Kepastian</p>	<p>-</p>	<p>2. Diperlukannya kebijakan</p>

<p>:</p> <p>Adanya kekosongan hukum dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen dalam transaksi e-commerce.</p>	<p>kelemahan dalam perlindungan hukum konsumen dalam transaksi e-commerce untuk mendukung pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia?</p> <p>3. Bagaimana rekonstruksi perlindungan hukum konsumen dalam transaksi e-commerce melalui kebijakan pemerintah untuk mendukung ekonomi digital yang berkeadilan di Indonesia?</p>	<p>hukum</p> <p>2. Teori <i>Social Engineering</i></p>		<p>pemerintah yang dapat memberikan kepastian hukum bag perlindungan konsumen e-commerce.</p> <p>2. Kebijakan tersebut harus selaras dan sesuai dengan amanat UUD'45 yaitu dapat meningkatkan pembangunan nasional dan meningkatkan kesejahteraan rakyat.</p>
---	---	--	--	---

H. Metode Penelitian

1. Paradigma Penelitian

Paradigma yaitu suatu bentuk atau model mengenai hubungan pada berfungsinya suatu struktur, merupakan cara dasar untuk memberikan tanggapan/penerimaan, penilaian, serta berfikir mengenai cara melakukan sesuatu secara khusus sesuai dengan visi realitas.⁷² Paradigma dapat membantu dalam merumuskan sesuatu yang akan diteliti dan bagaimana cara mempelajari persoalan beserta bagaimana cara menjawabnya.⁷³ Menurut *Oxford English Dictionary* paradigma merupakan contoh atau pola, paradigmaakan menggariskan parameter-parameter penting yang akan diukur, mendefinisikan standar ketepatan yang dibutuhkan, menunjukkan cara bagaimana hasil dari observasi yang akan diinterpretasikan, dan penggunaan metode yang dipilih yang akan diterapkan dalam penelitian.⁷⁴

Dalam penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme (*legal constructivisme*) yang memandang sebuah kebenaran adalah suatu realitas hukum yang sifatnya relatif, artinya berlakunya hukum sesuai dengan

⁷² Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 2017, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset), hlm. 49.

⁷³ George Ritzer, 2009, *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*, Terjemahan Alimandan, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), hlm. 07.

⁷⁴ Menurut Guba dan Lincoln, terdapat empat paradigma, yaitu paradigma positivisme, post positivism, critical teori dan constructivisme. John M. Cressweel, 2010, *Research Design: Qualitative & Quantitativr Approaches*, Terjemahan Dariyanto Dkk, (Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar), hlm. 135, Cresswell membagi paradigma menjadi 4 yaitu paradigma post positivisme, konstruktivisme, advokasi partisipatoris dan pragmatisme. Tashakhori dan Teddlie, 2010, *Mixed Methodology, Mengkombinasikan Pendekatan Kualitatif dan kuantitatif*, Penerjemah Budi Puspa Priadi, (Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar), hlm. 37-3 8. Menurut Tashakhori dan Reddlie dibagi atas Paradigma Positivisme, Post positivism, pragmatism dan konstruktivisme.

spesifikasi dalam konteks yang berhubungan dengan pelaku sosial. Kenyataan hukum merupakan realitas yang bersifat majemuk dan beranekaragam berdasarkan pengalaman sosial individu. Realitas tersebut adalah sebagai konstruksi mental manusia, sehingga dalam penelitian ini akan memberikan dealektika antara peneliti dan obyek yang diteliti dan selanjutnya untuk mengkonstruksikan realitas hukum tersebut secara kualitatif. Paradigma konstruktivisme merupakan paradigma yang melihat ilmu sosial sebagai analisa yang dilakukan secara sistematis terhadap *socially meaningful action* yaitu dengan cara melakukan pengamatan secara langsung dan rinci terhadap pelaku sosial dalam melakukan serta mengelola kehidupan sosial mereka. Paradigma konstruktivisme memandang sebuah relativisme atau realitas yaitu bagian dari konstruksi sosial yang kebenarannya memiliki sifat yang relatif dan berlakunya memiliki kesesuaian dengan konteks spesifik yang memiliki nilai yang relevan oleh pelaku sosial, hasil dari suatu penelitian yaitu produk interaksi yang terjadi antara peneliti dengan yang diteliti.

2. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif analisis yakni pada penelitian hukum ini peneliti mengacu pada penelitian hukum normatif yang menitikberatkan pada aspek yuridis-normatif; sebab penelitian ini difokuskan pada peraturan perundang-undangan, baik Undang-undang Perlindungan

Konsumen, Undang-undang ITE maupun Undang-undang Perdagangan secara komprehensif.

3. Metode Pendekatan Penelitian

Penelitian hukum normatif beranjak dari hakekat keilmuan hukum. Ada dua pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini, pendekatan yang pertama hakekat keilmuan hukum, yang kedua pendekatan dari sudut pandang teori hukum. Menurut Philipus Hadjon, falsafah ilmu membedakan ilmu dari dua sudut pandangan, positivistik yang melahirkan ilmu empiris, dan normatif yang melahirkan ilmu normatif.

Ilmu hukum memiliki dua sisi ilmu, satu sisi ilmu hukum dengan karakteristik aslinya sebagai ilmu normatif, dan pada sisi yang lain ilmu hukum memiliki segi-segi empiris. Hal tersebut menyebabkan ilmu hukum dibedakan atas ilmu hukum normatif dan ilmu hukum empiris.

Penelitian ini menggunakan pendekatan filsafat (*philosophical approach*), pendekatan undang-undang (*statute approach*), pendekatan perbandingan hukum (*legal comparative approach*), serta pendekatan konseptual (*conceptual approach*).

4. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan jenis dan sumber data serta langkah-langkah pengumpulan bahan hukum serta menganalisis secara deskriptif

diantaranya: Pertama, pengumpulan bahan hukum dilakukan menginventarisasi atau mengumpulkan bahan hukum, kemudian mengklasifikasikan bahan-bahan bacaan dengan cara memilah-milah bahan hukum yang diperlukan. Selanjutnya akan menggunakan sistematisasi yaitu menyusun sedemikian rupa bahan-bahan hukum yang ada untuk mempermudah dalam membaca dan mendalami permasalahan yang dibahas. Kedua, membahas secara tajam suatu permasalahan dengan menggunakan penalaran metoda deduktif. Metode ini digunakan untuk penelitian yuridis normatif, artinya suatu penalaran yang berawal dari hal-hal yang bersifat umum yang didapat dari undang-undang, asas-asas, norma-norma sehingga menghasilkan jawaban yang bersifat khusus. Penafsiran sistematis adalah penafsiran dengan cara melihat susunan pasal-pasal yang satu dengan yang lain yang ada dalam undang-undang itu sendiri maupun dengan pasal-pasal lain dari undang-undang yang lain untuk memperoleh pengertian yang lebih mendalam. Sedangkan penafsiran fungsional adalah penafsiran yang dilakukan dengan memperhatikan fungsi (tujuan) yang harus dipenuhi oleh suatu undang-undang.

5. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan prinsip dasar penelitian adalah mengumpulkan dan menganalisis data secara fleksibel meliputi Pengumpulan bahan hukum yang bersifat normatif akan dilakukan dengan studi literatur, dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penelitian

baik secara konvensional maupun melalui media elektronik. Bahan-bahan hukum yang diperoleh dalam penelitian ini akan dikumpulkan kemudian diklasifikasikan menurut permasalahan yang akan dibahas. Bahan hukum yang kaitannya dengan masalah yang akan diteliti kemudian diinterpretasikan dengan hukum yang berlaku.

6. Metode Analisis Data

Metode analisa data yang digunakan yaitu metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan proses dilakukannya penelitian dengan menggunakan dasar metodologi untuk mempelajari suatu fenomena sosial berdasarkan realita yang ada dimana realita yang ada pada bahan-bahan hukum saat ini yang telah dikumpulkan dan setelah itu dikategorikan sesuai kelompok-kelompoknya lalu disusun secara sistematis, kemudian akan dianalisis sesuai dengan isu yang akan dibahas. Bahan hukum yang telah dianalisis dihubungkan kembali pada kerangka dan tujuan penelitian sehingga diperoleh kesimpulan sebagai hasil suatu penelitian. Formulasi sebagaimana telah diuraikan, maka akan diketahui penjabaran konsep atau bentuk kepastian hukum sesuai dengan perspektif hukum ekonomi.

I. Sistematika Penulisan

Penulisan disertasi ini disajikan dan didiskripsikan menjadi enam bab, yang masing-masing bab terbagi dalam sub-sub bab yang sesuai dengan pembahasan.

Bab I Bab pendahuluan. Pada latar belakang diuraikan problematika filsafat, yuridis dan sosiologis. Dalam bab ini terbagi dalam sub bab yang terdiri atas latar belakang Permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, desain penelitian, metode penelitian, orisinalitas penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Merupakan bab yang menguraikan tentang dasar teori-teori dan konsep-konsep yang akan digunakan sebagai alat dan pisau analisis dalam menjawab rumusan masalah penelitian. Teori-teori terdiri atas teori Keadilan Pancasila dan Islam, teori efektifitas hukum, teori perundang-undangan, teori perlindungan hukum dan teori *social engineering*. Sedangkan konsep terdiri dari, konsep perlindungan konsumen, konsep *e-commerce*, konsep kebijakan pemerintah, Metode pembayaran dalam transaksi *e-commerce*, Teori dan Pengertian Perdagangan secara elektronik/*e-commerce*, Pengaturan hukum perdagangan secara elektronik, Konsep *e-commerce*.

Bab III Diskripsi dan analisis yang terdiri dari beberapa sub bab. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen, Bentuk Perdagangan secara Elektronik: *Business to Business* dan *Business to Consumer Transaction*, serta Keterbukaan Informasi, Pengaturan Perundang-undangan Perlindungan Konsumen (*e-commerce*) dalam Konteks Validitas Kontrak Elektronik, Hubungan dengan Saat Kontrak Elektronik Ditutup, Penerapan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi *e-commerce* Belum Berkeadilan, Keadilan dalam Informasi Syarat Kontrak Perdagangan Secara

Elektronik dalam Hubungan Perlindungan Konsumen, Posisi Konsumen dalam Transaksi *e-commerce*.

Bab IV Pada bab ini merupakan hasil penelitian dan pembahasan mengenai perumusan bentuk kebijakan pemerintah dalam perlindungan konsumen *e-commerce* yang ada di Indonesia saat ini. Yakni yang terdiri atas sub bab Kepastian Hukum sebagai Keadilan bagi Konsumen *e-commerce* dan Kelemahan-kelemahan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen *e-commerce* di Indonesia.

Bab V Pada bab ini merupakan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Rekonstruksi Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi *e-commerce* Melalui Kebijakan Pemerintah untuk Mendukung dan Ekonomi Digital, Keadilan Sebagai Wujud Perlindungan Hukum Konsumen *e-commerce* di Indonesia

Bab VI Pada merupakan diskripsi akhir yaitu penutup yang berisikan kesimpulan yang didapat dari uraian yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, kemudian dari uraian-uraian tersebut akan dapat dipahami permasalahan penelitian yang menjadi topik dalam penulisan penelitian yang akan mewujudkan penelitian karya ilmiah yang berupa disertasi. Selanjutnya peneliti akan memberikan saran serta implikasi kajian dalam kaitannya dengan permasalahan dalam penelitian karya ilmiah yang berbentuk disertasi ini. Dengan demikinn susunan bab VI tersebut terdiri atas Kesimpulan dan Saran dan implikasi kajian.

J. Orisinalitas Penelitian

Setelah melakukan penelusuran untuk mengetahui tulisan disertasi ini mengenai "transaksi *e-commerce*" maka ditemukan fakta bahwa penelitian ini mengandung unsur keterbaruan (*Novelty*) dan unsur keaslian (*Originality*).

Berikut adalah beberapa penelitian disertasi yang terkait dengan "transaksi elektronik/ *e-commerce*":

1. Ignatius Sumarsono Rahardjo, 2005, Program Doktor Ilmu Hukum, Fakultas Hukum Universitas Airlangga Surabaya, dengan judul disertasi "*Informasi Elektronik pada Electronic Commerce dalam Hukum Pembuktian Perdata*". Hasil penelitian menunjukkan informasi elektronik sebagai alat bukti dalam hukum pembuktian keperdataan di Indonesia. Esensi perdagangan melalui *Electronic Commerce* terletak pada informasi elektronik dan *electronic signature* sebagai kunci pengamanannya. Informasi elektronik sebagai alat bukti, merupakan konstruksi hukum dan interpretasi hukum dari alat bukti tertulis dalam pembuktian perdata yang ada dalam HIR. Semua transaksi elektronik yang berpusat pada informasi elektronik dapat diidentifikasi keabsahannya karena konsep kunci atau inti dari admisibilitas bukti dan nilai kebugkutan dari informasi elektronik, yang merupakan pusat hukum pembuktian, masih tetap sama yaitu adanya cara-cara untuk membuktikan bahwa informasi elektronik yang diterima dan yang dikirim, tidak diubah dalam proses penerimaan dan pengiriman, tidak

dapat diinterpretasikan dan dibaca oleh pihak ketiga manapun.

2. Patricia Audrey, 2012, Program Doktor Ilmu Hukum, Fakultas Hukum Universitas Brawijaya, dengan judul disertasi "*Alternatif Penyelesaian Sengketa Kontrak Elektronik Antar Negara Dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*". Hasil penelitian tersebut memberikan model pengembangan alternatif penyelesaian sengketa kontrak elektronik yaitu berupa "*online dispute resolution*". Pengembangan "*online dispute resolution*" di Indonesia bisa dengan mengadopsi trust SG Singapura dan ECODIR Eropa dan melalui pendekatan pengembangan hukum.
3. Abdul Halim Barkatullah, 2016, Program Doktor Ilmu Hukum, Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, dengan judul disertasi "*Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce lintas negara di Indonesia*." Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen mempunyai posisi tawar yang lemah jika dibandingkan dengan pelaku usaha. Dengan berkembangnya cara transaksi *e-commerce*, apalagi jika transaksi itu dilakukan lintas negara semakin memperlemah posisi tawar konsumen. Kelemahan posisi tawar konsumen dalam transaksi *e-commerce* lintas negara disebabkan karena konsumen *e-commerce* lintas negara menghadapi berbagai permasalahan hukum dalam transaksi. Konsumen dalam transaksi *e-commerce* lintas negara yang berada dalam posisi

tawar yang lemah memerlukan perlindungan hukum dalam bentuk intervensi negara dalam transaksi, yang telah dilakukan di berbagai negara untuk memberikan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce*. Selain perlindungan hukum dalam hukum nasional, institusi internasional seperti UNCITRAL, OECD, dan WTO, yang memberikan usulan atau saran bagi negara perlunya memberikan perlindungan hukum bagi konsumen *e-commerce*, dalam bentuk *UNCITRAL Model Law*, *Guidelines on Consumer Protection* OECD, dan *Declaration on Global Electronic Commerce* WTO.

Akan ada perbedaan yang mencolok diantara peneliti terdahulu dengan penulis, yaitu peneliti terdahulu meneliti tentang harus adanya tanggung jawab dari pelaku usaha (penjual) dalam transaksi elektronik sebagai bentuk perlindungan terhadap konsumen, peneliti terdahulu kedua meneliti tentang informasi elektronik pada hukum pembuktian perdata, sedangkan peneliti ketiga meneliti tentang adanya alternatif penyelesaian sengketa terhadap para konsumen yang melakukan transaksi elektronik. Sedangkan penulis meneliti mengenai perlindungan konsumen yang dapat diberikan melalui kebijakan pemerintah.

Kontribusi yang diambil oleh penulis dalam disertasi-disertasi terdahulu yaitu teori-teori yang dimana penulis merasa berkaitan dengan penelitian sekarang, yaitu mengenai teori perjanjian serta teori keadilan. Sebagai unsur kebaruan dalam penelitian ini, penulis meneliti mengenai apakah UUPK sebagai Undang-undang

perlindungan konsumen telah dapat juga memberikan perlindungan kepada konsumen *e-commerce*, serta penulis juga akan mencoba merumuskan bentuk kebijakan pemerintah yang baru untuk dapat memberikan kepastian hukum dalam transaksi *e-commerce*.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Teori dan Pengertian Hukum Pembangunan (*Social Engineering*) ke Perlindungan Hukum

Aktivitas perekonomian era modern sebagaimana saat ini, nampaknya tidak lagi terbatas oleh ruang dan waktu. Kompleksitas dari aktivitas manusia tidak lagi dapat diukur hanya dengan satu sudut pandang. Kegiatan-kegiatan manusia sebagai objek utama dalam aktivitas sosial telah mengalami berbagai perkembangan yang signifikan di berbagai lini peradaban manusia. Peradaban yang dari waktu ke waktu semakin berkembang, membuat banyak pihak terutama yang bersifat institusional seperti sebuah negara melalui kebijakan-kebijakannya tertuntut untuk dapat survey melakukan langkah-langkah nyata guna memberikan akses dan informasi serta perlindungan terhadap warganya. Perlindungan negara terhadap warganya; merupakan sebuah keniscayaan dalam berbagai hal termasuk yang paling utama dalam peradaban sekarang ialah perlindungan hukum khusus konsumen pada transaksi *e-commerce*. Sebuah kebijaksanaan dalam memberikan deskripsi tentang perlindungan hukum; penulis menguraikan satu-persatu terkait perlindungan hukum sebagai *grand theory* pada diskursus kali ini.

Perlindungan pada konsepsi umumnya, merupakan suatu tindakan dengan tujuan mengayomi sesuatu tindakan tertentu dari hal membahayakan atau lebih bersifat negatif. Tindakan tersebut dapat berupa kepentingan maupun

benda atau barang yang di dalamnya terdapat hak bagi seseorang atau kelompok. Perlindungan juga mempunyai makna pengayoman oleh para pihak terhadap individu atau kelompok yang lebih lemah. Sedangkan perlindungan dalam kajian kebahasaan; missal dalam konteks bahasa Inggris dikedal dengan istilah *protection*. Dalam KBBI juga ditemukan istilah yang dapat disamakan dengan istilah proteksi, yang mempunyai arti proses atau perbuatan memperlindungi.⁷⁵

Kata perlindungan diskursus kebahasaan tersebut memiliki keserupaan unsur, yakni adanya unsur tindakan melindungi; unsur para pihak yang melindungi; kemudian unsur tata cara melindungi. Sehingga kata perlindungan tertuju pada suatu tindakan perlindungan atau tindakan melindungi dari pihak tertentu yang ditujukan untuk pihak tertentu dengan menggunakan cara tertentu pula. Sebuah perlindungan tidak dapat diartikan sebagai sebuah tindakan yang hanya berdiri sendiri, melainkan perlindungan lebih sebagai perbuatan memberi jaminan, atau ketentraman, keamanan, kesejahteraan dan kedamaian terhadap para pihak yang butuh untuk dilindungi atas segala bahaya atau resiko yang mengancamnya atas tindakan yang dilakukan.⁷⁶

Ketentraman, kesejahteraan dalam lain semacamnya sebagai bagian yang terdapat dalam bentuk perlindungan tersebut, nampaknya membutuhkan sebuah kaidah yang mengatur agar antara pihak yang satu dengan lainnya dapat saling memberikan perlindungan. Pada wilayah ini, kaidah yang dimaksud tidak lain, yakni keberadaan hukum diperlukan sebagai sebuah kaidah sekaligus dasar atas realisasi perlindungan yang akan dilakukan oleh setiap pihak. Para tokoh dalam

⁷⁵ Bryan A. Garner, *Black's Law Dictionary*, ninth edition, (St. Paul, West, 2009), 1343

⁷⁶ Sajipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2006), 18

memberikan penjelasan terkait dengan hukum cukup bervariasi antara tokoh yang satu dengan lainnya. Berikut beberapa penjelasan para tokoh terkait hukum:

1. Soedjono Dirdjosisworo memberikan pendapat, hukum dapat dilihat dari delapan hal, yakni hukum sebagai penguasa, hukum sebagai petugas, hukum sebagai sikap/tindakan, hukum sebagai sistem kaidah, hukum sebagai nilai, hukum sebagai tata hukum, hukum sebagai ilmu hukum, hukum sebagai disiplin hukum. Oleh karenanya, hukum bukan hanya tentang peraturan perundang-undangan yang tertulis dan aparat penegak hukum sebagaimana pemahaman masyarakat umum yang tidak tahu tentang hukum. Akan tetapi hukum juga meliputi hal-hal yang telah hidup jauh sebelum kodifikasi hukum pada setiap pergaulan masyarakat.⁷⁷
2. Hans Kelsen berpendapat, hukum merupakan ilmu pengetahuan normative. Hans Kelsen juga menjelaskan bahwa hukum merupakan teknik sosial untuk mengatur perilaku masyarakat karena di dalam masyarakat cukup bermacam-macam tindakan yang dihasilkan.⁷⁸
3. C.S.T Kansil sebagaimana ia kutip dari J.C.T Simorangkir memberikan penjelasan, bahwa hukum merupakan peraturan yang bersifat memaksa, menentukan tingkah laku manusia di masyarakat yang dibuat oleh badan-badan resmi yang berwajib, pelanggaran

⁷⁷ Soedjono Dirdjosisworo, *Pengantar Ilmu Hukum*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), 25-43

⁷⁸ Jimly Asshiddiqie dan M. Ali Safa'at, *Teori Hans Kelsen Tentang Hukum*, (Jakarta: Sekretariat Jenderal dan Kepaniteraan MK RI, 2006), 1 Lihat juga dalam Hans Kelsen, *Dasar-Dasar Hukum Normatif*, Jakarta: Nusamedia, 2009), 343

yang diakibatkan oleh peraturan akan diambil suatu tindakan biasanya berupa hukuman bagi pelanggarnya.⁷⁹

4. Immanuel Kant berpendapat, Hukum adalah keseluruhan syarat berkehendak bebas para pihak untuk dapat menyesuaikan diri dengan kehendak bebas dari orang lain, dengan mengikuti peraturan tentang kemerdekaan pada setiap pihak.⁸⁰
5. Thomas Hobbes mendefinisikan, bahwa hukum merupakan perintah-perintah dari orang yang memiliki kekuasaan untuk memerintah dan memaksakan perintahnya kepada orang lain dalam suatu ketentuan.⁸¹
6. Mochtar Kusumaatmadja menjelaskan bahwa hukum merupakan sperangkat asas dan kaidah yang mengatur hubungan antar manusia dalam masyarakat, baik yang merupakan kekerabatan, kampung atau desa, atau pada suatu negara demi tatanan yang terbaik.⁸²

Diskursus hukum pada lingkup perlindungan bagi para pihak yang membutuhkan, tidak terkecuali para konsumen sebagaimana penjelasan tentang perlindungan dan hukum oleh para tokoh di atas, pada dasarnya bermuara suatu ketentuan yang benar-benar dapat memberikan rasa aman dan keadilan dalam aktivitasnya sebagai konsumen. Salah-satunya tentu pada pembahasan perlindungan hukum. Beberapa ahli memberikan penjelasan tentang perlindungan hukum yang dimaksud dalam lingkup instansi pemerintah atau

⁷⁹ C.S.T. Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, Cet Ke-8, (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), 38.

⁸⁰ Wawan Muhwan Hairi, *Pengantar Ilmu Hukum*, (Jakarta: Pustaka Setia, 2012), 22

⁸¹ Zainal Asikin, *Pengantar Ilmu Hukum*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 10

⁸² Mochtar Kusumaatmadja, *Pengantar Ilmu Hukum*, (Jakarta: Alumni, 2009), 4

negara terhadap warga masyarakatnya. Diantara para tokoh yang memberikan pandangan tentang perlindungan hukum yakni:

Prof. Dr. Mochtar Kusumaatmadja, mengemukakan, bahwa perlindungan hukum konsumen merupakan keseluruhan asas dan kaidah hukum yang mengatur hubungan, penyediaan dan penggunaan produk barang atau jasa, antara penjual dan pembeli. Hukum perlindungan konsumen merupakan bagian khusus dari hukum konsumen sebagai salah-satu hak yang melekat tanpa harus diperdebatkan yang di dalamnya terdapat keseluruhan asas dan kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen pada lingkup transaksi antara penyediaan dan penggunaan produk oleh konsumen dalam kehidupan bermasyarakat. Karena fungsi terpenting dari hukum ialah tercapainya keteraturan dalam kehidupan manusia itu sendiri.⁸³

Az. Nasution memberikan pendapatnya tentang perlindungan hukum konsumen terlebih dahulu menguraikan pada lingkup hukum konsumen yang memuat asas atau kaidah dengan bersifat mengatur dan melindungi kepentingan konsumen. Sehingga hukum konsumen merupakan keseluruhan asas, kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara pihak satu dengan lainnya berkaitan dengan jasa atau barang konsumen pada lini kehidupan.⁸⁴

⁸³ Mochtar Kusumaatmadja, *Pengantar Ilmu Hukum*, (Jakarta: Alumni, 2009), 49

⁸⁴ Kurniawan, *Hukum Perlindungan Konsumen: Problematika Kedudukan dan Kekuatan Putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)*, (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011). 13

Satjipto Rahardjo berpendapat, bahwa perlindungan hukum ialah adanya upaya melindungi kepentingan para pihak melalui alokasi kekuasaannya untuk bertindak dalam rangka kepentingan perlindungan atas hak suatu pihak.⁸⁵

Setiono juga memberikan pandangannya terkait perlindungan hukum yakni tindakan atau upaya dalam rangka melindungi masyarakat dari perbuatan sewenang-wenang para penguasa yang tidak sejalan dengan hukum, untuk mewujudkan ketertiban dan ketentraman dengan demikian memungkinkan manusia menikmati martabatnya sebagai manusia yang merdeka dan berkonstitusional.⁸⁶

Philipus Hardjo memberikan pendapatnya, bahwa terdapat dua bentuk perlindungan hukum bagi rakyat; 1). Perlindungan hukum preventif yakni rakyat diberi kesempatan mengajukan pendapat sebelum keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif dengan tujuan untuk mencegah terjadinya sengketa. 2). Perlindungan hukum refrensif, yakni menyelesaikan sengketa karena hukum merupakan bentuk jaminan yang disediakan sekaligus harus

⁸⁵ Satjipto Rahardjo, *Sisi-Sisi Lain Dari Hukum Di Indonesia*, (Jakarta: Kompas, 2003), 121

⁸⁶ Setiono, *Rule of Law*, (Surakarta: Disertasi Fakultas Hukum, Universitas Sebelas Maret, 2004), 3 *The Role Of Law* dalam Philipus M. Hadjon dideskripsikan oleh A.V. Dicey terdapat tiga maksud yang terkandung di dalamnya, 1). Supremasi absolut atau predominasi dari *regular law* untuk menentang pengaruh dari *arbitrary power* kemudian meniadakan kesewenang-wenangan, prerogatif atau *discrecionary authority* pemerintahan; 2). Persamaan dihadapan hukum atau penundukan-pematuhan yang sama terhadap *ordinary law of the land* yang dilaksanakan oleh *ordinary court*; dengan kata lain, bahwa tidak ada satu orang-pun yang berada di atas hukum, baik pejabat maupun warga negara biasa sehingga mempunyai kewajiban untuk mematuhi segala bentuk hukum dalam konsep yang sama; 3). Konstitusi merupakan hasil dari *the ordinary law of the land*, yakni hukum konstitusi tidak dijadikan sumber tetapi sebagai konsekwensi dari hak individu yang dirumuskan dan ditegaskan oleh peradilan; paling tidak prinsip hukum privat melalui tindakan peradilan dan parlemen sebisanya dapat diperluas sehingga membatasi posisi *Crown* dan pejabat-pejabatnya agar tidak terjadi kelas-kelas dalam penerapan hukum yang telah dikonsep dan diberlakukan tanpa pandang bulu.

diberikan oleh Negara terhadap para pihak untuk dapat melaksanakan hak dan kepentingan hukumnya sehingga kapasitasnya sebagai subyek hukum terjamin.⁸⁷

Penjelasan yang diberikan oleh para ahli di atas, kiranya dapat diambil sebuah garis besar berkaitan dengan perlindungan hukum yang dimaksud; yakni merupakan pengejawantahan dari asas, kaidah hukum yang ada untuk memenuhi hak hukum yang melekat pada setiap individu, khususnya pada para konsumen. Sehingga dari beberapa pemaparan di atas, penulis memandang, pendapat Prof. Dr. Mochtar Kusumaatmadja tentang perlindungan hukum mempunyai keselarasan konsep untuk dijadikan alat analisis terkait perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* sebagai objek dalam penelitian disertasi ini.

Mochtar Kusumaatmadja juga menegaskan, hukum yang memadai harusnya tidak memandang hukum hanya sebagai suatu perangkat kaedah dan asas yang mengatur kehidupan manusia dalam masyarakat, namun harus mencakup lembaga atau institusi dalam proses yang diperlukan demi terwujudnya hukum secara nyata. Perlindungan hukum sangat erat kaitannya dengan aspek keamanan dan keadilan. Pada dasarnya tujuan hukum yakni mencapai suatu keadilan. Oleh karena itu, adanya perlindungan hukum merupakan salah satu sarana untuk dapat menegakkan keadilan, salah satunya penegakan keadilan di bidang transaksi ekonomi yang menyangkut konsumen dan penyedia jasa atau produk. Sehingga perlindungan hukum atau *legal protection* sebagaimana dimaksud oleh para ahli lebih merupakan kegiatan untuk menjaga atau memelihara masyarakat demi mencapai keadilan. Kemudian

⁸⁷ Philipus.M. Hardjo, *Perlindungan Hukum bagi Rakyat Indonesia*, (Surabaya: Bina Ilmu, 1988), 5

perlindungan hukum dikonstruksikan sebagai bentuk pelayanan, dan subjek yang dilindungi salah-satunya keberadaan konsumen *e-commerce* dalam transaksi ekonomi dengan basis digital.⁸⁸

Teori perlindungan hukum Mochtar Kusumaatmadja pada dasarnya merupakan sebuah manivesto dari teori utama dalam pemikiran sang tokoh, yakni teori pembangunan hukum yang dicetuskan oleh Mochtar Kusumaatmadja sendiri dengan berkiblat pada Lawrence W. Friedman sebagai salah-satu tokoh dan ahli hukum barat yang cukup berpengaruh dalam pemikiran Mochtar Kusumaatmadja disamping juga Herold D. Laswell, Myres S. Mc Dougal dan Roscoe Pound pada wilayah *Policy Approach* serta teori hukumnya. Sebagai ahli hukum nasional, hingga saat ini, teori pembangunan hukum pada diskursus hukum Indonesia masih terus eksis dan cukup berposisi dalam perkembangan hukum di Indonesia; tidak hanya karena Mochtar Kusumaatmadja merupakan penduduk pribumi Indonesia, akan tetapi Mochtar Kusumaatmadja dikatakan oleh para peneliti merupakan pengejawantahan wajah hukum Indonesia asli. Pada teori hukum pembangunan tersebut, paling tidak terdapat beberapa poin penting kenapa teori hukum pembangunan Mochtar Kusumaatmadja dikatakan sebagai yang paling dekat dengan keadaan hukum di Indonesia dari masa-ke masa. Diantaranya; 1). Teori Hukum Pembangunan hingga saat ini merupakan satu dari sekian teori hukum yang relevan dengan keadaan hukum Indonesia dan secara kultur diciptakan oleh orang Indonesia berdasarkan dimensi dan kultur masyarakat Indonesia sendiri. Sehingga tolok ukur dimensi teori hukum

⁸⁸ Salim HS dan Erlies Septiana Nurbaini, *Penerapan Teori Hukum pada Penelitian Tesis dan Disertasi*, cet. 1, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2013), 261

pembangunan tersebut lahir, tumbuh dan berkembang selaras dengan kondisi Indonesia yang pluralistik. 2). Secara dimensional, teori hukum pembangunan mempunyai acuan khusus yakni yang disebut dengan *way of live*; dengan kata lain, masyarakat atau bangsa Indonesia yang berasaskan Pancasila, bersifat kekeluargaan sehingga norma, asas, lembaga dan kaidah dalam teori hukum pembangunan Mochtar Kusumaatmadja relatif meliputi dimensi *structure* (struktur), *culture* (kultur) dan *i* (substansi) sebagaimana juga disampaikan oleh Lawrence W. Friedman. 3). Pada intinya, teori hukum pembangunan telah memberikan dasar sekaligus fungsi hukum sebagai sarana pembaharuan masyarakat (*law as a tool social engeneering*) dalam menghadapi tantangan dan pola hidup yang terus berkembang. Hukum sebagai suatu sistem dibutuhkan oleh bangsa Indonesia sebagai negara berkembang agar menjadi sebuah tata aturan sekaligus pondasi kokoh untuk meraih tujuan-tujuan berikutnya di masa yang akan datang.⁸⁹

Mochtar Kusumaatmadja dengan kejeniusannya dapat merubah hukum yang semula dipahami sebagai alat/*tool* menjadi hukum yang kemudian dipahami sebagai sarana/ *instrument* dalam rangka membangun masyarakat yang teratur. Landasan dari pokok pikiran pada konsep hukum sebagai sebuah instrument ialah ketertiban dan keteraturan dalam usaha pembangunan dan

⁸⁹ Dikatakan dalam karyanya, struktur merupakan; *The structure of a system is its skeleton framework; it is the permanent shape, the institutional body of the system, the though rigid nones that keep the process flowing within bounds.* Tentang substansi dirumuskan sebagai; *The substance is composed of substantive rules and rules about how institutions should behave.* Dan budaya hukum dirumuskan dengan; *The legal culture, system their beliefs, values, ideas and expectation. Legal culture refers, then, to those ports of general culture customs, opinions ways of doing and thinking that bend social forces toward from the law and in particular ways.* Lawrence W. Friedman, *American Law: An invaluable guide to the many faces of the law, and how it affects our daily our daily lives,* (New York: W.W. Norton & Company, 1984), 1-8

pembaharuan secara keseluruhan merupakan hal yang dikehendaki, mutlak perlu sehingga hukum yang diartikan sebagai norma diharapkan menjadi petunjuk selain tolok ukur untuk segala aktivitas manusia sebagaimana kehendak dari pembangunan dan pembaharuan hukum tersebut. Oleh karena itu, jelas membutuhkan sarana yang berupa peraturan hukum yang tidak tertulis sesuai dengan hukum yang hidup di masyarakat. Dalam pemikiran teori pembangunan juga ditegaskan bahwa hukum sebagai sarana lebih luas dari hukum sebagai alat sebab peranan undang-undang dalam proses pembaharuan hukum di Indonesia lebih menonjol dibandingkan; hukuk sebagai alat akan memberikan konsekuensi hasil yang tidak jauh berbeda dengan penerapan legisme sebagaimana zaman Hindia Belanda, padahal terdapat sikap kepekaan masyarakat untuk menolak penerapan konsep tersebut khususnya di Indonesia; jika hukum yang dibahas merupakan juga hukum internasional, maka konsep hukum sebagai sarana pembaharuan masyarakat sudah diterapkan jauh sebelum konsep tersebut diterima secara resmi sebagai landasan kebijakan hukum nasional, karena bagaimanapun, pembangunan hukum tersebut tidak hanya terjadi dimana tokoh atau para ahli hukum nasional mencetuskan ide-ide cemerlagnya, akan tetapi asal-usulnya telah tumbuh dan berkembang di beberapa negara di barat khususnya.⁹⁰

Mochtar Kusumaatmadja juga mengatakan hukum merupakan suatu alat untuk memelihara ketertiban dalam masyarakat. Karena hukum, pada dasarnya bersifat memelihara dan mempertahankan yang telah tercapai. Fungsi ini

⁹⁰ Shidarta, *Karakteristik Penalaran Hukum Dalam Konteks Ke-Indonesiaan*, (Jakarta: CV Utomo, 2006), 411

diperlukan oleh masyarakat yang sedang membangun, karena terdapat nilai-nilai yang perlu dipelihara, dilindungi dan diamankan. Keterbelakangan tentang hukum yang menitikberatkan fungsi pemeliharaan ketertiban dalam arti statis, dan menekankan sifat konservatif dari suatu hukum, justru akan menganggap hukum tidak dapat berperan dalam proses pembaharuan sehingga membutuhkan pemahaman yang komprehensif agar tidak terjebak dalam pemahaman yang statis.⁹¹

Penamaan teori hukum pembangunan sebenarnya bukan dicetuskan sendiri oleh seorang Mochtar Kusumaatmadja, melainkan penamaan tersebut diberikan oleh para murid-muridnya yang kemudian dikenal dengan sebutan mazhab UNPAD dengan latar belakang pemikiran, bahwa hukum ada waktu itu cenderung menjadi penghambat berkembangnya masyarakat, padahal masyarakat Indonesia dari waktu ke waktu terus mengalami perubahan pemikiran ke arah hukum modern. Kemudian ketertiban dijadikan syarat pokok masyarakat yang menghendaki keteraturan. Tujuan hukum lainnya menurut Mochtar tidak lain yakni bagaimana keadilan yang berbeda-beda isi dan ukurannya harus tetap diwujudkan sesuai kebutuhan masyarakat pada setiap zamannya. Sehingga demi mencapai ketertiban yang dibutuhkan oleh para pihak, perlu diupayakan adanya kepastian hukum pada setiap tindakan masyarakat, karena manusia sebagai makhluk sosial pasti akan terus melakukan pengembangan-pengembangan bakatnya juga kemampuan sebagai anugrah sang

⁹¹ Mochtar Kusumaatmadja, *Konsep-Konsep Hukum Dalam Pembangunan*, (Bandung: Alumni, 2002), 14

penciptanya.⁹² Dengan demikian, hukum yang dikatakan sebagai sarana pembaharuan masyarakat pada intinya bertolak pada anggapan bahwa adanya keteraturan atau ketertiban dalam rangka memperkokoh usaha pembangunan dan pembaharuan benar-benar suatu hal yang diinginkan dan perlu. Konsepsi hukum sebagai sarana pembaharuan merupakan kaidah atau peraturan hukum yang berfungsi sebagai alat (pengatur) demi terwujudnya pembangunan agar aktivitas manusia mempunyai arah sesuai yang dikehendaki oleh pembangunan dan pembaharuan dalam setiap lini kehidupan mereka dan tidak habis oleh waktu atau jamannya.⁹³

Teori hukum pembangunan yang diciptakan oleh Mochtar Kusumaatmadja pada dasarnya menitik beratkan pada dua konsep sebagai dasar sekaligus inti dari diskursus teori hukum tersebut; yakni:

1. Ketertiban dikenal juga dengan istilah keteraturan dalam pembaharuan atau pembangunan adalah benar-benar hal yang diinginkan dan dibutuhkan secara mutlak oleh khalayak;
2. Hukum sebagai kaidah atau peraturan mempunyai fungsi sebagai alat pengatur atau sarana pembangunan agar segala bentuk kegiatan manusia yang dikehendaki dapat terarah ke arah pembaharuan dengan konstituen.

Berkaitan dengan kedua hal penting di atas; untuk memahami hukum secara holistik tidak cukup dari asas dan kaidah, tetapi juga meliputi lembaga

⁹² Mochtar Kusumaatmadja, *Fungsi dan Perkembangan Hukum dalam Pembangunan Nasional*, (Bandung: Bina Cipta, 1995), 13

⁹³ Mochtar Kusumaatmadja, *Hukum, Masyarakat, dan Pembinaan Hukum Nasional*, (Bandung: Binacipta, 1995), 13

dan proses. Sebagaimana juga telah diuraikan oleh penulis pada paragraph sebelumnya di atas.

B. Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Aktivitas manusia sebagai makhluk sosial sekaligus subjek hukum utama, terus melakukan perkembangan-perkembangan di berbagai lini. Sehingga menuntut negara sebagai institusi kebangsaan dan kemasyarakatan untuk hadir merespon berbagai perkembangan tersebut. Kehadiran negara sebagai institusi konstitusional mutlak diperlukan oleh setiap pihak; karena aktivitas yang dilakukan oleh manusia cukup kompleks dan menguras tenaga dan pikiran bagaimana aktivitas yang dilakukan oleh para pihak tetap sejalan dengan prikemusiaan yang berdasarkan keadilan. Pada setiap aktivitas yang dilakukan oleh manusia, seluruhnya mengandung hak dan kewajiban masing-masing, baik individu maupun kelompok untuk kemudian membutuhkan sebuah kerangka aturang yang jelas agar tujuan dari setiap aktivitas yang sejalan dengan kebutuhan dasar manusia tersebut dapat dicapai tanpa harus ada yang dirugikan atau yang dirusak.

Indonesia sebagai salah-satu negara hukum dengan *system* hukum eropa *continental*; sudah seharusnya memberikan sistematika perlindungan bagi setiap warganya atau pada setiap aktivitas yang umumnya mempunyai potensi merusak atau merugikan dan juga potensi produktif sekaligus positif bagi keberlangsungan kehidupan masyarakat. Di berbagai belahan dunia termasuk di Indonesia, aktivitas sosial sepanjang waktu terus mengalami kemajuan, khususnya pada

sektor transaksi ekonomi berbasis digital atau yang dikenal dengan *e-commerce*. Selain sebagai salah-satu konsekuensi modernisasi, juga sebagai penunjang kebutuhan khalayak sekaligus sebagai respon cepat atas tuntutan kebutuhan yang semakin hari semakin beragam, namun di sisi lain mobilitas atau aktivitas lainnya tidak dapat ditinggalkan dalam waktu yang bersamaan. Pada transaksi *e-commerce*, tidak dapat dipandang sebagai sebuah aktivitas ekonomi biasa-biasa saja, karena segalanya yang serba cepat, tidak bertatap wajah antara konsumen dan penyedia jasa/ barang; memerlukan system aturan yang memadai agar diantara penjual dan pembeli masing-masing tidak ada yang dirugikan atau merugikan.

Berangkat dari kenyataan-kenyataan tersebut; Indonesia sebagai negara yang mempunyai konstitusional dan system hukum yang mandiri, demi memberikan perlindungan dalam setiap aktivitas masyarakat khususnya dalam transaksi *e-commerce*; telah diterbitkan sebuah peraturan perundang-undangan tentang konsumen atau yang dikenal dengan undang-undang republik Indonesia tentang perlindungan konsumen (UUPK) nomor 8 Tahun 1999. Diberlakukannya undang-undang perlindungan konsumen tersebut mempunyai maksud dan tujuan sebagai peraturan yang melindungi konsumen dari berbagai kemungkinan yang dapat terjadi sewaktu-waktu.

Ditegaskan dalam undang-undang perlindungan konsumen pada pasal 1 ayat 1 UUPK bahwa “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada

konsumen.”⁹⁴ Dengan kata lain, definisi konsumen pada undang-undang perlindungan konsumen tidak mengenal status dalam hal apa konsumen tersebut, karena jika merujuk pada pasal 1 ayat 1 tersebut, hukum umum penjelasan mengenai maksud dari konsumen itu sendiri. Akan tetapi, paling tidak terdapat sebuah kata kunci untuk dijadikan pintu masuk dalam pembahasan perlindungan konsumen yakni “adanya kepastian hukum” dalam rangka memberikan perlindungan kepada para konsumen.

Az. Nasution memberikan beberapa batasan tentang pengertian konsumen itu sendiri, yaitu:

- a. Konsumen ialah orang yang mendapatkan barang atau jasa dengan maksud dan tujuan tertentu;
- b. Konsumen antara ialah orang yang mendapatkan barang atau jasa untuk digunakan dengan tujuan komersialisasi;
- c. Konsumen akhir ialah orang alami yang mendapat dan menggunakan barang atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidup pribadinya, keluarganya atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan/nonkomersial.

Definisi konsumen sebagaimana terdapat dalam undang-undang perlindungan konsumen idealnya masuk pada konsumen akhir sebagaimana juga ditegaskan oleh Az. Nasution di atas. Batasan tersebut dalam rangka menghindari multi tafsir atau dikotomi pemahaman publik tentang peraturan

⁹⁴ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pasal 1 ayat 1.

perlindungan konsumen. Sehingga dapat dipahami bahwa konsumen yang dimaksud pada definisi tersebut setidaknya mengandung dua unsur utama, yakni 1). Konsumen hanya berupa orang, 2). Barang atau jasa yang digunakan hanya untuk keperluan pribadi alias tidak untuk komersialisasi.

Perlindungan konsumen sebagaimana penjelasan di atas, dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia mempunyai beberapa pakem peraturan perundang-undangan; selain undang-undang perlindungan konsumen/ UUPK No. 8 tahun 1999, ada Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 yakni tentang perubahan atas Undang-Undang No, 11 Tahun 2008 dan undang-undang perdagangan No. 7 tahun 2014 tentang Perdagangan. Semua peraturan perundang-undangan tersebut tidak lain dalam rangka memberikan aturan yang jelas agar kepastian hukum bagi konsumen khususnya dapat diwujudkan:⁹⁵

1. Undang-Undang Perlindungan Konsumen/ UUPK No. 8 tahun 1999

Berkaitan dengan perlindungan konsumen, Indonesia mempunyai undang-undang khusus yang mengatur bagaimana kedudukan konsumen dalam melakukan transaksinya. Berdasarkan isi keseluruhan dalam UUPK di setiap babnya mempunyai focus aturannya masing-masing yakni sebagai berikut:

- a. Ketentuan umum; pada Bab I Pasal 1 dawali dengan poin pengertian tentang perlindungan konsumen selain istilah yang digunakan dalam Undang-Undang perlindungan konsumen ini. Bahwa ditegaskan pada

⁹⁵ Janus Sidabalok II, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Cetakan ke-1, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2006), h. 51

pasal 1 poin 1, perlindungan konsumen merupakan segala bentuk upaya yang dilakukan dalam rangka memberikan kepastian hukum para konsumen.

- b. Bab II asas dan tujuan; Pasal 2 menegaskan asas perlindungan konsumen pada beberapa asas penting diantaranya; asas manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Kemudian dilanjutkan pada pasal 3 tentang tujuan diselenggarakannya perlindungan konsumen agar supaya dapat meningkatkan kesadaran konsumen dalam melindungi diri, mengangkat harkat dan martabat konsumen, menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dalam rangka menumbuhkan kesadaran pelaku usaha khususnya berkaitan dengan konsumennya.
- c. Pada Bab III memuat hak dan kewajiban; sebagaimana pasal 4 dan Pasal 5 yang menegaskan tentang hak dan kewajiban konsumen, sedangkan Pasal 6 dan Pasal 7 menegaskan hak dan kewajiban pelaku usaha. Pada bab ini, ada keberimbangan yang diupayakan oleh pembuat undang-undang yakni antara konsumen dan pelaku usaha, sama-sama mempunyai aturan yang jelas berkaitan hak-haknya.
- d. Bab IV memuat tentang perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha; sebagaimana tertuang pada pasal 8 sampai pasal 17 yakni mengenai perbuatan yang dilarang untuk pelaku usaha diantaranya berkaitan

dengan produksi dan mengedarkan produknya, promosi dan periklanan, penjualan dengan obral dan sejenisnya, penjualan dengan memberikan hadiah, menjual melalui pesanan, serta produksi iklan. Semua hal tersebut tidak lain untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.

- e. Ketentuan Bab V tentang pencantuman klausul baku; pada pasal 18 bab ini mengatur batasan-batasan penggunaan klausul baku oleh pelaku usaha terhadap konsumennya.
- f. Pada Bab VI yakni tentang tanggung jawab pelaku usaha; sebagaimana pasal 18 sampai pasal 28 yang menegaskan tanggung jawab pelaku usaha, mulai tanggung jawab publik hingga tanggung jawab perseorangan.
- g. Pada Bab VII berkaitan dengan pembinaan dan pengawasan oleh pemerintah dan yang dibenarkan oleh pemerintah. pasal 29 sampai pasal 30 menegaskan ketentuan mengenai pelaksanaan pembinaan dan pengawasan usaha demi perlindungan terhadap konsumen.
- h. Pada Bab VIII yakni tentang BPKN; pasal 31 sampai pasal 43 memuat fungsi, tugas, susunan organisasi dan keanggotaan sebuah badan yang bertanggung jawab meningkatkan perlindungan terhadap konsumen secara nasional.
- i. Bab IX tentang LPKSM; pada pasal 44 mengatur ketentuan tentang eksistensi dan tugas LPKSM dalam ranah perlindungan konsumen.

- j. Pada Bab X yakni tentang penyelesaian sengketa; pasal 45 sampai pasal 48 ketentuan penyelesaian sengketa baik di dalam maupun diluar pengadilan dapat dijadikan jalur penyelesaian sengketa konsumen.
 - k. Bab XI tentang BPSK; pasal 49 sampai pasal 58 mengatur tentang eksistensi, tugas dan wewenang BPSK di setiap wilayahnya.
 - l. Bab XII tentang penyidikan; sebagaimana pasal 59 yang mengatur penyidikan perkara konsumen yang diduga memenuhi unsur/delik pidana.
 - m. Pada Bab XIII memuat sanksi; yakni pasal 60 sampai pasal 63 memuat jenis dan penjatuhan sanksi; mulai sanksi administratif hingga sanksi pidana.
 - n. Sedangkan pada Bab XIV memuat ketentuan peralihan sebagaimana umumnya peraturan perundang-undangan yakni pada pasal 64 terkait ketentuan peralihan dari keadaan lama kepada keadaan pada masa berlakunya Undang-Undang perlindungan konsumen ini.
 - o. Terakhir Bab XV memuat ketentuan penutup; pasal 65 yakni ketentuan tentang mulai berlakunya Undang-Undang perlindungan konsumen.
- 2. Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik/ UU ITE**

Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 yakni tentang perubahan atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik/ UU ITE mengatur terkait teknologi informasi dan komputer, ditegaskan pada pasal 1 angka 3 dan angka 14 bahwa; a). Teknologi informasi merupakan suatu teknik untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memproses, mengumumkan, menganalisis, dan/atau menyebarkan informasi; sedangkan pada pasal 1 angka 14 dinyatakan komputer merupakan alat untuk memproses data elektronik, magnetik, optik, atau sistem yang melaksanakan fungsi logika, aritmatika, dan penyimpanan.⁹⁶

Syarat sahnya perjanjian melalui media elektronik yang diatur dalam UU ITE dan PP Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik diantaranya berdasar:

- a. Dalam UU ITE misalnya syarat sahnya perjanjian melalui media elektronik didasarkan atas terjadinya kesepakatan para pihak sebagaimana dalam pasal 20 ayat (1) dan penjelasan pasal 20 ayat (1):
 - Pasal 20 ayat (1) kecuali ditentukan lain oleh para pihak, transaksi elektronik terjadi pada saat penawaran transaksi yang dikirim pengirim telah diterima dan disetujui penerima;
 - Tentang penjelasan pasal 20 ayat (1) transaksi elektronik terjadi pada saat kesepakatan antara para pihak yang dapat berupa, antara lain pengecekan data, identitas, nomor identifikasi pribadi/*personal*

⁹⁶ Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 yakni tentang perubahan atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik/ UU ITE.

identification number/PIN atau sandi lewat (*password*) yang dibuat oleh para pihak.

- b. Sedangkan dalam PP No. 71 tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik tidak ditemukan kata perjanjian, hanya ada kata “kontrak”. Kontrak merupakan suatu perjanjian hal ini berdasarkan pengertian kontrak elektronik yang terdapat pada pasal 1 angka 15 “kontrak elektronik merupakan perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik”. Sahnya perjanjian dalam PP berdasarkan pada pasal 47 ayat (2) yang mengatur tentang “kontrak elektronik dianggap sah apabila; 1). Terdapat kesepakatan para pihak; 2). Dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau berwenang mewakili sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; 3). Terdapat hal-hal tertentu; dan 4). Objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum. Hal ini tegas dan perlu diperhatikan oleh berbagai pihak dalam rangka mewujudkan kondusifitas dalam setiap transaksi ekonomi berbasis digital.

Dalam UUIE juga ditegaskan tentang hak para pihak sebagaimana dalam pasal 38 ayat (1) UU ITE bahwa “setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan Teknologi Informasi yang menimbulkan kerugian.” Dalam Pasal 39 ayat (1) UU ITE yang menyatakan gugatan perdata dilakukan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; secara tidak langsung memberlakukan

asas *lex specialis derogate legi generalis*. Asas ini menyebabkan apabila aturan hukum khusus mengenai transaksi melalui media elektronik tidak mengatur akibat hukum transaksi melalui media elektronik yang menyalahi isi perjanjian, maka dapat diberlakukan aturan hukum umum yang sederajat dan dalam bidang yang sama yang mengatur hal tersebut sebagaimana diatur dalam KUHPerdara misalnya berkaitan dengan wanprestasi yang terdiri atas 4 hal:

- Membayar ganti kerugian atau ganti rugi;
- Pemutusan perjanjian;
- Peralihan resiko;
- Membayar biaya perkara, kalau sampai diperkarakan di pengadilan.⁹⁷

3. Undang-Undang Perdagangan No. 7 tahun 2014

Peraturan perundang-undangan tentang perdagangan No. 7 tahun 2014 tidak ditemukan bab atau pasal yang mengatur mengenai akibat hukum yang timbul dari transaksi melalui media elektronik yang tidak sesuai dengan isi perjanjian; meskipun pada dasarnya dalam Pasal 2 huruf (a) UU Perdagangan menyatakan bahwa; “kebijakan perdagangan disusun berdasarkan asas kepentingan nasional”. Kepentingan nasional tersebut antara lain; mendorong pertumbuhan ekonomi, daya saing perdagangan, melindungi produksi dalam negeri, memperluas pasar

⁹⁷ Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, Cet. XIV, (Jakarta: Intermasa, 1979), 46

tenaga kerja, perlindungan konsumen, menjamin kelancaran/ketersediaan barang dan jasa, penguatan UMKM dan lain sebagainya.⁹⁸

Pasal 65 UU Perdagangan menegaskan diwajibkannya bagi pelaku usaha *e-commerce* untuk menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar sehingga akan memudahkan untuk menelusuri legalitasnya. Yakni pada poin-poin berikut pasal 65 menegaskan tentang perdagangan melalui system elektronik:⁹⁹

- 1) Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar.
- 2) Setiap Pelaku Usaha dilarang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1).
- 3) Penggunaan sistem elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib memenuhi ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- 4) Data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit memuat:
 - a. Identitas dan legalitas pelaku usaha sebagai produsen atau pelaku usaha distribusi;

⁹⁸ Az. Nasution, *Revolusi Teknologi Dalam Transaksi Bisnis Melalui Internet*, (Jurnal Keadilan Volume I No.3 September 2001), 28.

⁹⁹ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan pasal 65-66

- b. Persyaratan teknis Barang yang ditawarkan;
 - c. Persyaratan teknis atau kualifikasi Jasa yang ditawarkan;
 - d. Harga dan cara pembayaran Barang dan/atau Jasa; dan
 - e. Cara penyerahan barang.
- 5) Dalam hal terjadi sengketa terkait dengan transaksi dagang melalui sistem elektronik, orang atau badan usaha yang mengalami sengketa dapat menyelesaikan sengketa tersebut melalui pengadilan atau melalui mekanisme penyelesaian sengketa lainnya.
- 6) Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi administratif berupa pencabutan izin.

Disamping juga terdapat pasal 3 yang menegaskan tentang salah-satu tujuan diundangkannya UU Perdagangan pada poin (j) ialah meningkatkan perlindungan konsumen; pasal 5 ayat (2) paoin (e) ayat (3) poin (h) juga menegaskan tentang perlindungan konsumen; begitu pula pada bab XV tentang komite perdagangan nasional pasal 97 ayat (3) poin (d) menyatakan bahwa salah satu unsur dalam keanggotaan komite perdagangan nasional ialah dari lembaga yang bertugas memberikan rekomendasi mengenai perlindungan konsumen; disamping juga terdapat beberapa pasal pada UU Perdagangan yang berbicara tentang harga dan

distribusi kepada konsumen. Sedangkan pada pasal 66 dinyatakan bahwa transaksi melalui *e-commerce* atau elektronik transaksi akan diatur melalui peraturan pemerintah untuk lebih lanjutnya.

C. Konsep Perlindungan Konsumen

Perlindungan terhadap konsumen pada dasarnya merupakan kewajiban semua pelaku usaha, karena aktivitas konsumen selalu berhubungan dengan aktivitas usaha. Oleh karena itu, untuk mengetahui konsep perlindungan terhadap konsumen terlebih dahulu diuraikan tentang unsur-unsur yang ada pada konsumen yakni:¹⁰⁰

1. Orang

Subjek yang disebut sebagai konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa. Istilah “orang” sebetulnya mengakibatkan beberapa hal berikut:

- a. Perlindungan konsumen dari pihak pelaku usaha diharapkan dapat tumbuh sikap yang bertanggung, meningkatkan kemampuan, kemandirian serta kesadaran konsumen untuk dapat melindungi diri;
- b. Dapat mengangkat harkat dan martabat bagi pihak konsumen dengan cara menghindarkan dari adanya akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;

¹⁰⁰ Ketentuan pasal 9 ayat 1 huruf e, Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

- c. Membuat atau menciptakan sebuah sistem perlindungan konsumen yang mengandung keterbukaan informasi serta dapat mengakses langsung untuk mendapatkan informasi dan yang pasti harus adanya unsur kepastian hukum;
- d. Meningkatkan jawab dan jujur dalam berusaha;
- e. Agar dapat meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, keamanan, kesehatan, kenyamanan, dan keselamatan konsumen. keraguan, apakah hanya orang individual yang lazim disebut *natuurlijke persoon* atau termasuk juga badan hukum (*rechtspersonen*)

2. Pemakai

Sesuai dengan bunyi penjelasan pasal 1 angka (2) UUPK, kata “pemakai” menekankan, konsumen adalah konsumen akhir (*ultimate consumer*). Istilah "pemakai" dalam hal ini tepat digunakan dalam rumusan ketentuan tersebut, sekaligus menunjukkan barang dan/atau jasa yang dipakai tidak serta merta hasil dari transaksi jual beli. Artinya, sebagai konsumen tidak selalu harus memberikan prestasinya dengan cara membayar uang untuk memperoleh barang dan/atau jasa itu.

3. Barang atau Jasa

Berkaitan dengan istilah barang dan/atau jasa, sebagai pengganti terminologi tersebut digunakan kata produk. Saat ini, "produk" sudah

berkonotasi barang atau jasa. UUPK mengartikan barang sebagai setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, baik dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen. UUPK tidak menjelaskan perbedaan istilah-istilah "dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan".

4. Yang tersedia dalam Masyarakat.

Barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat sudah harus tersedia di pasaran.

5. Bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, makhluk hidup lain.

Unsur yang diletakkan pada bagian ini adalah mengenai kepentingan. Hal tersebut menunjukkan bahwa 'Kepentingan' itu tidak sekedar bagi diri sendiri dan keluarga akan tetapi juga barang atau jasa yang diperuntukkan bagi orang lain, bahkan untuk makhluk hidup lain.

6. Barang atau jasa itu tidak untuk diperdagangkan

Syarat "tidak untuk diperdagangkan" menunjukkan sebagai konsumen akhir (*end consumer*) dan sekaligus membedakan dengan konsumen antara (*derived/intermediate consumer*).

Selain itu dijelaskan pula beberapa hal penting berhubungan dengan perlindungan konsumen yakni konsumen mempunyai beberapa asas yang penting sebagaimana tertuang pada pasal 2 UUPK yaitu:¹⁰¹

1. Asas Manfaat

Penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi kepentingan pelaku usaha serta konsumen secara keseluruhan.

2. Asas Keadilan

Agar keikutsertaan seluruh masyarakat dapat diwujudkan secara maksimal dan juga dapat memberikan kesempatan kepada pelaku usaha dan konsumen untuk memperoleh haknya dan juga melaksanakan kewajibannya secara adil dan seimbang. Diberlakukannya UUPK diharapkan dapat mengatur sejumlah hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha.

3. Asas Keseimbangan

Agar terjadinya keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha, konsumen, serta pemerintah dalam arti materil atau pun spiritual. Kepentingan antara pelaku usaha, konsumen dan pemerintah harus diwujudkan seimbang sesuai dengan hak dan kewajiban.

¹⁰¹ Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pasal 2. Baca juga Ahmadi Mini dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), 5

4. Asas Keselamatan dan Keamanan Konsumen.

Asas ini diperuntukkan agar dapat memberikan jaminan keselamatan dan keamanan kepada konsumen dalam pemakaian ataupun penggunaan, serta pemanfaatan barang dan jasa yang digunakan. Asas ini diharapkan dapat memberi jaminan hukum bahwa konsumen memperoleh manfaat dari produk yang dipakai sehingga tidak mendapatkan kerugian.

5. Asas Kepastian Hukum.

Asas ini mengharapkan agar supaya para pelaku usaha maupun konsumen dapat mentaati hukum. Dengan adanya UUPK yang mengatur tentang hak dan kewajiban diharapkan dapat mewujudkan keadilan dalam kehidupan sehari-hari. Serta memperoleh perlindungan konsumen, dengan adanya negara yang bisa memberikan jaminan kepastian hukum.

Selain itu, di dalam UUPK/8/1999 juga disebutkan tujuan-tujuan yang menjadi motivasi diundangkannya tentang perlindungan konsumen, sebagaimana terdapat dalam pasal 3 yakni:¹⁰²

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.

Maksud dari tujuan pertama dalam UUPK ini tidak lain, pemerintah berharap para konsumen dapat dengan kemandiriannya

¹⁰² Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pasal 3

menggunakan hak dan pola perlindungannya sesuai undang-undang yang berlaku dari setiap kegiatan sebagai konsumen. Sehingga konsumen dapat dapat memposisikan sejak dini terhadap hal-hal yang dapat merugikan dirinya sebagai konsumen.

2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksese negatif pemakaian barang dan/atau jasa.

Pemakaian barang dan jasa mutlak merupakan tujuan dari para konsumen. Oleh karenanya, dengan menjadi konsumen yang cerdas sebagaimana pada poin pertama, tentu dengan sendirinya akan dapat mengangkat posisi para konsumen sehingga dapat menghindarkan dirinya dari hal-hal yang dapat mencoreng dan merugikan para konsumen.

3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.

Hak konsumen selain harus mendapatkan *service* yang baik dari para penyedia barang atau jasa, juga berhak mengetahui kualitas sebenarnya dari barang atau jasa yang hendak dikonsumsi/diperolehnya. Dari itu, para konsumen harus dapat memproteksi terlebih dahulu barang atau jasa apa yang akan ia pakai untuk memenuhi kebutuhannya sehingga dapat menjadi konsumen yang cerdas dan tidak kehilangan haknya.

4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.

Konsumen oleh undang-undang telah dijamin keberadaannya, terutama dalam mengakses dan mendapatkan informasi. Dan hal tersebut dilindungi oleh undang-undang sehingga tidak perlu merasa ragu atau takut untuk menuntut hak atas informasi yang memang menjadi haknya sebagai konsumen.

5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha.

Aktivitas transaksi ekonomi terutama dalam lingkup antara pengusaha dan konsumen telah jelas diatur dalam UUPK sebagaimana pasal 1 yang tidak hanya berbicara tentang konsumen saja, namun juga menegaskan posisi dari pihak pengusaha, bagaimana ia seharusnya memperlakukan para konsumennya dengan sebaik-baiknya. Kemudian yang terpenting ialah, pengusaha mengetahui, bahwa selain pengusaha yang dilindungi oleh undang-undang juga konsumen dijamin kepastian hukumnya; dengan itu diharap para pengusaha dapat berlaku jujur dan adil dalam hal yang berhubungan dengan konsumen dan lainnya.

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

Kesejahteraan para konsumen harus dipahami oleh setiap pelaku usaha, bahwa konsumen akan puas ketika mendapatkan service, barang atau jasa yang berkualitas, nyaman, aman dari berbagai hal. Darinya, para pelaku usaha diharap dapat selalu meningkatkan pelayanannya disamping meningkatkan kualitas produk yang menjadi tujuan konsumen datang dan percaya kepadanya.

Hak-hak para konsumen sebagaimana disinggung pada beberapa sub poin pada pasal sebelumnya, juga diatur dan dirinci dalam pasal 4 UUPK, bahwa konsumen berhak:¹⁰³

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;

¹⁰³ Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pasal 4

7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Undang-undang perlindungan konsumen juga tidak hanya mengatur tentang asas, tujuan dan hak para konsumen, tetapi juga mengatur tentang kewajiban para konsumen, sebagaimana tertuang dalam pasal 5, para konsumen mempunyai kewajiban diantaranya:¹⁰⁴

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.

Artinya, semua konsumen harus melakukan kegiatan konsumennya sesuai prosedur dan tata atur yang telah dibuat oleh para pihak atau bahkan oleh para pelaku usaha sejauh petunjuk informasi tersebut sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku, sehingga para konsumen tidak salah dan tetap dalam koridor pemanfaatan barang atau jasa yang aman.

2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;

¹⁰⁴ Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pasal 5

Para konsumen juga dihimbau dan dituntut bahkan agar dalam melakukan transaksinya sebagai konsumen dapat memunculkan iktikad baik salah-satunya dalam memperoleh dan menggunakan barang atau jasa yang ditransaksikan.

3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.

Konsumen yang baik merupakan konsumen yang bertindak sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati bersama dengan pihak pelaku usaha. Salah-satunya tentang besaran nilai atau nominal yang harus dibayar atau dilunasi oleh konsumen agar konsumen dapat memiliki barang atau dapat memakai jasa yang disediakan oleh para pelaku usaha.

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

Setiap kemungkinan dalam transaksi yang dilakukan oleh konsumen bisa saja bermacam-macam, mulai kemungkinan yang negatif, positif, merugikan dan lainnya, sehingga apa bila para konsumen berhadapan dengan kemungkinan yang dapat membawa mereka ke meja penuntutan atau hukum, oleh undang-undang konsumen yang terkait agar dapat kooperatif dalam setiap rangkaian penyelesaian hukum.

D. Konsep Kebijakan Pemerintah

Pemerintah merupakan institusi yang mempunyai kewenangan untuk mengatr tatanan masyarakatnya. Pemerintah selain sebagai otoritas tertinggi

dalam pengendalian kondusifitas wilayahnya, juga merupakan kewajiban sebagai pemerintah yang berdaulat untuk mengatur dan menjaga kondusifitas wilayahnya sendiri dengan memperhatikan pola relasi antara kearifan local dan modernisasi serta redibilitas konstitusional. Oleh karena itu, pemerintah perlu hadir dalam setiap keadaan warga negaranya, khususnya pada aspek perlindungan bagi siapa saja yang mempunyai hak atas perlindungan tersebut. Perlindungan tidak akan dapat diwujudkan tanpa adanya supremasi hukum yang jelas.

Kondusifitas suatu negara yang jelas menjadi keadaan yang dibutuhkan, terutama dalam peningkatan perekonomian seperti Indonesia. Selain masih masuk pada golongan negara sebagai negara berkembang, juga praktis menjadi keniscayaan agar masyarakat yang mendiami wilayahnya dapat memperoleh hak-haknya sebagai warganegara. Pada ranah tersebut, untuk mewujudkan tatanan masyarakat yang baik, pemerintah telah memnuhi perangkat-perangkat yang menjadi syaratnya; diantaranya pemerintah pada setiap periodiknya mempunyai pedoman kebijakan pada jangka tertentu, salah-satunya dalam rencana pembangunan jangka menengah (RPJM) dalam buku periodik 2020-2024; selain itu pemerintah juga menopang kebijakan dalam rangka memajukan sekaligus menjaga kondusifitas dengan menetapkan dan memberlakukan peraturan perundang-undangan salah-satunya tentang perlindungan konsumen dan undang-undang informasi dan transaksi elektronik (ITE), berikut perangkat-perangkat pendukungnya seperti keberadaan aparat penegak hukum, institusi peradilan hingga pelembagaan pemasyarakatan. Semua rangkaian syarat dalam sebuah

kebijakan tersebut tidak lain jika di dalam RPJM 2020-2024 salah-satu targetnya adalah peningkatan pertumbuhan ekonomi nasional juga untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat khususnya pada wilayah transaksi ekonomi yang bersifat digitalisasi atau pada lingkup *e-commerce*.¹⁰⁵

Salah-satu konsep kebijakan pemerintah dalam memberikan perlindungan hukum bagi setiap warganya khusus dalam lingkup transaksi ekonomi masyarakat tertuang dalam undang-undang perlindungan konsumen/ UUPK BAB VII tentang pembinaan dan pengawasan sebagaimana pasal 29 dan pasal 30. Pada pasal 29 dikhususkan pada lingkup pembinaan oleh pemerintah yakni:¹⁰⁶

1. Pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha.
2. Pembinaan oleh pemerintah atas penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait.
3. Menteri sebagaimana dimaksud pada ayat (2) melakukan koordinasi atas penyelenggaraan perlindungan konsumen.
4. Pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (2) meliputi upaya untuk:

¹⁰⁵ Ringkasan Buku Periodik Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2020-2024

¹⁴⁰ Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pasal 29

- a. Terciptanya iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen;
 - b. Berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
 - c. Meningkatnya kualitas sumber daya manusia serta meningkatnya kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen.
5. Ketentuan lebih lanjut mengenai pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Pemerintah sebagaimana dalam BAB VII UUPK tersebut, selain memberikan pembinaan juga memberikan pengawasan terhadap konsumen maupun pelaku usaha. Artinya antara konsumen dan pelaku usaha sama-sama mendapatkan haknya dalam barometer peraturan perundang-undangan, baik sebagai bentuk perlindungan mereka maupun sebagai batasan-batasan dalam melakukan kegiatan konsumen atau usahanya agar tidak sampai pada tingkat pemberian sanksi sebagaimana juga ditegaskan pada UUPK selain juga diberlakukan sanksi dalam undang-undang lainnya yang sejalan dengan aktivitas konsumen dan pelaku usaha. Tentang pengawasan yang dilakukan oleh pemerintah terdapat dalam pasal 30 yakni:¹⁰⁷

1. Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangannya diselenggarakan

¹⁰⁷ Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pasal 30

oleh pemerintah, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.

2. Pengawasan oleh pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait.
3. Pengawasan oleh masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar.
4. Apabila hasil pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat ternyata menyimpang dari peraturan perundang-undangan yang berlaku dan membahayakan konsumen, Menteri dan/atau menteri teknis mengambil tindakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
5. Hasil pengawasan yang diselenggarakan masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan dapat disampaikan kepada Menteri dan menteri teknis.
6. Ketentuan pelaksanaan tugas pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah.

Pemerintah nampaknya cukup serius dalam memberikan dan mengawal kebijakan terkait perlindungan terhadap konsumen. Salah-satu yang menjadi indikator keseriusan pemerintah dalam mengawal kebijakannya yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan ialah dalam UUPK terdapat sebuah badan yang khusus melakukan perlindungan terhadap konsumen sebagai salah-satu kebijakan pemerintah untuk meniadakan perlakuan yang merugikan dalam

bentuk apapun terhadap konsumen yang diberi nama BADAN PERLINDUNGAN KONSUMEN NASIONAL sebagaimana pada bab VIII yakni pada pasal 31 s/d pasal 43 berkaitan dengan pertama; nama, kedudukan, fungsi dan tugas, sedangkan pada bagian kedua terdiri atas susunan organisasi dan keanggotaan. Bahkan tidak hanya itu, pemerintah juga memberikan pengarahannya dan legitimasi dengan dibolehkannya ada badan atau lembaga perlindungan konsumen yang berasal dari swadaya masyarakat yakni sebagaimana terdapat pada bab IX dari pasal 44.

Pemerintah, dalam memberikan kepastian hukum bagi konsumen sebagai bentuk perlindungan terhadap konsumen, juga diatur mekanisme penyelesaian sengketa jika ada dari para konsumen yang hendak menyelesaikan persengketaannya. Sebagaimana terdapat pada pasal 47 UUPK mengenai penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan dan pada pasal 48 UUPK tentang penyelesaian sengketa di lingkungan pengadilan. Disamping itu, telah diatur pula tentang badan penyelesaian sengketa konsumen yang kediamannya bertempat di daerah tingkat II sebagaimana ditegaskan dalam pasal 49 sekaligus tugas pokok dan fungsinya selain struktur dan bidang-bidangnya sebagaimana juga dalam pasal 50, 51, 52, hingga pasal 58. Lebih daripada itu, pemerintah juga telah mengatur hingga proses penyidikan, sanksi-sanksi yang dapat dijatuhkan yakni sanksi administrasi, pidana dan dendanya yang harus

dibayarkan dalam perkara yang disengketakan dalam lingkup perlindungan konsumen.¹⁰⁸

Berdasarkan uraian tersebut, pada dasarnya, konsep kebijakan pemerintah tentang perlindungan konsumen; telah jelas yakni bersifat konstitusional atau berdasarkan pada pemberlakuan undang-undang perlindungan konsumen selain juga berdasarkan pada undang-undang dasar republic Indonesia tahun 1945 sebagai dasar atas semua kebijakan yang diterbitkan oleh pemerintah, baik yang berupa undang-undang, peraturan pemerintah, peraturan presiden dan lainnya.

E. Metode Pembayaran dalam Transaksi *E-Commerce*

Transaksi *e-commerce* pembayaran dilakukan secara sedikit berbeda, biasanya dalam transaksi ini pembayaran umumnya dilakukan secara elektronik. Berikut ini mengenai metode pembayaran dalam transaksi *e-commerce*:

1. Pembayaran dengan kartu kredit/kartu debit;

Pembayaran dengan kartu kredit/kartu debit ada beberapa pihak yang berperan dalam transaksi *e-commerce*. pemegang kartu kredit/kartu debit disebut dengan istilah *cardholder*. Kartu kredit/kartu debit diterbitkan oleh sebuah bank, yang biasa disebut *issuer*. beberapa langkah yang dilakukan saat melakukan sebuah transaksi *e-commerce* dengan menggunakan kartu kredit:

¹⁰⁸ Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pasal 49-58

1. Konsumen memilih barang yang akan dibeli pada *website merchant*;
2. Setelah harga ditotal, kemudian konsumen memasukkan informasi kartu kredit/kartu debatnya pada *form/slip* pembayaran yang telah disediakan *website merchant*;
3. Informasi tersebut selanjutnya dikirim ke *web server merchant* bersama informasi pembelian lainnya;
4. Melalui sebuah sistem *gateway*, *merchant* akan melakukan proses otorisasi;
5. *Merchant* melakukan otorisasi ke *acquirer* untuk selanjutnya diteruskan ke *issuer* melalui jaringan kartu kredit/kartu debit;
6. Setelah memeriksa validitas informasi kartu kredit/kartu debit, *issuer* akan mengirimkan hasil kepada *consumer* melalui *website merchant*;
7. Jika otorisasi berhasil, *merchant* mengesahkan transaksi tersebut dan mengirimkan barang yang dibeli ke alamat yang telah disepakati.

Berbagai cara biasanya dilakukan oleh *merchant* maupun bank untuk membuktikan kepada konsumen bahwa proses pembayaran telah dilakukan dengan baik, seperti:

1. Pemberitahuan melalui *e-mail* mengenai status transaksi jual beli produk atau jasa yang telah dilakukan.
2. Pengiriman dokumen elektronik melalui e-mail atau situs terkait yang berisi “berita acara” jual beli dan kuitansi pembelian yang merinci detail mengenai metode pembayaran yang telah dilakukan.
3. Pengiriman kuitansi pembayaran melalui kurir ke alamat atau lokasi konsumen.

4. Pencatatan transaksi pembayaran oleh bank atau lembaga keuangan yang laporannya akan diberikan secara periodik pada akhir bulan.¹⁰⁹

Proses pembayaran tersebut dijamin dalam suatu sistem yang telah dibuat untuk mengamankan proses yang dilakukan melalui internet, seperti sistem keamanan enkripsi, SSL dan SET.

1. Pembayaran dengan *E-Check*

E-Check atau electronic *check* merupakan salah satu metode pembayaran dalam transaksi *e-commerce*, dimana seorang konsumen akan membayara atas barang dagangan yang dibelinya dengan menulis suatu cek elektronik yang ditransmisikan secara elektronis melalui *e-mail*, *fax* atau telepon.¹¹⁰ Cek tersebut berisi semua informasi yang diperoleh berdasarkan apa yang tertera seperti pada cek yang sesungguhnya, hanya saja sistem *e-check* menggunakan digital signature (tanda tangan digital) dan *digital certificate* (sertifikat digital).¹¹¹

Dalam pembayaran dengan *e-check*, pertama tama konsumen membuka account bank di internet untuk pertama kali. Kemudian konsumen mengeluarkan *e-check* miliknya untuk membayar. Penerima *e-check* ini mengirimkan cek tersebut ke bank untuk konfirmasi bahwa transaksi tersebut benar-benar valid, kemudian bank memindahkan uang dari rekening pengirim ke rekening penerima cek sesuai dengan nilai yang tercantum.

¹⁰⁹ Richardus Eko Indrajit, *Op. Cit*, Hlm. 82

¹¹⁰ Tim Litbang Wahana Komputer, *Op. Cit*, Hlm. 72

¹¹¹ David Kosiur, *Op. Cit*, Hlm. 49

E-Check merupakan instrumen pembayaran yang cukup aman. *e-check* dirancang dengan memanfaatkan teknik yang disebut sebagai *state of the art technique*, yaitu:¹¹²

- a. Authentikasi (*authentication*).
- b. Kriptografi kunci publik (*public key cryptography*)
- c. Tanda tangan digital (*digital signature*)
- d. Hal sertifikasi (*certificate authorities*)
- e. Deteksi terhadap penggandaan (*duplicate detection*)
- f. Pengacakan (*encryption*)

2. Pembayaran dengan *Digital Cash*

Menggunakan kartu kredit jelas akan membuang-buang waktu karena harus mengisi sebuah formulir, proses otorisasi terkadang memakan waktu yang cukup lama, tidak sebanding dengan nilai yang dilakukan. Bagi praktisi bisnis yang ingin mempermudah konsumennya dalam membelanjakan uang untuk produk-produk ritel berharga murah dengan sistem *e-commerce*, ditawarkan sebuah metode pembayaran yang tergolong cepat dan aman, yaitu dengan menggunakan uang digital (*digital cash*).

Digital cash memiliki karakteristik utama, yaitu *transnationality of digital cash*, dimana *digital cash* memiliki kemampuan mengalir secara bebas melewati batas hukum negara lain. Karakteristik inilah yang menjadi sumber kelebihan dan kekurangan *digital cash*. Di satu sisi, *digital cash*

¹¹² Onno W. Purbo dan Ang Arif Wahyudi, *Op. Cit*, hlm. 129

menjadi transaksi menjadi lebih efisien, tidak berbelit-belit, di sisi lain hal ini dapat menimbulkan pertentangan antara prinsip kebebasan *cyberspace* dengan hukum suatu negara.¹¹³

Dalam sistem *digital cash*, uang dapat direpresentasikan dalam susunan bit atau karakter (*string*) dalam beberapa digit.¹¹⁴ Seorang nasabah bank dapat meminta beberapa kupon (disebut juga token) kepada bank tempatnya menabung dalam pecahan yang diinginkan. Melalui *e-mail*, bank akan memberikan nomor seri beberapa token tersebut kepada nasabahnya sesuai dengan permintaan. Bank selanjutnya akan mendebit sejumlah uang yang ditransfer pada rekening nasabah yang bersangkutan. Token inilah yang akan dipergunakan oleh nasabah untuk berbelanja di internet. Cukup dengan memberikan nomor seri dari token (*digital cash*) yang ada kepada toko di dunia maya, yang kemudian akan diverifikasi dengan bank yang bersangkutan, transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dapat dengan mudah dan cepat dilakukan di *internet*.¹¹⁵

Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan berhubungan dengan pembayaran melalui *internet*, yaitu:¹¹⁶

- a. *Security*: Data atau informasi yang berhubungan dengan hal-hal sensitif semacam nomor kartu kredit dan *password* tidak boleh sampai “dicuri” oleh yang tidak berhak karena dapat disalahgunakan dikemudian hari;

¹¹³ Onno W. Purbo dan Ang Arif Wahyudi, *Op. Cit*, Hlm. 129

¹¹⁴ David Kosiur, *Op. Cit*, Hlm. 52

¹¹⁵ Richardus Eko Indrajit, *Op. Cit.*, Hlm. 82

¹¹⁶ *Ibid*, Hlm. 83

- b. *Confidentiality*: Perusahaan harus dapat menjamin bahwa tidak ada pihak lain yang mengetahui terjadinya transaksi, kecuali pihak-pihak yang memang secara hukum harus mengetahuinya (misalnya Bank).
- c. *Integrity*: Sistem harus dapat menjamin adanya keabsahan dalam proses jual beli, yaitu harga yang tercantum dan dibayarkan hanya berlaku untuk jenis produk atau jasa yang telah dibeli dan disetujui bersama;
- d. *Authentication*: proses pengecekan kebenaran. Di sini pembeli maupun penjual merupakan mereka yang benar-benar berhak melakukan transaksi seperti yang dinyatakan oleh masing-masing pihak;
- e. *Authorization*: Mekanisme untuk melakukan pengecekan terhadap keabsahan dan kemampuan seorang konsumen untuk melakukan pembelian (adanya dana yang diperlukan untuk melakukan jual beli);
- f. *Assurance*: Kondisi ini memperlihatkan kepada konsumen agar merasa yakin bahwa merchant yang ada benar-benar berkompeten untuk melakukan transaksi jual beli melalui *internet* (tidak melanggar hukum, memiliki sistem yang aman).

F. Teori dan Pengertian Perdagangan secara elektronik/ *E-commerce*

Julian Ding dalam bukunya *E-commerce: Law and Office* mendefinisikan *E-commerce* mengatakan, “*Electronic commerce or E-commerce as it is also known is a commercial transaction between a vendor and purchase or parties in similar contractual relationship for the supply of goods, services or acquisition of right*”. *This commercial transaction is executed or entered into electronic medium) or digital medium) where the physical presence of parties is not required and medium exist in a public network or system as opposed to private network (closed system). The public network system must considered on open system (e.g the internet or world wibe web). The transaction concluded regardless of nation boundaries or local requirements*”.¹¹⁷

E-commerce dalam hal ini dikatakan sebagai suatu transaksi komersial yang dilakukan antar penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, pelayanan atau peralihan hak. Transaksi komersial ini terdapat di dalam media elektronik (media digital) yang secara fisik tidak memerlukan pertemuan para pihak yang bertransaksi dan keberadaan media ini di dalam *public network* atau sistem yang berlawanan dengan *Private Network* (sistem tertutup).

David Kosiur mengungkapkan *e-commerce* bukan hanya sebuah mekanisme penjualan barang atau jasa melalui *medium internet* tetapi lebih pada transformasi bisnis yang mengubah cara-cara perusahaan dalam melakukan aktivitas usahanya sehari-hari.¹¹⁸ Sementara itu Amir Hatman dalam bukunya *Net Ready: Strategies For Success In The Economy* secara lebih terperinci lagi mendefinisikan *e-commerce* sebagai suatu mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnisberbasis individu dengan

¹¹⁷ Julian Ding, 1999, *E-Commerce: Law and Office, Malaysia, Sweet and Maxwell Asia*, hlm.25

¹¹⁸ David Kosiur, 1997, *Understanding Electronic Commerce*, Microsoft Press, Washington, hlm.24

menggunakan *internet* sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua institusi (*Business to business*) maupun antar institusi dan konsumen langsung (*Business to Consumer*).¹¹⁹

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 Wide Web*.¹²⁰

Dari berbagai definisi yang ditawarkan dan dipergunakan oleh berbagai kalangan, terdapat kesamaan dari masing-masing definisi tersebut. Kesamaan tersebut memperlihatkan bahwa *e-commerce* mempunyai karakteristik sebagai berikut:

1. Terjadinya transaksi antara dua belah pihak;
2. Adanya pertukaran barang, jasa atau informasi;
3. Internet merupakan medium utama dalam proses atau mekanisme perdagangan tersebut.

Penggunaan *Internet* dipilih oleh kebanyakan orang sekarang ini karena kemudahan-kemudahan yang dimiliki oleh jaringan internet.

1. Internet sebagai jaringan publik yang sangat besar (*huge widespread network*), layaknya yang dimiliki suatu jaringan publik elektronik, yaitu murah, cepat, dan kemudahan akses;

¹¹⁹ Sebagaimana dikutip oleh Richardus Eko Indrajit, 2001, *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis Di Dunia Maya*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, Hlm.3

¹²⁰ Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, 2001, *Mengenal E-Commerce*, Elex Media Komputindo, Jakarta, Hlm. 1-2

2. Menggunakan elektronik data sebagai media penyampaian pesan/data sehingga dapat dilakukan pengiriman dan penerimaan informasi secara mudah dan ringkas baik dalam bentuk data elektronikanalog maupun digital.¹²¹

G. Pengaturan Hukum Perdagangan Secara Elektronik

Menurut Subekti jual beli adalah suatu perjanjian bertimbang balik dalam mana pihak yang satu (si penjual) berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang, sedang pihak yang lainnya berjanji untuk membayar harga yang terdiri atas sejumlah uang sebagai imbalan dari perolehan hak milik tersebut.¹²²

Jual beli menurut H.F.A. Vollmar “Bahwa pihak yang satu, PENJUAL mengikat diri kepada pihak lainnya, PEMBELI untuk memindah tangankan suatu benda dalam eigendom dengan memperoleh pembayaran dari orang yang disebut terakhir sejumlah tertentu berwujud uang”.¹²³

Menurut Mieke Komar Kantaatmadja perjanjian jual beli yang dilakukan melalui media elektronik *internet* tidak lain adalah merupakan perluasan dari konsep perjanjian jual beli yang ada dalam KUH Perdata. Perjanjian jual beli melalui internet ini memiliki dasar hukum perdagangan konvensional atau jual beli dalam hukum perdata. Perbedaannya adalah bahwa perjanjian melalui internet ini bersifat khusus karena terdapat unsur peranan yang sangat dominan dari media dan alat-alat elektronik. Sebagaimana Menurut Pasal 1457 KUH

¹²¹Teguh Prasetyo dan Abdul Halim Barkatullah, 2005-2006, Bisnis E- Commerce, hlm 141

¹²²R. Subekti, 1995, Aneka Perjanjian, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, Hlm.1

¹²³ HAL.F.A. Vollmar, *Pengantar Studi Hukum Perdata (Inciding Tot De Studie Van Het Nederlands Burgerlijk Recht)*, diterjemahkan oleh I.S. Adiwimarta,1995, PT. Raja Garfindo Persada, Jakarta, Hlm. 272

Perdata Jual-beli adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan.¹²⁴

Unsur-unsur pokok (essentialia) perjanjian jual beli adalah barang dan harga.¹²⁵ Sesuai dengan asas Konsensualisme yang menjiwai perjanjian dalam KUH Perdata, perjanjian jual beli itu sudah dilahirkan pada detik tercapainya “sepakat” mengenai barang dan harga. Begitu kedua belah pihak setuju dengan barang dan harga, maka lahirlah perjanjian jual beli yang sah. Sifat konsensual dari jual beli menurut Pasal 1458 berbunyi “Jual beli dianggap sudah terjadi antara kedua belah pihak seketika setelah mereka mencapai sepakat tentang barang dan harga, meskipun barang itu belum diserahkan maupun harganya belum dibayar”.

Di dalam perjanjian jual beli terdapat kewajiban penjual dan pembeli, adapun dalam Pasal 1474 KUH Perdata penjual memiliki tiga kewajiban pokok, yaitu:

1. Memelihara dan merawat kebendaan yang akan diserahkan kepada pembeli hingga saat penyerahannya;
2. Menyerahkan kebendaan yang dijual pada saat yang telah ditentukan atau jika telah ditentukan saatnya atas permintaan pembeli;
3. Menanggung kebendaan yang dijual itu.

Sedangkan kewajiban pembeli menurut Pasal 1513 KUH Perdata berbunyi “Kewajiban utama pembeli adalah membayar harga pembelian pada

¹²⁴ Mieke Komar Kantaatmadja, 2001, *Cyberlaw: Suatu Pengantar*, cet.1, ELIPS, Bandung, Hlm. 15

¹²⁵ *Ibid*, Hlm. 2

waktu dan di tempat yang ditetapkan dalam persetujuan”. Pengaturan hukum mengenai dokumen-dokumen transaksi *e-commerce* yang dilakukan oleh penjual dan pembeli mengacu pada Undang-undang Dokumen Perusahaan No 8 Tahun 1997 dimana disebutkan dalam Pasal 1 point (2):

“Dokumen Perusahaan adalah data, catatan dan atau keterangan yang dibuat dan atau diterima oleh perusahaan dalam rangka pelaksanaan kegiatannya baik tertulis diatas kertas atau sarana lain maupun terekam dalam bentuk corak apapun yang dapat dilihat, dibaca atau didengar”.

Berdasarkan Undang-Undang Dokumen Perusahaan tersebut pada pokoknya dibedakan menjadi 2 jenis dokumen, sebagaimana tercantum dalam Pasal 2 UUDP yang menyatakan bahwa dokumen perusahaan terdiri dari:

1. Dokumen keuangan, terdiri dari: catatan, bukti pembukuan dan data pendukung administrasi keuangan yang merupakan bukti adanya hak dan kewajiban serta kegiatan usaha suatu perusahaan.
2. Dokumen lainnya, terdiri dari data atau setiap tulisan yang berisi keterangan yang mempunyai nilai guna bagi perusahaan meskipun tidak terkait langsung dengan dokumen keuangan.

Selanjutnya dalam Pasal 9 UUDP dinyatakan bahwa catatan wajib dibuat sesuai kebutuhan perusahaan dan ditandatangani oleh pimpinan perusahaan atau pejabat yang ditunjuk di lingkungan perusahaan yang bersangkutan. Kemudian Pasal 10 UUDP dinyatakan ada 2 jenis fiksasi, yaitu:

1. Catatan yang wajib dibuat di atas kertas seperti; neraca tahunan, perhitungan laba rugi tahunan atau tulisan lain yang menggambarkan neraca laba rugi.
2. Catatan yang boleh dibuat di atas kertas atau sarana lainnya, seperti rekening, jurnal transaksi harian atau setiap tulisan yang berisikan mengenai hak dan kewajiban serta hal-hal lain yang berkaitan dengan kegiatan usaha perusahaan.

H. Konsep E-commerce

Perdagangan elektronik atau dalam bahasa inggrisnya *electronic commerce* disingkat *e-commerce* merupakan bentuk baru dari kegiatan perdagangan. Mengutip pendapat David Baum dalam buku Onno W. Purbo dan Rang Wahyudi menyebutkan *e-commerce is a dynamic set of technologies, business process, and applications, that link consumers, enterprises, and other communities through electronic transaction and the electronic exchange of information, services, goods, and services*. *E-commerce* ini melibatkan pertukaran data elektronik, transfer dana elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis. Industri teknologi informasi melihat kegiatan *e-commerce* ini sebagai aplikasi dan penerapan dari e-bisnis (*e-business*) yang berkaitan dengan transaksi komersial, seperti: transfer dana secara elektronik, SCM (*supply chain management*), e-pemasaran (*e-marketing*), atau pemasaran *online* (*online marketing*), pemrosesan transaksi *online* (*online*

transaction processing), serta pertukaran data elektronik (*electronic data interchange*).¹²⁶

Selain itu, Kalakota dan Whinston juga melihat dari berbagai perspektif tentang definisikan *e-commerce* yang menurutnya cukup beragam karena banyaknya perspektif yang bisa digunakan sebagai sudut pandang diantaranya:¹²⁷

- Dari perspektif komunikasi, *e-commerce* adalah penyerahan informasi, produk barang atau jasa, atau pembayaran melalui jaringan telepon, jaringan komputer, atau dengan maksud elektronik lainnya.
- Dari perspektif proses bisnis, *e-commerce* adalah aplikasi dari teknologi melalui transaksi bisnis otomatis dan aliran kerja.
- Dari perspektif pelayanan, *e-commerce* adalah alat (*a tool*) yang mengamplifikasi hasrat dari perusahaan, konsumen, dan manajemen untuk memotong biaya pelayanan, dan dapat memperbaiki kualitas barang dan mempercepat pelayanan.
- Dari perspektif *online*, *e-commerce* adalah menyediakan kemampuan pembelian dan penjualan produk dan informasi interne dan jasa *online* lainnya.

E-commerce menurut para ahli dijelaskan ke dalam berbagai macam aktivitas transaksi atau kegiatan komersial pada lingkaran digital yang

¹²⁶ Onno W Purbo, dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal E-Commerce*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2001), 27

¹²⁷ Kalakota & Whinston, *Frontiers of Electronic Commerce*, (Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company Inc, 1996) 10-22.

mengandung beberapa *action*; dari sekadar kegiatan komunikasi dan informasi, digitalisasi bisnis, aktivitas pelayanan.

1. Dapat berupa proses bisnis dengan mengaplikasikan teknologi untuk melakukan transaksi-transaksi bisnis atau alur kerja (*workflow*);
2. Sebagai suatu pelayanan (*services*), *e-commerce* diartikan sebagai sarana yang memungkinkan perusahaan-perusahaan, konsumen-konsumen dan manajemen perusahaan untuk menurunkan biaya-biaya pelayanan;
3. Merupakan aktivitas pengiriman komunikasi dan informasi, produk-produk/jasa, atau pembayaran yang dilakukan melalui telepon, jaringan-jaringan komputer atau sarana-sarana elektronik lainnya;
4. Secara *online*, *e-commerce* diartikan sebagai sarana yang memungkinkan dilakukannya penjualan dan pembelian produk dan informasi melalui *internet* dan layanan-layanan *online* lainnya.

Faktor-faktor yang mendorong perkembangan yang sangat pesat dari *e-commerce* itu sendiri, antara lain:¹²⁸

1. *E-commerce* memiliki kelebihan untuk dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dan dengan setiap waktu pelanggan dapat mengakses seluruh informasi secara terus menerus;

¹²⁸ Didik M. Arief Elisatris Gultom, *Cyber Law "Aspek Hukum Teknologi Informasi"*, (Bandung: PT. Rafika Aditama 2005), 166. Baca juga Riyek Ustadiyanto, *Framework E-Commerce*, (Yogyakarta: Penerbit Andi 2001), 138.

2. *E-commerce* dapat membuat pihak penjual mendorong kreatifitas mereka secara *cepat* dan tepat, serta dapat menyampaikan pendistribusian informasi secara periodik;
3. *E-commerce* dapat menciptakan harga murah, informatif dan efisiensi yang tinggi;
4. *E-commerce* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan pelayanan yang cepat, mudah, aman dan akurat.

Baik yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam transaksi *e-commerce* terdapat beberapa pihak, sebagaimana dikatakan oleh Budhiyanto umumnya para pihak yang terlibat dalam transaksi *e-commerce* diantaranya:¹²⁹

1. Penjual (*merchant*), yaitu perusahaan/produsen yang mempromosikan atau menawarkan produknya melalui *internet*. Untuk menjadi seorang penjual, maka diharuskan untuk mendaftarkan diri sebagai *merchant account* pada sebuah bank. Tentunya ini dimaksudkan agar penjual dapat menerima pembayaran dari pembeli atau *customer* dalam bentuk *credit card*.
2. *Acquirer*, yaitu pihak perantara penagihan baik antara penjual dan penerbit dan perantara pembayaran baik antara pemegang maupun penerbit. Perantara penagihan adalah pihak yang meneruskan tagihan kepada penerbit berdasarkan tagihan yang masuk kepadanya yang

¹²⁹ Didik M. Arief Mansur & Elisatris Gultom, *Cyberlaw Aspek Hukum Teknologi Informasi*, 152.

diberikan oleh penjual barang/jasa. Pihak perantara penagihan inilah yang melakukan pembayaran kepada penjual. Pihak perantara pembayaran (antara pemegang dan penerbit) adalah dimana pembayaran kredit dilakukan oleh pemilik kartu 'credit/*card holder*, selanjutnya bank yang menerima pembayaran ini akan mengirimkan uang pembayaran tersebut kepada penerbit kartu kredit (*issuer*).

3. Konsumen (*card holder*), yaitu orang-orang yang ingin memperoleh produk baik barang maupun jasa melalui pembelian secara *online*. Konsumen yang akan berbelanja melalui *internet* dapat berstatus perorangan atau perusahaan. Apabila pembelian dilakukan secara perorangan, maka yang perlu diperhatikan dalam transaksi *e-commerce* adalah bagaimana sistem pembayarannya. Pembayaran bisa dimungkinkan pembayaran dilakukan secara cash (tunai) atau dapat juga dilakukan melalui penggunaan *credit card* (kartu kredit). Hal ini penting untuk diketahui terlebih dahulu, mengingat tidak semua konsumen yang akan berbelanja di internet adalah pemegang kartu kredit. Pemegang kartu kredit (*card holder*) adalah seseorang yang namanya tercantum atau tercetak pada kartu kredit yang dikeluarkan oleh bank penerbit berdasarkan perjanjian yang telah dibuat.
4. *Issuer*; perusahaan *credit card* yang menerbitkan kartu. Di Indonesia ada beberapa lembaga yang diijinkan untuk menerbitkan kartu 'credit, yaitu: a. Bank dan lembaga keuangan bukan bank. Tidak setiap bank dapat menerbitkan *credit card* hanya bank yang telah memperoleh ijin

dari *card international*, dapat menerbitkan *credit card*, seperti master dan *visa card*.

Berdasar sifat transaksinya *e-commerce* dibedakan ke dalam 6 kelompok berikut:¹³⁰

1. *Business to consumer* (B2C), ini merupakan transaksi yang bisa dibeli per satuan atau eceran dengan pembeli perorangan.
2. *Business to business* (B2B), *E-commerce* tipe ini meliputi transaksi antar organisasi yang dilakukan di *electronic market*. Kebanyakan *e-commerce* yang diterapkan saat ini merupakan B2B.
3. *Consumer to business* (C2B), termasuk ke dalam kategori ini adalah perseorangan yang menjual produk atau jasa layanan ke organisasi maupun perseorangan yang mencari pembeli, berinteraksi dengan mereka, dan menyepakati suatu transaksi.
4. *Consumer to consumer* (C2C), dalam kategori ini adalah seorang konsumen dapat menjual secara langsung barang maupun jasa ke konsumen lainnya.
5. *Nonbusiness e-commerce*, dewasa ini banyak lembaga nonbusiness dan lembaga pemerintahan yang menggunakan berbagai tipe *e-commerce* untuk mengurangi biaya atau untuk meningkatkan operasi dan layanan publik.

¹³⁰ Riyeke Ustadiyanto, *Framework E-Commerce*, (Yogyakarta: Penerbit Andi 2001), 138.

6. Intra-business (*Organizational*) *E-commerce*, yang termasuk dalam kategori ini adalah semua aktivitas dijalankan di internet dalam sebuah intern organisasi, yang melibatkan pertukaran barang maupun jasa atau informasi.

Disamping itu, terdapat penggolongan yang lebih spesifik menurut M. Suyanto; bahwa *Electric Commerce* berdasarkan pada sifat transaksinya dapat digolongkan cukup pada 3 bentuk berikut:¹³¹

1. *Business to business* (B2B)

Karakteristik dari B2B adalah pertama, *trading partners*-nya telah diketahui dan umumnya memiliki hubungan yang cukup lama serta informasi hanya dipertukarkan dengan partner tersebut. Karakteristik ini memungkinkan terjadinya hubungan yang harmonis dan saling percaya. Kedua, pertukaran data berlangsung berulang-ulang dan secara berkala.

2. *Business to Consumer* (B2C)

B2C mempunyai karakteristik, pertama terbuka untuk umum, dimana informasi disebarkan ke umum. Kedua, servis yang diberikan bersifat umum dimana mekanismenya dapat digunakan oleh khalayak ramai. Ketiga, pelayanan yang diberikan berdasarkan permohonan (*on demand*) maka produsen mempersiapkan responnya sesuai dengan permohonan tersebut. Keempat, pendekatan *client* atau server sering digunakan dimana diambil asumsi *client* (*consumer*) menggunakan

¹³¹ M. Suyatno, *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*, (Yogyakarta: ANDI, 2003), 49-43

sistem yang minimal (berbasis *Web*) dan *processing* (*business procedure*) diletakkan di sisi *server*.

3. *Consumer to Consumer* (B2C)

Dalam sistem consumer to consumer (C2C) adalah sistem *e-commerce* dimana terdapat konsumen yang menjual barang atau jasa langsung ke konsumen lain, dengan menggunakan bantuan pihak ketiga (perusahaan lelang *online*). Pihak ketiga menjadi perantara atau mediator antara konsumen yang ingin membeli dan menjual.

Transaksi elektronik atau *e-commerce* pada umumnya memiliki beberapa asas khusus, disamping karena transaksinya yang berada pada ruang yang berbeda juga karena posisi antara konsumen dan penjual berada pada tempat yang tidak dipertemukan secara tatap muka. Berikut ini asas yang dimaksud:¹³²

1. Asas otentitas: keberadaan asas ini digunakan untuk menjamin bahwa adanya pertukaran data antar para pihak dalam bentuk elektronik, benar-benar menunjukkan asal dari data elektronik tersebut.
2. Asas integritas: keberadaan asas ini menjelaskan dalam proses penyimpanan dan pengiriman data elektronik, isi dari data elektronik yang ada tidak mengalami perubahan substansial dan terjamin integritasnya.
3. Asas non repudasi: Keberadaan asas ini menjelaskan bahwa keberadaan suatu pesan atau data yang telah dikirimkan satu pihak pada pihak lainnya tidak dapat disangkal keberadaannya oleh pihak yang

¹³² Rieke, Ustadiyanto, *Framework E-Commerce*, (Jogyakarta: Andi, 2001), 145

mengirimkan pesan atau data tersebut pada pihak lain.

4. Asas rahasia: keberadaan asas ini menjelaskan bahwa kerahasiaan isi daripada suatu pesan atau data-data elektronik yang dikirim dari satu pihak ke pihak lain yang berwenang adalah dijamin kerahasiaannya, yang mana kerahasiaan ini biasanya dijamin dengan adanya teknologi penyandian informasi (*cryptography*)
5. Asas moral: asas ini berperan dalam keseluruhan proses pelaksanaan kontrak elektronik, dimana moralitas berkaitan dengan panggilan hati nurani dan perbuatan sukarela seseorang dalam kewajibannya untuk memenuhi isi suatu perjanjian.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, *e-commerce* paling tidak memiliki lima konsep dasar sebagai *leading proses* berdasarkan asas, tujuan atau manfaatnya begitu juga yang sesuai dengan mobilitas kebutuhan konsumen maupun pelaku usaha pada era digital ini, diantara ke lima konsep dasar tersebut sebagai berikut:¹³³

1. *Automation* yakni otomasi bisnis proses sebagai pengganti proses manual (*enterprise resource planning*).
2. *Streamllining/ integration* meupakan proses yang terintegrasi untuk mencapai hasil yang efisien dan efektif (*just in time*).
3. *Publishing* menyangkut kemudahan berkomunikasi dan berpromosi untuk produk dan jasa yang di perdagangkan (*electronic cataloging*).

¹³³ Sopiah Etta Mamang Sangadji, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: ANDI, 2013), hlm. 56

4. *Interaction* yaitu pertukaran informasi atau data antar pelaku bisnis dengan meminimalisasikan *human error (electronic data interchange)*.
5. *Transaction* yang meliputi kesepakatan dua pelaku bisnis untuk bertransaksi dengan melibatkan institusi lain sebagai fungsi pembayar (*electronic payment*).

Dijelaskan juga dalam buku Shidarta, bahwa prinsip kedudukan konsumen pada lingkup korelasinya dengan pelaku usaha berdasarkan doktrin atau teori yang dikenal dalam perkembangan sejarah hukum perlindungan konsumen diantaranya:¹³⁴

1. *Let the buyer beware (caveat emptor)*

Konsumen dan pelaku usaha merupakan para pihak yang mempunyai posisi seimbang, sehingga tidak perlu proteksi apapun kepada konsumen.

2. *The due Care Theory*

Kedudukan konsumen dan pelaku usaha dalam kehati-hatian lebih diperuntukkan kepada pengusaha. Misalnya pada saat melakukan penawaran barang dan jasanya; apabila konsumen dirugikan maka dengan buktikan kecerobohan pelaku usaha (Pasal 1865 BW), konsumen dapat menuntut.

¹³⁴ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2006), hlm. 61

3. *The Pivity of Contract*

Kewajiban yang harus ditunaikan oleh pelaku usaha salah-satunya ialah melindungi konsumen, akan tetapi hal itu baru dapat dilakukan manakala kedua belah pihak menjalin hubungan kontrak. Pelaku usaha tidak dapat disalahkan atas hal-hal diluar yang diperjanjikan.



BAB III
PENERAPAN DAN KENYATAAN PERLINDUNGAN HUKUM
KONSUMEN *E-COMMERCE* BELUM BERKEADILAN

A. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas–asas dan kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk konsumen antara penyedia dan penggunaannya dalam bermasyarakat.¹³⁵

Menurut Prof. Dr. Mochtar Kusumaatmadja, hukum konsumen adalah : keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk barang dan/atau jasa, antara penyedia dan penggunaannya, dalam kehidupan bermasyarakat. Sedangkan batasan berikutnya adalah batasan hukum perlindungan konsumen, sebagai bagian khusus dari hukum konsumen, dan dengan penggambaran masalah yang telah diberikan di muka, adalah “keseluruhan asas-asas dan kaidah–kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk konsumen antara penyedia dan penggunaannya, dalam kehidupan bermasyarakat”.

¹³⁵ Kurniawan, Hukum Perlindungan Konsumen: Problematika Kedudukan dan Kekuatan Putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), Universitas Brawijaya Press, 2011, hlm.42

Jadi pada umumnya, hukum umum yang berlaku dapat pula merupakan hukum konsumen, sedang bagian-bagian tertentu yang mengandung sifat-sifat membatasi, mengatur syarat-syarat tertentu perilaku kegiatan usaha dan atau melindungi kepentingan konsumen, merupakan hukum perlindungan konsumen. Kegiatan perlindungan konsumen, seperti halnya juga pengaturan perilaku persaingan tidak wajar, monopoli atau oligopoli dari pengusaha, diakui berfungsi sebagai dorongan efisiensi dalam kegiatan usaha dan kesejahteraan masyarakat. Karena itu seharusnya upaya perlindungan konsumen mendapat porsi yang seimbang dengan perlindungan pada pengusaha yang jujur dan beritikad baik serta pencegahan berbagai perilaku kegiatan usaha yang menimbulkan dampak negatif terhadap kesejahteraan masyarakat. Purba dalam menguraikan konsep hubungan pelaku usaha dan konsumen mengemukakan bahwa kunci pokok perlindungan hukum bagi konsumen adalah bahwa konsumen dan pelaku usaha saling membutuhkan. Produksi tidak ada artinya kalau tidak ada yang mengonsumsinya dan produk yang dikonsumsi secara aman dan memuaskan, pada gilirannya akan merupakan promosi gratis bagi pelaku usaha.¹³⁶

Upaya perlindungan konsumen di tanah air didasarkan pada sejumlah asas dan tujuan yang telah diyakini bisa memberikan arahan dalam implementasinya di tingkatan praktis. Dengan adanya asas dan tujuan yang jelas, hukum perlindungan konsumen memiliki dasar pijakan yang benar-benar kuat.

¹³⁶ Barkatullah Abdul Haim, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Transaksi ECommerce Lintas Negara di Indonesia*, FH UII Press, 2009, hlm. 27

Pada Pasal 2 ditentukan Perlindungan Konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu:¹³⁷

a. Asas manfaat

Asas ini dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.¹³⁸ Undang-undang perlindungan konsumen mengatur bahwa pelaku usaha harus memberikan informasi yang benar kepada konsumen perihal produk barang dan/atau jasa yang di promosikan, sehingga akan memberikan manfaat kepada keduanya yaitu konsumen dan pelaku usaha.

b. Asas keadilan

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

Undang-undang perlindungan konsumen mengatur bahwa konsumen dan pelaku usaha memiliki hak dan kewajibannya masing-masing yang dimana salah satunya beritikad baik, konsumen harus

¹³⁷ Sudaryatmo, Hukum dan Advokasi Konsumen, Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 1999, hlm. 165

¹³⁸ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Penjelasan Pasal 2, 19.

beritikad baik terhadap pelaku usaha begitu pun pelaku usaha harus beritikad baik kepada konsumen.

c. Asas keseimbangan

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

Penyelenggaraan perlindungan konsumen diharapkan dapat mengakomodir segala macam kepentingan-kepentingan baik konsumen, pelaku usaha dan pemerintah secara seimbang, baik dari aspek regulasi maupun norma-norma perlindungan konsumen.

d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan. Penyelenggaraan perlindungan konsumen diharapkan memperhatikan aspek-aspek keamanan dan keselamatan bagi konsumen. Dalam mewujudkan keamanan dan keselamatan konsumen atas barang dan/atau jasa diawali dengan membuat regulasi yang baik, standarisasi, serta optimalisasi lembaga-lembaga pengawasan.

e. Asas kepastian hukum

Asas ini dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan

perlindungan konsumen serta negara menjamin kepastian hukum. Pemberlakuan undang-undang perlindungan konsumen diharapkan dapat memberikan pedoman yang pasti terhadap penyelenggaraan melindungi konsumen di Indonesia. Semua pihak harus menjalankan hak dan kewajiban sesuai dengan apa yang telah ditentukan. Penegakan hukum terhadap pelanggaran penyelenggaraan perlindungan konsumen dilaksanakan sesuai dengan aturan yang telah ditentukan, dengan tetap memperhatikan keadilan dan kemanfaatan bagi para pihak termasuk konsumen.

Memerhatikan substansi Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen demikian pula penjelasannya, tampak bahwa perumusannya mengacu pada filosofi pembangunan nasional yaitu pembangunan manusia Indonesia seutuhnya yang berdasarkan falsafah Negara Republik Indonesia. Kelima asas yang disebutkan dalam Pasal tersebut bila diperhatikan substansinya, dapat dibagi menjadi 3 (tiga) asas, yaitu:¹³⁹

- a. Asas kemanfaatan yang di dalamnya meliputi asas keamanan dan keselamatan konsumen,
- b. Asas keadilan yang di dalamnya meliputi asas keseimbangan, dan
- c. Asas kepastian hukum.

¹³⁹Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2010), hlm. 26

Menurut Philipus M. Hadjon. Negara Indonesia sebagai Negara hukum berdasarkan Pancasila haruslah memberi perlindungan hukum terhadap warga masyarakatnya yang sesuai dengan Pancasila. Oleh karena itu perlindungan hukum berdasarkan Pancasila berarti pengakuan dan perlindungan terhadap harkat dan martabat manusia atas dasar nilai Ketuhanan Yang Maha Esa, kemanusiaan, persatuan, permusyawaratan serta keadilan sosial. Nilai-nilai tersebut melahirkan pengakuan dan perlindungan hak asasi manusia dalam wadah negara kesatuan yang menjunjung tinggi semangat kekeluargaan dalam mencapai kesejahteraan bersama. Philipus M. Hadjon mengemukakan, bahwa sarana perlindungan hukum ada dua macam yaitu :

1. Sarana Perlindungan Hukum Preventif

Dalam perlindungan hukum preventif ini subjek hukum diberikan kesempatan untuk mengajukan (inspraak) atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif. Tujuannya adalah mencegah terjadinya sengketa. Perlindungan hukum preventif memiliki peranan yang sangat besar bagi segala tindakan yang dilakukan oleh pemerintah yang didasarkan pada kebebasan bertindak karena dengan adanya perlindungan hukum yang preventif maka pemerintah akan bersikap lebih berhati-hati dalam mengambil suatu keputusan yang didasarkan pada diskresi. Di Indonesia belum ada pengaturan khusus mengenai perlindungan hukum preventif.

2. Sarana Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan hukum yang represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa. Di Indonesia yang termasuk katagori perlindungan hukum ini adalah penanganan perlindungan hukum oleh Pengadilan umum dan Pengadilan Administrasi. Prinsip perlindungan hukum terhadap tindakan pemerintah yang bertumpu dan bersumber dari adanya konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia karena berdasarkan sejarah dari barat, lahirnya konsep-konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia diarahkan kepada pembatasan-pembatasan dan peletakan kewajiban antara masyarakat dan pemerintah. Prinsip kedua yang mendasar perlindungan hukum terhadap tindak pemerintah 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. Kedua bentuk perlindungan hukum di atas bertumpu dan bersumber pada pengakuan dan perlindungan hak asasi manusia serta berlandaskan pada prinsip negara hukum.

Padanan kata perlindungan dalam bahasa Inggris adalah *protection*, yang berarti sebagai: (1) *protecting or being protected*; (2) *system protecting*; (3) *person or thing that protect*. Bentuk kata kerjanya, *protect* (vt), artinya: (1) *keep*

safe; (2) *guard*. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, perlindungan diartikan (1) tempat berlindung; (2) perbuatan atau hal dan sebagainya memperlindungi. Dari kedua definisi tersebut secara kebahasaan terdapat makna kemiripan unsur-unsur dari makna perlindungan, yaitu:

1. Unsur tindakan melindungi.
2. Unsur adanya pihak-pihak yang melindungi.
3. Unsur cara melindungi.

Berdasarkan unsur-unsur di atas, berarti kata perlindungan mengandung makna, yaitu suatu tindakan perlindungan atau tindakan melindungi dari pihak-pihak tertentu yang ditujukan untuk pihak tertentu dengan menggunakan cara-cara tertentu. Dalam kehidupan berbangsa dan bernegara perlindungan terhadap konsumen dapat dilakukan melalui berbagai bentuk di antaranya perlindungan ekonomi, sosial, politik dan perlindungan hukum. Bentuk-bentuk perlindungan terhadap konsumen tersebut yang terpenting adalah perlindungan yang diberikan oleh hukum, sebab hukum dapat mengakomodir berbagai kepentingan konsumen, selain itu hukum memiliki daya paksa sehingga bersifat permanen karena sifatnya yang konstitusional yang diakui dan ditaati keberlakuannya dalam kehidupan bermasyarakat. Perlindungan hukum dapat diartikan perlindungan oleh hukum atau perlindungan dengan menggunakan pranata dan

sarana hukum. Ada beberapa cara perlindungan secara hukum, antara lain sebagai berikut:¹⁴⁰

1. Membuat peraturan (*by giving regulation*), yang bertujuan untuk:
 - a. Memberikan hak dan kewajiban;
 - b. Menjamin hak-hak para subyek hukum
2. Menegakkan peraturan (*by the law enforcement*) melalui:
 - a. Hukum administrasi Negara yang berfungsi untuk mencegah (*preventif*) terjadinya pelanggaran hak-hak konsumen, dengan perijinan dan pengawasan.
 - b. Hukum pidana yang berfungsi untuk menanggulangi (*repressive*) setiap pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan, dengan cara mengenakan sanksi hukum berupa sanksi pidana dan hukuman;
 - c. Hukum perdata yang berfungsi untuk memulihkan hak (*curative, recovery*), dengan membayar kompensasi atau ganti kerugian.

Perlindungan konsumen merupakan tujuan dan sekaligus usaha yang akan dicapai atau keadaan yang akan diwujudkan. Oleh karena itu, tujuan perlindungan konsumen perlu dirancang dan dibangun secara berencana dan dipersiapkan sejak dini. Tujuan perlindungan konsumen meliputi atau mencakup aktivitas-aktivitas

¹⁴⁰ Wahyu Sasongko, *Ketentuan-Ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, (Lampung: Unila, 2007), hlm. 31

penciptaan dan penyelenggaraan perlindungan konsumen. Dalam Pasal 3 UUPK telah dijelaskan mengenai tujuan konsumen, yaitu:¹⁴¹

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Pasal 3 undang-undang perlindungan konsumen ini, merupakan isi pembangunan nasional sebagaimana disebutkan dalam pasal 2 sebelumnya, karena

¹⁴¹ Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

tujuan perlindungan konsumen yang ada itu merupakan sasaran akhir yang harus dicapai dalam pelaksanaan pembangunan di bidang hukum perlindungan konsumen.

Achmad Ali mengemukakan bahwa “masing-masing undang-undang memiliki tujuan khusus. “Hal itu tampak dalam pengaturan pasal 3 UUPK yang juga mengatur tujuan khusus perlindungan konsumen sekaligus membedakan tujuan umum. Rumusan tujuan perlindungan konsumen huruf a dan e mencerminkan tujuan hukum mendapatkan keadilan. Sedangkan rumusan huruf a, b, termasuk c dan d serta huruf f mencerminkan tujuan hukum memberikan kemanfaatan, dan tujuan hukum khusus yang diarahkan untuk tujuan kepastian hukum tercermin dalam rumusan huruf d.

Pengelompokan ini tidak berlaku mutlak, seperti yang dapat kita lihat dalam rumusan pada huruf a sampai dengan huruf f terdapat tujuan yang dapat dikualifikasi sebagai tujuan ganda. Kesulitan memenuhi ketiga tujuan hukum (umum) sekaligus sebagaimana dikemukakan sebelumnya, menjadikan sejumlah tujuan khusus dalam huruf a sampai dengan huruf f dari pasal 3 tersebut hanya dapat tercapai secara maksimal, apabila didukung oleh keseluruhan sub sistem perlindungan yang diatur dalam undang-undang ini, tanpa mengabaikan fasilitas penunjang dan kondisi masyarakat. Unsur masyarakat sebagaimana dikemukakan berhubungan dengan persoalan kesadaran hukum dan ketaatan hukum, yang seterusnya menentukan efektivitas Undang-Undang Perlindungan Konsumen, sebagaimana dikemukakan oleh Achmad Ali bahwa kesadaran hukum, ketaatan

hukum dan efektivitas perundang-undangan adalah tiga unsur yang saling berhubungan.¹⁴²

Agar tujuan hukum perlindungan konsumen ini dapat berjalan sebagaimana seperti yang telah dicita-citakan, hal ini harus diperkuat oleh kesatuan dari keseluruhan sub sistem yang terkandung dalam undang-undang perlindungan konsumen didukung oleh sarana dan fasilitas yang menunjang.

B. Bentuk Perdagangan secara Elektronik: *Business to Business* dan *Business to Consumer Transaction*, serta Keterbukaan Informasi

Dikemukakan juga oleh Faye Fangfei Wang bahwa baik B2B maupun B2C berbagi formalitas yang sama, meskipun transaksi perdagangan B2B internasional tunduk pada (menjadi subjek) peraturan perdagangan internasional dan bentuk lain dokumen-dokumen hukum seperti kontrak pengangkutan barang, daftar muatan barang (*bills of lading*) dan transaksi perdagangan B2C tunduk pada peraturan perlindungan konsumen pada tingkatan nasional atau regional. Dalam transaksi perdagangan elektronik B2C, pada umumnya konsumen membayar produk *online* menggunakan kartu kredit atau debit (*credit or debit cards*). Dalam transaksi perdagangan elektronik B2B, letter of credit (LC) elektronik (dikenal sebagai '*electronic documentary credit*') merupakan metode paling populer untuk membayar barang-barang terhadap *bills of lading*.¹⁴³

¹⁴² Achmad Ali, *Menjelajahi Kajian Empiris Terhadap Hukum*, (Jakarta: Yarsif Watampone, 1998) hlm. 191.

¹⁴³ *Ibid.*, Hal.15.

Praktik perdagangan secara elektronik di Indonesia juga terdapat pasar C2C (*Consumer-to-Consumer*). Dalam hal ini, pasar didominasi oleh pihak-pihak yang tidak dapat dikualifikasi sebagai “*business*” (perusahaan), namun penjual maupun pembeli hakikatnya sama-sama sebagai “*consumer*” (konsumen). Di Indonesia, model C2C ini seperti dilakukan oleh OLX.com atau Bukalapak, meskipun tidak jarang di antara penjual toko di kedua situs perdagangan secara elektronik tersebut ada yang dalam kategori “*business*”. Transaksi perdagangan secara elektronik yang dilakukan oleh konsumen sering kali sangat kecil nilainya, meliputi item-item seperti buku, musik, perangkat lunak dan barang-barang konsumsi lainnya, walaupun ini dapat mengubah pada masa mendatang ketika konsumen merasa percaya diri untuk membeli barang dengan nilai lebih tinggi, seperti mobil atau layanan finansial melalui internet. Mengingat situs toko *online* tidak selalu murni C2C, maka secara konseptual dalam literatur-literatur perdagangan secara elektronik atau *e-commerce* umumnya membedakan antara transaksi B2B dan B2C.

Uwe G. Seebacher berkolaborasi dengan Lukas B. Juszczuk mengemukakan bahwa perdagangan secara langsung (*direct commerce*) dalam aktivitas “traditional” *e-commerce* meliputi:¹⁴⁴

1. *Business-to-consumer* (B2C) (perusahaan pada konsumen);
2. *Business-to-business* (B2B) (perusahaan pada perusahaan);
3. *Business-to-government* (B2G) (perusahaan pada pemerintah);
4. *Business-to-associates* (B2A) (perusahaan pada asosiasinya); dan

¹⁴⁴ Uwe G. Seebacher, *Op.Cit*, Hal.22.

5. *Business-to-employees* (B2E) (perusahaan pada karyawannya).

Dengan demikian, fenomena perdagangan secara elektronik yang kita kenal saat ini, setidaknya B2C, baru sekitar 20 tahun yang lalu. Tokopedia sebagai toko *online* di Indonesia baru didirikan tahun 2009 oleh Willian Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison dan diluncurkan ke public pada 17 Agustus 2009. Pada tahun 2018, jumlah pengunjung atau pengguna Tokopedia mencapai 153,6 juta orang.¹⁴⁵ Di samping itu, ada toko *online* OLX, yang semula bernama tokobagus.com, yang situs-nya muncul pada tahun 2005. Logo OLX Indonesia baru dimulai sejak 20 Mei 2014.¹⁴⁶ Toko *online* lain di Indonesia yaitu Lazada, baru meluncurkan *website* Lazada.co.id pada bulan Maret 2012, yang mulai terbuka untuk umum tanggal 15 Maret 2012. Toko *online* ini didirikan oleh Rocket Internet yang bermarkas di Berlin, Jerman, yang membuka kantor di Jakarta. Lazada di samping di Indonesia juga ada di Philipina, Thailand, Malaysia, Vietnam.¹⁴⁷

Dalam rentang waktu yang relatif pendek perkembangan toko *online* di Indonesia khususnya telah mengubah perilaku perdagangan di Indonesia, khususnya antara perusahaan-ke-konsumen (B2C). Hal ini telah cukup melahirkan isu-isu perdagangan secara elektronik yang menantang ketentuan-ketentuan hukum kontrak berdasarkan KUHPerdara untuk mampu menjangkau. Pada perkembangannya menuntun lahirnya UU ITE pada tahun 2008, yang sebagiannya mengatur beberapa

¹⁴⁵ <http://startupbisnis.com/bagaimana-bukalapak-com-didirikan/>, diunduh pada tanggal 14/12/2019, pukul 23:49 wib.

¹⁴⁶ https://id.wikipedia.org/wiki/OLX_Indonesia, diunduh pada tanggal 14/12/2019, pukul 23:55 wib.

¹⁴⁷ <http://blog.lazada.co.id/mengulik-sejarah-jejak-perjalanan-lazada-Indonesia>, diunduh pada tanggal 15/12/2019, pukul 00:04 wib.

aspek perdagangan secara elektronik. B2C maupun C2C, konsumen atau pembeli sangat variatif pengetahuannya mengenai kontrak, mulai yang tidak paham sampai sangat paham. Berbeda halnya dengan B2B, yang sudah terbiasa melakukan jual-beli dalam skala besar di samping mereka masing-masing sebagai pelaku usaha yang setidak-tidaknya terbiasa dengan kontrak bisnis. Dalam B2C maupun C2C tidak jarang konsumennya masih belum dewasa, dan hal ini tidak dapat dideteksi oleh penjual yang bertransaksi dengannya.

Hukum perjanjian KUHPerdata dan ketentuan-ketentuan dalam UU ITE, dalam konteks transaksi elektronik tidak membedakan antara B2B, B2C, C2C, B2G, B2A, atau B2E. Padahal secara praktis, kelompok “*consumer*” (pelanggan atau konsumen) memiliki posisi paling rentan dalam transaksi elektronik, dibandingkan dengan kelompok “*business*” (perusahaan). Dengan mendasarkan pada teori keadilan dari John Rawls, konsumen itu yang niscaya dilindungi dari kesewenang-wenangan pelaku usaha yang memiliki posisi lebih kuat. Oleh karena itu, kebutuhan atas hukum yang menyeimbangkan kondisi ini menjadi keniscayaan. Keseimbangan dalam hal ini tentu berarti keadilan. Artinya, kepentingan konsumen tidak diabaikan atau dikorbankan dengan semata-mata berpihak pada kepentingan pelaku usaha.

Baik dalam B2B maupun B2C, sebelum dilakukan penutupan kontrak elektronik (*e-contract*), komunikasi secara elektronik merupakan keniscayaan untuk adanya negosiasi, penawaran, dan penerimaan. Komunikasi dalam hal ini hakikatnya adalah berbagi informasi dari perusahaan pada konsumen (pelanggan)

dan sebaliknya dari konsumen pada perusahaan. Isu mengenai keadilan muncul berhubungan dengan ada-tidaknya akses yang sama antara konsumen dan perusahaan pada sistem dalam proses komunikasi. Isu keadilan dalam berbagi informasi melalui tukar-menukar data elektronik (*EDI/electronic data interchange*) ini muncul di antaranya karena dokumen elektronik tidak selalu dapat diketahui telah benar-benar diterima oleh (sampai pada) pihak lain atau tidak.

Informasi harus dibuat secara jelas, mudah, dan secara permanen maupun komprehensif, serta harus tidak ambigu untuk diakses oleh konsumen. Pasal 10 (*Article 10*) ECD juga membebani tanggung gugat (*responsibility*) pada pedagang untuk mengadakan informasi yang esensial sehubungan dengan proses pelaksanaan kontrak elektronik kepada konsumen dalam cara yang jelas, komprehensif, dan tidak ambigu, sehingga memungkinkan konsumen memahami proses yang melibatkan penggunaan langkah-langkah teknologis untuk menutup kontrak. Setiap bagian informasi yang esensial mengenai proses pembelian *online* harus dipaparkan kepada konsumen sebelum pemesanan dilakukan.¹⁴⁸ Dibandingkan dengan Pasal (*Article*) 5 dan 10 ECD tersebut, UU ITE tidak mengatur seperti itu, sehingga secara normatif belum kuat untuk melindungi konsumen di Indonesia. Sebaliknya, UU ITE masih memiliki celah munculnya toko *online* yang berisiko terhadap konsumen.

¹⁴⁸ Sutatip Yuthayotin, 2015, *Access to Justice in Transnational B2C E-Commerce, A Multidimensional Analysis of Consumer Protection Mechanisms*, New York, Dordrecht, London: Springer International Publishing Switzerland, Hal.133-134.

C. Pengaturan Perundang-undangan Perlindungan Konsumen (*E-commerce*)

dalam Konteks Validitas Kontrak Elektronik

1. UU ITE

Istilah “kontrak elektronik” hanya dipergunakan dalam dua Pasal, yaitu Pasal 1 angka 17 UU ITE mengenai pengertian dan Pasal 18 ayat (1) UU ITE mengenai sifatnya yang mengikat para pihak dalam transaksi elektronik.

Pasal 1 angka 17 UU ITE:

Kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui Sistem Elektronik.

Pasal 18 UU ITE:

- (1) Transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam Kontrak Elektronik mengikat para pihak.

Berdasarkan ketentuan tersebut dapat dikatakan UU ITE tidak mengatur apapun mengenai kontrak elektronik, terlebih perjanjian transaksi elektronik yang adil. UU ITE justru lebih banyak mengatur “hal-hal yang berhubungan dengan kontrak elektronik”. Hal ini dapat saja dipahami bahwa kontrak elektronik menyandarkan pada asas dan norma-norma yang terkandung dalam ketentuan-ketentuan mengenai perjanjian transaksi konvensional sebagaimana diatur dalam KUHPerdara.

Pembedaan tersebut menunjukkan bahwa definisi sebagaimana diatur dalam Pasal 1 angka 17 UU ITE masih membutuhkan interpretasi ketika dihadapkan pada fakta-fakta komunikasi elektronik. Demikian pula asas maupun

normanya membutuhkan pengembangan yang meliputi hal-hal spesifik dalam perjanjian transaksi elektronik.

UU ITE mendefinisikan kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik. (Pasal 1 angka 17). Secara praktik, ketentuan tersebut harus dipahami bahwa kontrak elektronik itu tidak lagi menyandarkan pada komunikasi berdasar kertas (*paper-based communication*), namun bergeser pada komunikasi elektronik (*electronic communication*).

Secara umum, terdapat 2 (dua) cara utama kontrak dagang (*commercial contracts*) dapat dibuat secara elektronik. **Pertama**, metode paling umum dan populer, yakni melalui pertukaran surat elektronik (*e-mail*). *E-mail* dapat digunakan untuk membuat suatu penawaran (*an offer*) dan mengomunikasikan penerimaan (*an acceptance*) atas penawaran itu. *e-mail* yang mengandung penawaran atau penerimaan dapat dikirim melalui kotak-pengiriman (*outbox*) orang yang melakukan penawaran (*offeror*) atau orang yang menerima penawaran (*offeree*); digital setara dengan kotak pos, untuk *server*, pemberi layanan internet (*Internet Service Provider/ISP*) dan kemudian diteruskan ke kotak-masuk/kotak surat (*inbox/mailbox*) orang yang diberi penawaran.

Kedua, menggunakan jaringan internet yang dikenal sebagai perjanjian *webwrap* atau *clickwrap* (*webwrap or clickwrap agreement*).¹⁴⁹ Secara normal,

¹⁴⁹ “*Webwrap agreement*” adalah perjanjian untuk mematuhi ketentuan perjanjian lisensi, ditandai dengan mengunduh (*download*) perangkat lunak (*software*) data, atau isi yang diberlakukan perjanjian lisensi itu. (IT Law Wiki, “Web-wrap agreement”, http://itlaw.wikia.com/wiki/Web-wrap_agreement, diunduh pada tanggal 12 Mei 2019, pkl.00.00 wib.) Adapun “*A clickwrap agreement*” (juga dikenal dengan “*clickthrough*” *agreement*, atau “*clickwrap license*”) merupakan suatu tipe umum perjanjian yang

vendor (penjaja/pelapak/orang yang menawarkan sesuatu untuk dijual) memberi tampilan produk pada situs (*website*) dan menunjukkan harga produk-produk tersebut. Seorang konsumen dapat melakukan *scroll* (“mendaftar”) dengan jalan melihat situs (*website previewing*) produk-produk atau barang-barang pada penawaran, melakukan klik pada barang untuk informasi lebih jauh, dan apabila tertarik untuk membeli, dapat melakukan pemesanan dengan mengisi formulir pemesanan dan meng-klik “Kirim” (“*Submit*”), “Saya menerima” (“*I Accept*”) atau sesuatu yang mirip. Membentuk perjanjian *webwrap* seperti mengambil barang di kasir sebuah toko, kecuali kasir sebagai agen elektronik, menggantikan seseorang. Kontrak atau perjanjian ditampilkan pada situs yang mensyaratkan pengguna melakukan klik pada tombol untuk menunjukkan penerimaan yang pada umumnya tidak dapat dinegosiasikan. Dalam teori, mereka harus menawarkan kepada pembeli kesempatan untuk membaca, melihat, dan mengunduh secara keseluruhan sebelum diterima.¹⁵⁰

Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 yakni tentang perubahan atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik/ UU ITE mengatur beberapa ketentuan yang merupakan bentuk

sering digunakan dalam hubungan dengan lisensi perangkat lunak (*software licenses*). Bentuk perjanjian ini kebanyakan ditemukan pada internet, sebagai bagian dari proses instalasi berbagai paket perangkat lunak, atau dalam keadaan lain dimana perjanjian dibentuk dengan menggunakan media elektronik. (Wikipedia, “Click wrap”, https://en.m.wikipedia.org/wiki/Click_wrap, diunduh pada tanggal 12 Mei 2019, pkl.01:02 wib.)

¹⁵⁰ Faye Fangfei Wang, Op. Cit., Hal.36-37.

perlindungan hukum kepada konsumen pengguna transaksi *E-commerce*. Bentuk perlindungan hukum tersebut adalah sebagai berikut :¹⁵¹

a. Pasal 2 UUIITE

Undang-undang ini berlaku untuk setiap orang yang melakukan perbuatan hukum sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini, baik yang berada di wilayah hukum Indonesia maupun di luar wilayah hukum Indonesia yang memiliki akibat hukum di Indonesia atau di luar wilayah hukum Indonesia yang merugikan kepentingan Indonesia.

b. Pasal 9 UU ITE

Dalam pasal ini pelaku usaha yang menawarkan produk melalui system elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen dan produk yang ditawarkan dan yang dimaksud dengan informasi yang lengkap dan benar adalah :

1. Informasi yang memuat identitas serta status subjek hukum dan kompetensinya baik sebagai produsen, pemasok, penyelenggara ataupun perantara.
2. Informasi lain yang menjelaskan hal tertentu yang menjadi syarat sahnya perjanjian serta menjelaskan barang dan atau jasa dalam yang ditawarkan seperti nama, alamat dan deskripsi barang/jasa.

Bentuk Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam UU-ITE yaitu Pasal 2 UUIITE Undang-undang ini berlaku untuk setiap orang yang melakukan

¹⁵¹ Undang-Undang No 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

perbuatan hukum sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini, baik yang berada di wilayah hukum Indonesia maupun di luar wilayah hukum Indonesia yang memiliki akibat hukum di Indonesia atau di luar wilayah hukum Indonesia yang merugikan kepentingan Indonesia; UU ITE sebenarnya tidak mengatur secara lengkap mengenai kontrak elektronik (*electronic contract*).

UU ITE melalui Pasal 9 tersebut hanya menjelaskan mengenai “informasi yang lengkap dan benar” di antaranya mengenai syarat kontrak, namun syarat kontrak itu sendiri tidak diatur. Padahal bobot keadilan bukan hanya pada membagi informasinya, namun substansi dari ihwal yang diinformasikan itu, seperti syarat perjanjian kontrak dan perjanjian kontrak itu sendiri.

Minimnya pengaturan mengenai syarat kontrak dan kontrak elektronik tersebut sebenarnya dapat dipahami sehubungan dengan asas kebebasan berkontrak. Meskipun demikian, dari sisi konsumen, hal itu memiliki arti penting. Kepentingannya terletak pada perlindungan hak konsumen (*consumer rights*) dalam kontrak perdagangan secara elektronik. Persoalannya, Pasal 9 UU ITE tersebut tidak meliputi keseluruhan kondisi perdagangan secara elektronik, yaitu syarat kontrak tidak selalu dibuat oleh pelaku usaha, dalam arti penjual. Dalam format atau jenis toko *online* tertentu pelaku usaha sekadar pengguna sistem elektronik perdagangan, sama halnya dengan pembeli. Syarat kontrak sudah ditentukan oleh toko *online* yang tidak selalu menjadi penjual, tetapi hanya fasilitasi. UU ITE menyebut toko *online* seperti itu sebagai

“penyelenggara agen elektronik.”¹⁵² Sebagaimana diatur Pasal 21 UU ITE. Oleh karena itu, keadilan dalam hubungan dengan kontrak sangat bergantung pada syarat kontrak yang ditentukan oleh pengelola toko *online*, yang bisa hanya fasilitasi (karena sebagai penyelenggara sistem elektronik belaka) atau bisa juga menjadi penjual di samping melakukan fasilitasi itu.

2. UU Perdagangan

Undang-Undang perdagangan ini merupakan manifestasi dari keinginan untuk memajukan sektor perdagangan yang dituangkan dalam kebijakan perdagangan dengan mengedepankan kepentingan nasional. Hal ini sangat jelas dalam Pasal 2 huruf (a) UU Perdagangan tersebut yang menyatakan bahwa:

“Kebijakan perdagangan disusun berdasarkan asas kepentingan nasional”. Kepentingan nasional tersebut antara lain meliputi: mendorong pertumbuhan ekonomi, mendorong daya saing perdagangan, melindungi produksi dalam negeri, memperluas pasar tenaga kerja, perlindungan konsumen, menjamin kelancaran/ketersediaan barang dan jasa, penguatan UMKM dan lain sebagainya.¹⁵³

Secara sistematis lingkup pengaturan mengenai perdagangan yang diatur didalam UU perdagangan ini meliputi, Perdagangan dalam negeri, perdagangan luar negeri, perdagangan perbatasan, standarisasi, perdagangan melalui sistem

¹⁵² [Penyelenggara] agen elektronik adalah orang yang menyelenggarakan/mengelola perangkat dari suatu Sistem Elektronik yang dibuat untuk melakukan suatu tindakan terhadap suatu Informasi Elektronik tertentu secara otomatis. (Pasal 1 angka 8 UU ITE)

¹⁵³ Az. Nasution, “Revolusi Teknologi Dalam Transaksi Bisnis Melalui Internet”, (Jurnal Keadilan Volume I No.3 September 2001), hlm. 187

elektronik, perlindungan dan pengamanan perdagangan, pemberdayaan koperasi dan usaha mikro kecil menengah, pengembangan ekspor, kerjasama perdagangan internasional, sistem informasi perdagangan, tugas dan wewenang pemerintah dibidang perdagangan, komite perdagangan nasional, pengawasan dan penyidikan. Terkait dengan *e-commerce*, dalam UU Perdagangan juga telah mengatur mengenai perdagangan melalui sistem elektronik atau *e-commerce*, yang diatur dalam pasal 65 dan 66. Pemberlakuan aturan *e-commerce* yang tercantum di dalam UU Perdagangan ini berlaku untuk skala internasional.

Maksudnya adalah seluruh transaksi elektronik yang dilakukan pelaku usaha dalam negeri dan luar negeri, yang menjadikan Indonesia sebagai pasar wajib mematuhi aturan *e-commerce* yang ada di dalam UU Perdagangan dan peraturan pelaksanaannya.¹⁵⁴ Dalam UU Perdagangan ini, Pemerintah mengatur bagaimana transaksi elektronik dan bisnis *online* dapat dipertanggungjawabkan oleh pelaku bisnis dan dapat memberikan perlindungan terhadap konsumen meskipun oleh banyak peneliti dikatakan bahwa UU Perdagangan belum mengatur secara tegas tentang transaksi konsumen *e-commerce*.

Tujuan dari pengaturan *e-commerce* dalam UU Perdagangan adalah untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dan juga bagi para pelaku usaha. Dalam pasal 65 UU Perdagangan ini mewajibkan pelaku usaha *ecommerce* untuk menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar sehingga akan memudahkan untuk menelusuri legalitasnya. Hal ini sangat

¹⁵⁴ Az. Nasution, "Revolusi Teknologi Dalam Transaksi Bisnis Melalui Internet", (Jurnal Keadilan Volume I No.3 September 2001), hlm. 188

baik dalam segi perlindungan konsumen namun, implementasi dari ketentuan ini akan sulit terwujud jika aturan pelaksanaannya tidak segera diterbitkan oleh pemerintah, karena *e-commerce* itu sendiri sangat kompleks dan terjadi di lintas negara.

Saat ini, Kementerian Perdagangan (Kemendag) bersama stakeholder terkait sedang menyusun peraturan pelaksana berupa Rancangan Peraturan Pemerintah yang relevan terkait dengan perdagangan *e-commerce* sebagai implementasi dari amanat pasal 66 UU Perdagangan. Hal ini merupakan awal yang baik karena akhirnya Indonesia memiliki dasar hukum untuk melakukan pengelolaan perdagangan transaksi elektronik. Pengaturan *e-commerce* ini tentunya dapat memberikan kejelasan bagi pelaku usaha *e-commerce* dan konsumen masyarakat yang sering melakukan kegiatan bisnis berbasis internet. Sebagaimana dijelaskan sebelumnya pangsa pasar *e-commerce* Indonesia merupakan tertinggi di ASEAN dan diperkirakan akan tumbuh sekitar US\$ 25 30 miliar.¹⁵⁵

Undang-undang Perdagangan mencoba untuk merumuskan sebuah kebijakan untuk mengatur perdagangan, baik itu perdagangan dalam negeri maupun luar negeri melalui sebuah kebijakan dan pengendalian. Kebijakan dan pengendalian yang dimaksud adalah terkait dengan:

- a) Peningkatan efisiensi dan efektivitas Distribusi;
- b) Peningkatan iklim usaha dan kepastian berusaha;

¹⁵⁵ A.T.Kearney, "Lifting The Barriers of E-commerce in ASEAN", (CIMB ASEAN Research Institute, 2015), hlm. 5.

- c) Pengintegrasian dan perluasan pasar dalam negeri;
- d) Peningkatan akses Pasar bagi Produk Dalam Negeri; dan
- e) Perlindungan konsumen

Aspek perlindungan konsumen dalam UU perdagangan juga dapat dilihat dari adanya aturan terkait standarisasi dan label. Hal ini akan sangat mendukung praktek perlindungan bagi konsumen. Adanya aturan standarisasi sebuah produk menjadikan suatu produk yang akan dijual ke konsumen memiliki kualitas yang sudah terstandar dan diakui oleh pemerintah, sehingga akan mengurangi resiko dari segi keamanan dan keselamatan konsumen. Terkait dengan label, hal ini juga salah satu aspek perlindungan konsumen dalam UU Perdagangan, karena dalam ketentuannya semua barang / jasa yang masuk ke Indonesia harus menggunakan label bahasa Indonesia.

3. UU Perlindungan Konsumen

Dalam konteks undang-undang perlindungan konsumen Indonesia saat ini (Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen), hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha telah diatur secara jelas dan tegas. Pasal 4 dan Pasal 5 UU Perlindungan Konsumen mengatur tentang hak dan kewajiban konsumen, sedangkan Pasal 6 dan Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen mengatur tentang hak dan kewajiban pelaku niaga. Dalam klausul tersebut diatur proporsi atau status konsumen atau pelaku usaha dalam mekanisme transaksi niaga atau perdagangan.

Dalam transaksi *e-commerce*, aspek hukum perlindungan konsumen yang terkait langsung dengan konsumen adalah aspek hukum terkait perilaku yang dilarang pelaku komersial dan tanggung jawab pelaku komersial. Pasal 8 hingga 17 UU Perlindungan Konsumen mengatur tentang perilaku terlarang pelaku komersial. Jika terbukti barang dan / atau jasa yang diperdagangkan melalui *e-commerce* melanggar ketentuan, maka aspek ini bisa diberlakukan. Selain itu, terkait dengan hal tersebut dilarang adanya iklan yang menyesatkan dan menipu, seolah-olah barang dan / atau jasa yang disediakan dalam keadaan baik, padahal sebenarnya tidak.¹⁵⁶

Aspek hukum perlindungan konsumen di atas akan berlaku apabila di antara pelaku usaha dan konsumen berada dalam satu wilayah yurisdiksi yang sama yaitu yurisdiksi Indonesia. Masalah akan timbul apabila antara pelaku usaha dan konsumen memiliki yurisdiksi yang berbeda. Untuk pelaku usaha yang berada di luar wilayah Indonesia, sebenarnya tergantung kepada perjanjian antara para pihak yang telah disepakati sebelumnya. Biasanya dalam kontrak akan dimuat klausula *choice a law* (pilihan hukum), namun dari beberapa yang ada dilapangan, seperti halnya amazon.com, dalam klausula *condition of use* yang diterbitkannya, amazon.com menegaskan bahwa untuk setiap transaksi yang dijalankannya berlaku *The Law of State of Washington* sebagai pilihan hukumnya. UU Perlindungan Konsumen belum secara jauh mengatur tentang hal tersebut, dan apabila suatu ketika terjadi suatu sengketa maka instrumen

¹⁵⁶ Az. Nasution, “Revolusi Teknologi Dalam Transaksi Bisnis Melalui Internet”, (Jurnal Keadilan Volume I No.3 September 2001), hlm. 29.

hukum yang tepat digunakan adalah menggunakan hukum perdata internasional, seperti perjanjian dan yurisprudensi.¹⁵⁷

Prinsip utama transaksi secara *online* di Indonesia masih lebih mengedepankan aspek kepercayaan atau “*trust*” terhadap penjual maupun pembeli. Prinsip keamanan infrastruktur transaksi secara *online* seperti jaminan atas kebenaran identitas penjual/pembeli, jaminan keamanan jalur pembayaran (*payment gateway*), jaminan keamanan dan keandalan website *e-commerce* belum menjadi perhatian utama bagi penjual maupun pembeli, terlebih pada transaksi berskala kecil sampai medium dengan nilai nominal transaksi yang tidak terlalu besar (misalnya transaksi jual beli melalui jejaring sosial, komunitas *online*, toko *online*, maupun blog). Adanya payung hukum yang jelas terkait perlindungan konsumen dan kesadaran masyarakat terhadap product awarness diharapkan dapat mengurangi atau meminimalisir resiko terjadinya praktek perdagangan yang curang yang dapat melindungi konsumen, terutama konsumen *e-commerce*.

D. Hubungan dengan Saat Kontrak Elektronik Ditutup

Persoalan yang sangat mungkin terjadi adalah saat kontrak dibuat (ditutup); dalam transaksi elektronik hal tersebut bukan persoalan sederhana sebagaimana kontrak secara tradisional atau konvensional yang selama ini lebih mendominasi di lingkungan transaksi masyarakat. Merupakan suatu keniscayaan

¹⁵⁷ Az. Nasution, “*Revolusi Teknologi Dalam Transaksi Bisnis Melalui Internet*”, (Jurnal Keadilan Volume I No.3 September 2001), 14

dalam pengujian waktu pengiriman dan penerimaan komunikasi secara elektronik dan aturan-aturan yang berhubungan dengan penawaran serta penerimaan, maupun kesalahan dalam komunikasi dunia elektronik.¹⁵⁸

Setelah kesepakatan dicapai atau terjadi pertemuan kehendak di antara para pihak yang terlibat dalam transaksi elektronik, baru dibuatlah kontrak yang bersifat formal. Menurut Edmon Makarim, hampir sama dengan kontrak jual beli pada umumnya, kontrak jual beli *online* juga terdiri dari penawaran dan penerimaan. Suatu kesepakatan selalu diawali dengan adanya penawaran oleh salah satu pihak dan penerimaan oleh pihak lain.¹⁵⁹

Ketika suatu penawaran diterima, maka diambil suatu langkah yang tidak dapat dibatalkan, dan para pihak secara kontraktual terikat. Hal ini berbeda dengan tahap negosiasi yang dilakukan sebelumnya, yang memungkinkan tiap-tiap pihak dapat menarik diri dari negosiasi tanpa konsekuensi hukum.¹⁶⁰ Hal tersebut kemudian berarti baik pihak yang menawarkan (*offeror*) dan yang menerima telah membuat komitmen, penerimaan pertimbangan-pertimbangan yang jelas, di samping penawaran juga disebabkan apabila pihak lain menerima, maka hal itu akan menjadikan kontrak mengikat. Penerimaan niscaya selalu menjadi tindakan final. Apabila masih ada lagi yang perlu dilakukan, berarti belum ada penerimaan.¹⁶¹ Di Indonesia, pernah terdapat toko *online* yang

¹⁵⁸ Faye Fangfei Wang, Op. Cit., Hal.44.

¹⁵⁹ Abdul Halim Barkatullah, 2009, *Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Lintas Negara di Indonesia*, Yogyakarta: FH UII Press, Hal.48.

¹⁶⁰ Paul Todd, 2005, Op. Cit., Hal.169

¹⁶¹ Paul Todd, 2005, Op. Cit., Hal.169

menghindarkan diri sebagai “*offeror*” (pihak yang menawarkan), sehingga penawaran dilakukan oleh calon pembeli. Lebih dari itu, kontrak baru dianggap ada atau ditutup setelah penjual mengirim produk ke alamat pembeli. Klausula ini bertentangan dengan ajaran kontrak elektronik sebagaimana dikemukakan di atas. Model “persyaratan dan ketentuan” seperti ini memperlihatkan ketidakadilan dalam penutupan kontrak. Pembentukan Kontrak:

- a) Informasi yang ditetapkan dalam Syarat dan Ketentuan dan rincian yang terdapat di Situs ini bukan merupakan suatu penawaran untuk dijual melainkan undangan untuk melindungi. Tidak ada kontrak sehubungan dengan Produk akan ada di antara Anda dan kami sampai kami telah mengirim Produk ke alamat Anda.
- b) Untuk melakukan Pemesanan, Anda akan diminta untuk mengikuti proses belanja *online* di Situs. Setelah ini, Anda akan menerima Konfirmasi Pesanan yang akan bertindak sebagai pengakuan Pesanan Anda.
- c) Sebuah Pemesanan hanya dianggap diterima oleh kami setelah Pesanan Anda dikirim ke alamat pengiriman yang disediakan oleh Anda.
- d) Kontrak akan berhubungan hanya kepada Produk yang kami kirimkan kepada Anda. Jika Pesanan Anda terdiri lebih dari satu produk, Produk dapat dikirim kepada Anda dalam paket terpisah pada waktu terpisah.

Ketiadaan aturan dalam UU ITE mengakibatkan lubang ketidakadilan, yang berakibat ketidakseimbangan jaminan perlindungan hukum antara pembeli dan toko *online* atau pelaku usaha. Kondisi ini tentu potensial merugikan konsumen, sehingga perubahan terhadap UU ITE diperlukan untuk memberikan jaminan keadilan yang bersifat legal maupun kemaslahatan.

E. Penerapan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi *E-commerce* Belum Berkeadilan

Transformasi zaman kini telah menjadi paradigma baru. Hal ini ditandai dengan maraknya dunia internet sebagai media komunikasi yang canggih. Kenyataan mengenai pertumbuhan pengguna internet kini semakin pesat dan menjadi salah satu media yang dianggap paling efektif bagi individual maupun perusahaan untuk memperkenalkan, membranding, menjual barang maupun jasa kepada konsumen di seluruh penjuru dunia berbasis media *massa/internet*.

Tentunya dalam hal ini membawa peradaban baru dalam aspek perekonomian yang biasa disebut dengan istilah *digital economic*. Dilansir dari Kompas, pengguna internet di Indonesia pada awal 2021 ini mencapai 202,6 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 15,5 persen atau 27 juta jiwa jika dibandingkan pada Januari 2020 lalu. Maraknya pengguna internet menjadi peluang yang besar dari semula perdagangan berbasis *face to face* kini telah beralih berbasis virtual atau tidak langsung.

Adanya *e-commerce* menjadi solusi terbaik ditengah masa pandemi, menghadapi kemacetan yang sifatnya mudah dan cepat. Namun pergolakan mengenai perdagangan terhadap kepercayaan perdagangan *online*. Tidak menutup kemungkinan akan terjadi berbagai pelanggaran hukum seperti penipuan yang mengakibatkan kerugian.

Perlu diketahui dalam dunia *e-commerce* terdapat tiga elemen yakni pelaku usaha, penjual barang atau pemilik toko *online* dan jasa atau *e-vendor*. Konsumen merupakan pembeli barang atau jasa yang dijual oleh pelaku usaha guna untuk memenuhi kebutuhannya, sehingga kedua belah pihak mutualisme yakni memperoleh manfaat atau keuntungan melalui media penghubung yakni berupa teknologi seperti internet. Perbuatan ini merupakan tindakan melanggar hukum yang terjadi dalam transaksi jual-beli. Hal ini dalam penyelesaiannya dapat diselesaikan secara hukum, sehingga meminimalisir adanya kekosongan hukum dan kepastian hukum transaksi dapat terjamin. Kejahatan tersebut dikategorikan sebagai *cyber crime* yang mana dalam kejahatan bisnis disebut *Cyber Fraud*, yakni tindakan penipuan melalui internet.

Perdagangan bebas tak dapat dibendung lagi, melalui *e-commerce* sekat legal formal tak dapat dibatasi, masyarakat bisa mengakses hingga keluar negeri. Jaminan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* yang mana karakteristik khas *e-commerce* meletakkan posisi konsumen pada posisi yang lemah dan dirugikan. Bukti-bukti pelaku usaha *e-commerce* tidak mencantumkan alamat secara jelas domisili pelaku usaha/perusahaan.

Dalam hal ini konsumen *e-commerce* kurang mendapatkan kepastian dan jaminan. dengan begitu, pihak konsumen kini berada pada karakteristik tidak adil. Dibandingkan dengan posisi pelaku usaha karena pelaku usaha berada pada luar jangkauan yuridiksi negara yang dapat mengakibatkan praktik pemasaran yang dilakukan tidak fair, produk yang tidak aman, iklan produk yang menyesatkan, serta metode pembayaran yang tidak aman dan hilangnya identitas pribadi (misalkan dalam pelaku usaha dapat menyalahgunakan identitas dan nomor kartu kredit konsumen tanpa ijin konsumen sehingga menimbulkan persoalan pelanggaran privasi).¹⁶²

Banyaknya kriminalitas yang dilakukan dalam transaksi online melalui internet, maka dengan begitu perlindungan hukum terhadap konsumen di Indonesia mutlak diperlukan dalam melakukan transaksi *e-commerce*. Namun hingga kini tidak ada hukum yang mengatur secara tegas mengenai *e-commerce*. Sehingga hal ini menjadi kekosongan hukum pada undang-undang perlindungan konsumen terhadap perlindungan *e-commerce*.

Aktivitas Informasi dan Transaksi Elektronik di Indonesia telah diundangkan berdasarkan UU no. 11 tahun 2008 mengenai Informasi dan Teknologi dan Peraturan Pemerintah RI No. 82 tahun 2012 tentang penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik. Dalam hal ini pengaturan hanya sebatas lingkup ITE. Produk hukum dalam perlindungan Konsumen masih belum diatur secara tegas.

¹⁶² Liyani Dewi Sanyoto, Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Pemakai Jasa Elektronik Dalam Transaksi E-Commerce, Jurnal Spektrum Hukum, Vol. 14/No. 1/April 2017, hlm. 2

Pada pelaku usaha yang menjalankan usahanya melalui sarana *online* memiliki kewajiban penyelenggara sistem elektronik yakni bertanggung jawab mengenai resiko yang berkaitan dengan kerugian yang diterima oleh konsumen sebagaimana telah tercantum pada pasal 26 PP No. 82 Th 2012. Pelaku usaha juga memiliki kewajiban berlandaskan pasal 49 PP No. 82 Th. 2012 yang diberikan waktu untuk pengembalian barang.¹⁶³

Permasalahan mengenai *e-commerce* di Indonesia bermunculan dengan seiring berkembangnya bisnis *e-commerce*. Dalam transaksi *e-commerce* memiliki perbedaan. Adapun yang terlibat dalam *e-commerce* menurut Turban, E dan King D, yakni *customer*, penjual, produk, infrastruktur, *front end*, *back end*, *intermediary*, dan *suport services*.¹⁶⁴ Pada persoalan ini perlu diulas mengenai transaksi atau metode pembayaran *e-commerce*. Karena tidak bertemunya penjual dengan pembeli secara *face to face*. Apabila suatu pelaku *e-commerce* tidak menjamin keamanan dalam bertransaksi maka cenderung terjadi penipuan dan pemalsuan kartu kredit. Persoalan jual beli yang menjadi prioritas utama dalam perdagangan ialah kepercayaan dan kepuasan konsumen menjadi prioritas utama. Dalam hal ini UUPK mendefinisikan konsumen sebagai pemakai barang dan/jasa yang telah tersedia dalam masyarakat, baik sebagai kepentingan diri sendiri, maupun orang lain dan tidak dapat

¹⁶³ Ni Putu Ria Dewi Marheni, Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Berkaitn Dengan Pencantuman Disclaimer Oleh Pelaku Usaha Dalam Situs Internet (Website), hlm. 5

¹⁶⁴ Ni Putu Ria Dewi Marheni, Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Berkaitn Dengan Pencantuman Disclaimer Oleh Pelaku Usaha Dalam Situs Internet (Website), 5

dikomersialisasikan.¹⁶⁵ Dalam pendefinisian tersebut sesuai dengan pengertian bahwasanya konsumen merupakan pengguna terakhir atau *end user*.

Berdasarkan pasal 1 ayat 1 definisi perlindungan konsumen ialah upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada pembeli atau konsumen. Dalam hal ini perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan serta jaminan dalam kepastian hukum. Definisi menurut Janus Sidabalok hukum dari perlindungan konsumen ialah hukum yang mengatur tentang upaya-upaya guna untuk menjamin terwujudnya perlindungan hukum terhadap kepentingan konsumen.¹⁶⁶

Hukum perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia ialah dasar hukum yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Dengan adanya undang-undang mengenai perlindungan konsumen apabila terjadinya sengketa antar konsumen dan pelaku usaha maka dapat dilakukan melalui pembuktian terbalik. Apabila terdapat konsumen yang merasa jika haknya dilanggar maka dapat mengadukan dan memproses perkaranya secara hukum di BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen).

Hal yang menjadi faktor kelemahan konsumen ialah kurangnya kesadaran dari konsumen, ditandai dengan kurangnya edukasi mengenai konsumen. Maka dari itu, Undang-undang perlindungan konsumen menjadi

¹⁶⁵ Ketentuan Umum Pasal 1 Ayat 2 Undang-undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

¹⁶⁶ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2004), hlm.1

landasan utama dan menjadi landasan yang kuat bagi pemerintah maupun lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat. Tujuan adanya LPKSM (Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat) yakni sebagai upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan bagi konsumen. Berdasarkan undang-undang perlindungan konsumen (UUPK), para pelaku usaha berhak untuk menerima pembayaran sesuai dengan kesepakatan terkait dengan kondisi maupun nilai tukar barang dan jasa yang diperjual belikan.¹⁶⁷

Mengingat adanya kelemahan yang dimiliki oleh konsumen maka hal ini perlu adanya undang-undang yang mengatur secara universal. Sebagai konsumen juga memiliki hak, yang mana pengaturan hak-hak konsumen tersebut melalui undang-undang yang merupakan bagian dari penerapan sebagai suatu negara kesejahteraan, karena undang-undang Dasar selain sebagai konstitusi negara, maka disebut juga konstitusi ekonomi, yakni yang mengatur mengenai perekonomian kesejahteraan masyarakat.

Hal ini sangat berkembang karena adanya pengaruh sosialisme. Maka dari itu, diatur melalui undang-undang No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen di antaranya:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa.

¹⁶⁷ Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen, UU No. 8 Tahun 1999, LN No. 42 Tahun 1999, TLN No. 3821.

- b. Hak untuk memilih barang dan jasa serta memperoleh barang dan/atau jasa yang sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- c. Hak mengenai informasi yang jelas, benar dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan jasa yang digunakan
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan konsumen.
- f. Hak mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen
- g. Hak untuk diperlakukan dan dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- h. Hak mendapatkan kompensasi, apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian.
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.¹⁶⁸

Dari sembilan butir hak-hak konsumen terlihat jelas bahwa keamanan, kenyamanan dan keselamatan konsumen merupakan suatu hal yang paling pokok dan utama dalam perlindungan konsumen. Apabila barang dan/jasa yang penggunaannya tidak memberikan kenyamanan dan dapat membahayakan keselamatan konsumen jelas tidak layak untuk diedarkan dalam masyarakat. Hak-hak dalam Undang-undang perlindungan konsumen di atas merupakan

¹⁶⁸ Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

penjabaran dari pasal-pasal yang bercirikan negara kesejahteraan yakni terdapat pasal 27 ayat (2) 14 dan pasal 3315 undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia.¹⁶⁹

Perlindungan hukum merupakan suatu cara untuk melindungi konsumen yang telah diberikan oleh hukum atas undang-undang guna untuk mencegah adanya suatu pelanggaran atau hal-hal yang dapat merugikan kepentingan konsumen. Dalam hal ini perlindungan hukum dalam transaksi *e-commerce* berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yakni undang-undang perlindungan konsumen (UUPK), undang-undang Informasi dan transaksi Elektronik (UUITE).¹⁷⁰

Dalam hubungannya dengan konsumen pengguna transaksi *e-commerce* yang dilanggar oleh pelaku usaha atau merchant yakni sebagai berikut:

1. Pasal 4 huruf b Hak untuk memilih barang dan jasa mendapatkan barang atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi yang terjamin.
2. Berdasarkan pasal 4 huruf b tersebut, hal ini berkaitan dengan konsumen pengguna transaksi *e-commerce* maka dari itu pihak merchant atau penjual harus menyediakan barang yang sesuai dengan nilai tukar dilihat dari kondisi serta jaminan yang dijanjikan.

¹⁶⁹ Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3821

¹⁷⁰ Dianne Eka Rusmawati, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi *e-commerce*", (Fiat Justisia Jurnal Ilmu Hukum Volume 7 No. 2, Mei-Agustus 2013), hlm 198

3. Pasal 4 huruf c menentukan bahwa konsumen memiliki hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang. Para pelaku usaha dalam transaksi *e-commerce* wajib memberikan keterangan secara rinci dan jelas mengenai kondisi barang atau spesifikasi arang dan keterangan-keterangan lain yang kini berkaitan dengan barang yang dijual maupun diperdagangkan. Hal ini perlu diulas sebagaimana konsumen agar dapat memahami dan mengetahui secara jelas mengenai kondisi barang yang diperjual belikan.¹⁷¹

Sebagai bentuk perlindungan hukum bagi konsumen sebagaimana tercantum dalam UU ITE yakni pasal 2 UU ITE. Undang-undang tersebut berlaku bagi setiap orag yang melakukan perbuatan hukum. Dalam hal ini diatur dalam undang-undang baik yang berada di wilayah hukum Indonesia maupun di luar wilayah hukum Indonesia. Yang memiliki akibat hukum di Indonesia maupun di luar wilayah Indonesia.¹⁷²

Sebagai *balancing* atas hak-hak yang telah diberikan kepada Konsumen, kepada pelaku usaha juga diberikan hak menerima pembayaran sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang maupun jasa yang kini diperdagangkan agar mendapatkan perlindungan secara legal.

Hingga saat ini Indonesia belum memiliki peraturan yang mengatur tentang *e-commerce* yang ada hanyalah undang-undang Nomor 8 tahun 1999

¹⁷¹ Dianne Eka Rusmawati, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-commerce", (Fiat Justisia Jurnal Ilmu Hukum Volume 7 No. 2, Mei-Agustus 2013), hlm. 199

¹⁷² Dianne Eka Rusmawati, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-commerce", (Fiat Justisia Jurnal Ilmu Hukum Volume 7 No. 2, Mei-Agustus 2013), hlm. 199

tentang perlindungan konsumen. Dalam hal ini perlu adanya solusi yang ditawarkan sebagai solusi penegakan hukum perlindungan konsumen di antaranya:

- a. Menegakkan larangan yang dikategorikan sebagai tindakan pelaku usaha yang terindikasi menghambat perdagangan.
- b. Melarang tindakan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan berkurangnya persaingan, memiliki hak bagi setiap anggota masyarakat untuk membolehkan menjalankan aktivitas ekonomi.
- c. Melarang yang memungkinkan pelaku usaha untuk tidak memberikan pilihan terhadap konsumen, hal ini dilarang agar tidak terjadi pemusatan kegiatan produksi dan pemasaran.¹⁷³

Dalam transaksi jual beli *e-commerce* tidak dipungkiri akan terjadi wanprestasi yang telah dilakukan oleh salah satu pihak. Lantas yang menjadi suatu problem adalah upaya hukum yang dapat dilakukan oleh pihak yang merasa dirugikan oleh merchant. Dalam UU UUPK diatur dalam bab X yang telah terdiri dari empat pasal di antaranya pasal 45 hingga pasal 48. Pasal 45 ayat (1) UUPK dapat diketahui bahwa dalam menyelesaikan sengketa konsumen dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

- a. Melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antar konsumen dan produsen.
- b. Melalui jalur peradilan yang berada dilingkungan peradilan umum.

²⁰⁴ Dahlia, Perlindungan Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Melalui Media Internet (e-commerce), (Wacana Hukum, VOL.VIII, NO.1, APRIL 2009), hlm. 41

Pasal 45 ayat (2) pada pokoknya menyatakan: “ penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan tergantung pada pilihan suka rela yang bersengketa” penjelasan 45 ayat (2) UUPK juga menyatakan bahwa “penyelesaian sengketa konsumen tidak menutup kemungkinan penyelesaian secara damai oleh pihak yang bersengketa.”

Pada setiap yang bersengketa diusahakan melalui jalur damai yang dilakukan oleh kedua belah pihak antar konsumen dan pedagang. Sebagaimana yang dimaksud dengan penyelesaian secara damai ialah penyelesaian yang dapat dilakukan oleh kedua belah pihak yang bersengketa (pelaku usaha dan konsumen). Dua cara tersebut merupakan cara penyelesaian sengketa konsumen antara melalui peradilan dan di luar pengadilan.¹⁷⁴

Dalam hal ini kesulitan-kesulitan yang timbul terjadi sengketa antara pihak dalam proses transaksi *e-commerce* yakni menyangkut pilihan yang akan diimplementasikan untuk dapat dijadikan acuan dalam menyelesaikan sengketa. Problematika tersebut dapat dihindari apabila pihak menentukannya dalam suatu perjanjian di antara mereka mengenai hukum mana yang dapat diberlakukan. Terkait pilihan hukum dan pilihan pengadilan tidak saja dilakukan oleh pihak

²⁰⁵ Dahlia, Perlindungan Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Melalui Media Internet (e-commerce), (Wacana Hukum, VOL.VIII, NO.1, APRIL 2009), hlm. 47

yang berkedudukan Indonesia melainkan dapat dilakukan dari negara yang berbeda.¹⁷⁵

Menurut hukum acara perdata, jika terjadi sengketa kemudian sengketa tersebut diserahkan pada hakim untuk menemukan hukum dengan menggunakan metode:

- a. Interpretasi analogis, penemuan hukum yang dilakukan oleh hakim untuk memberikan penafsiran pada suatu peraturan dengan memberi kias pada kata-kata dalam peraturan tersebut berlandaskan asas hukumnya.
- b. Interpretasi ekstensif yang biasa dikenal dengan pembagian kata tulis yakni otentik dan di bawah tangan, kemudian akta. Untuk dapat diklasifikasikan dalam bentuk tulis dengan cara membuat *printout* ataupun *copy* dari suatu pesan yang asih ada dan berbentuk elektronik. Namun secara fakta Indonesia belum melaksanakan prosedur ini.¹⁷⁶

E-commerce merupakan transaksi yang modern yang mana kesepakatan kedua belah pihak menjadi landasan utama. Namun, perjanjian jual beli tetaplah mengacu pada Kitab Undang-undang Hukum Perdata. Sesuai yang termaktub pada pasal 1313 KUHPer menyebutkan bahwa “suatu perjanjian ialah suatu

¹⁷⁵ Liyani Dewi Sanyoto, Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Pemakai Jasa Elektronik Dalam Transaksi E-Commerce, Jurnal Spektrum Hukum, Vol. 14/No. 1/April 2017, hlm 4

¹⁷⁶ Liyani Dewi Sanyoto, Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Pemakai Jasa Elektronik Dalam Transaksi E-Commerce, Jurnal Spektrum Hukum, 4

perbuatan yang dapat dilakukan oleh satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih”.¹⁷⁷

Sedangkan jual beli menurut pasal 1457 Kitab Undang-undang Hukum Perdata yakni “ suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu dapat mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, sedangkan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan.”¹⁷⁸

Maka dari itu perlindungan hukum yang seharusnya diatur dalam transaksi *e-commerce* demi menjamin kepastian hukum pada konsumen ialah para pelaku usaa wajib mencantumkan identitas dalam *website*, terdapat lembaga yang fungsinya sebaagai penjaminan keabsahan pelaku usaha toko *online*. Serta harus adanya sertifikasi sebagai bukti bahwa pelaku usaha melakukan perdagangan elektronik lolos uji kelayakan da keandalan dalam berdagang berbasis *online*.¹⁷⁹

¹⁷⁷Liyani Dewi Sanyoto, Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Pemakai Jasa Elektronik Dalam Transaksi E-Commerce, Jurnal Spektrum Hukum, 5

¹⁷⁸Liyani Dewi Sanyoto, Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Pemakai Jasa Elektronik Dalam Transaksi E-Commerce, Jurnal Spektrum Hukum, 9

¹⁷⁹Liyani Dewi Sanyoto, Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Pemakai Jasa Elektronik Dalam Transaksi E-Commerce, Jurnal Spektrum Hukum, 10

F. Keadilan dalam Informasi Syarat Kontrak Perdagangan Secara Elektronik dalam Hubungan Perlindungan Konsumen

1. Kemanfaatan Data dan Informasi pada Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan

Pemanfaatan sistem informasi dalam berbagai bidang pekerjaan meningkat secara signifikan sejak era 1980an, dalam suatu penelitian dilansir bahwa secara global sekitar 50% modal baru digunakan untuk pengembangan sistem informasi untuk menunjang pencapaian tujuan organisasi¹⁸⁰, menunjang dan mempermudah aktifitas pelaksanaan tugas dan pekerjaan pada semua tingkatan organisasi, agar pelaksanaan dapat dicapai secara maksimal, efektif, dan efisien.¹⁸¹

Sistem informasi yang ideal sebenarnya bukan dilihat dari besarnya biaya atau modal untuk membuat sistem tersebut, namun lebih pada kemampuan untuk menyeimbangkan antara biaya (*cost*) yang dikeluarkan dan manfaat yang akan diperoleh, sehingga sistem informasi seharusnya dibuat dengan menerapkan biaya yang hemat, mempermudah dan mempercepat pelaksanaan tugas, serta dapat meningkatkan kinerja suatu

¹⁸⁰ Venkatesh, V., and Davis, F.D., 2000, "A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies," *Management Science*, Vol. 46, No.2, Februari, hlm.186-204

¹⁸¹ Smith, T.R., S. Menon, J.L. Star, & J.E. Estes. *Requirements and Principles for the Implementation and Construction of Large-Scale Geographical Information Systems*, *Int. J. Geographical Information System*. 1987. 1 (1): hlm. 13-31.

organisasi.¹⁸² Dengan demikian manfaat yang diperoleh akan lebih besar dari investasi atau biaya yang dikeluarkan untuk membangun sistem tersebut.

Dalam bidang penyelenggara pemerintahan besarnya manfaat sistem informasi juga dirasakan oleh pemerintah dalam menunjang pelaksanaan tugas-tugas pemerintahan, untuk itu pada tahun 2006 Pemerintah mengeluarkan kebijakan dengan membentuk Dewan Teknologi Informasi dan Komunikasi Nasional. Oleh karena itu sistem informasi dan data itu juga sering dikatakan sebagai:

1. Merupakan salah satu pilar utama pembangunan peradaban manusia saat ini dan merupakan sarana penting dalam proses transformasi menjadi bangsa yang maju;
2. Memiliki peranan yang besar dalam mensejahterakan kehidupan bangsa
3. Mampu mendorong terciptanya kemandirian bangsa dan peningkatan daya saing nasional¹⁸³

Apalagi dengan hadirnya teknologi internet dewasa ini, segala sesuatu dapat dilaksanakan dengan lebih mudah seperti pencarian data/informasi, berkomunikasi, bahkan bertransaksi. Bahkan studi banding untuk mendapatkan informasi dan bahan-bahan yang berkaitan dengan

¹⁸² M. Aliamsyah, *Pemanfaatan Sistem Informasi bagi Perancang Peraturan Perundang-undangan*, (General : Legislasi Indonesia), 2009, hlm. 4

¹⁸³ *Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2006 tentang Dewan Teknologi Informasi dan Komunikasi Nasional.*

penyusunan suatu peraturan perundang-undangan misalnya sudah tidak perlu lagi dilakukan secara fisik.

Manfaat dari kemajuan teknologi tersebut juga merambah pada bidang penyusunan peraturan perundang-undangan. Bagi seorang perancang yang melaksanakan tugas menyusun rancangan peraturan perundang-undangan dapat dengan mudah mencari referensi atau bahan pendukung dengan menggunakan sistem informasi peraturan perundang-undangan baik yang berbasis internet maupun yang tidak berbasis internet.

Namun demikian, pada kenyataannya kemudahan tersebut belum secara maksimal dapat dimanfaatkan oleh sebagian besar perancang peraturan perundang-undangan. Hal tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain:

1. Tingkat kemampuan dan kemauan perancang peraturan perundang-undangan dalam menggunakan dan memanfaatkan teknologi informasi Masih Kurang

Adanya tumpang tindih dan tidak sinkronnya ketentuan di dalam suatu substansi peraturan perundang-undangan salah satunya disebabkan oleh ketidaktelitian atau bahkan ketidaktahuan pembentuk peraturan perundang-undangan dalam merumuskan suatu rancangan peraturan perundang-undangan bahwa materi yang akan disusun tersebut sudah diatur di dalam peraturan perundangundangan

yang lain atau akan bertentangan (saling bertolak belakang) dengan peraturan yang sudah ada.

Sehingga pada saat peraturan tersebut diberlakukan akan menimbulkan permasalahan pada pengimplementasiannya, misalnya banyaknya Peraturan Daerah yang materi muatannya bertentangan dengan peraturan di atasnya, adanya peraturan perundang-undangan yang mengatur hal yang sama, dan lain sebagainya.

Hal tersebut sebenarnya dapat diperkecil dengan cara memanfaatkan teknologi informasi yang berkaitan dengan sistem informasi peraturan perundang-undangan. Dengan memanfaatkan sistem informasi peraturan perundang-undangan seorang perancang peraturan perundang-undangan dapat dengan mudah mencari (*search*) segala sesuatu hal yang berkaitan dengan substansi peraturan yang akan dirancangnya

Sebagai contoh, apabila seorang perancang peraturan perundang-undangan ingin mengatur mengenai suatu substansi tertentu dan ingin mengetahui di dalam peraturan perundang-undangan mana saja hal tersebut juga diatur, maka yang bersangkutan dapat memanfaatkan sistem pencarian yang ada pada *website*¹⁸⁴ atau pada kata kunci (*keyword*) sesuai dengan yang diinginkan, maka semua daftar

¹⁸⁴ Nataniel Dengen, *Sistem Informasi Undang-undang dan Transaksi Elektronik Berbasis WEB*, (Fakultas Ilmu Komputer : Universitas Mulawarman), 2017, hlm. 7

peraturan perundang-undangan yang mengandung kata kunci tersebut akan dapat dengan cepat didapat dan mudah (dibaca) dilihat.

2. Masih banyaknya data dalam sistem informasi peraturan perundang-undangan yang tidak valid dan akurat

Kebenaran atau keabsahan (validitas) suatu data yang ada pada sistem peraturan perundang-undangan menjadi hal yang sangat penting, karena hal tersebut berkaitan dengan penerapan hukum. Seorang yang mengutip atau mencontoh dari data peraturan perundang-undangan yang salah akan membawa dampak yang luas.

Sebagai contoh seorang dosen yang mengajar mahasiswanya dengan menggunakan pasal dari suatu peraturan perundang-undangan yang salah cetak dan lain sebagainya akan berpengaruh pada pengetahuan mahasiswa yang bersangkutan dalam memahami suatu substansi peraturan perundang-undangan. Apalagi hal tersebut terjadi pada seorang perancang peraturan perundang-undangan tentunya akan membawa dampak yang lebih luas lagi.

Sistem informasi yang ada pada saat ini terlebih lagi yang berbasis internet baik yang diselenggarakan oleh instansi pemerintah maupun swasta sering kali menyajikan data yang kurang valid/akurat, bahkan bukubuku salinan peraturan perundang-undangan yang atau dan dijual dipasaran juga sering ditemukan salah cetak, salah ketik, dan lain sebagainya.

2. Urgensi Kelengkapan Data dan Informasi Pada Peraturan Perundang-Undangan sesuai dengan Asas Perundang-Undangan

Seperti yang kita pahami bahwa kelengkapan data dan informasi dalam perundang-undangan itu sangatlah penting. Maka dari itu sangat diperlukan adanya sistem informasi peraturan perundang-undangan yang juga didukung oleh data yang dapat dipertanggung jawabkan, sehingga sistem informasi yang digunakan merupakan suatu sistem informasi peraturan perundang-undangan yang sudah pasti menyajikan data dan informasi yang memenuhi kriteria informasi yang layak (*quality of information*)¹⁸⁵ bagi khalayak umum, nah kriteria yang baik dari data dan informasi itu sebagai berikut :

1. Relevan (*Relevancy*)

Sistem informasi peraturan perundang-undangan harus dapat memberikan informasi yang relevan sesuai dengan yang diinginkan serta memiliki manfaat bagi perancang peraturan perundang-undangan dan dapat dijadikan landasan atau referensi bagi perancang dalam penyusunan suatu peraturan perundang-undangan.

2. Akurat dan Dapat Dipercaya (*Accuracy and Reliability*)

Sistem informasi peraturan perundang-undangan harus bebas dari kesalahan-kesalahan sehingga tidak menyesatkan. Ketidakakuratan data sebagaimana telah disebutkan dapat saja membawa dampak

¹⁸⁵ Rizka Herry Setyawan, *Fungsi dari Informasi bagi Perundang-undangan*, (Fakultas Hukum : Universitas Sebelas Maret Surakarta), hlm. 20

yang lebih luas bagi rancangan peraturan perundang-undangan yang disusun.¹⁸⁶

3. Tepat waktu (*Timeliness*)

Informasi yang dihasilkan atau dibutuhkan dapat segera didapat dan bukan informasi yang tidak valid atau bahkan sudah tidak berlaku lagi.

4. Ekonomis dan Efisien (*Economy and Efficiency*)

Informasi yang terdapat di dalam sistem tersebut memberikan efisiensi kerja dan tidak membutuhkan biaya besar untuk mendapatkannya sehingga secara ekonomis tidak membebani instansi yang bersangkutan dan dibanding bila tidak menggunakan sistem informasi tersebut. Perlu untuk diingat bahwa nilai dari informasi (*value of information*) ditentukan oleh dua hal, yaitu manfaat dan biaya untuk mendapatkan informasi tersebut.

Suatu informasi dapat dikatakan bernilai bila manfaatnya lebih efektif dibandingkan dengan biaya untuk mendapatkannya. Sebagian besar informasi tidak dapat ditaksir secara pasti nilai harganya, tetapi kita dapat memperkirakan nilai efektifitas dari informasi tersebut.

Dengan adanya penjelasan diatas mengenai kriteria data dan informasi yang baik, maka akan lebih menarik jika dikaitkan dengan asas

¹⁸⁶ Ari Purwadi, *Kebutuhan Akan Perangkat Hukum Perjanjian di Bidang Alih Teknologi*, (Malang : Bayumedia), 2007, hlm. 50

perundang-undangan. Yang mana pada asas perundang-undangan terdapat 6 asas anatar lain:

1. Asas Non-Retroaktif:

Undang-Undang tidak berlaku surut artinya perundang-undangan hanya berlaku ketika produk hukum ini telah dinyatakan berlaku, sehingga segala perbuatan yang pernah terjadi sebelumnya tidak dapat kemudian diterapkan dengan Undang-Undang yang baru ini.

2. Asas *Legalitas*:

dikenal dengan doktrin *Nullum Delictum Noella Poena Sine Praevia Lege Poenali* yang artinya tiada suatu perbuatan dapat dihukum, kecuali atas ketentuan-ketentuan pidana dalam Undang-Undang yang telah ada lebih dahulu daripada perbuatan itu. (Pasal 1 KUHP)

3. Asas *Lex superior derogat legi inferiori*:

Yang artinya Peraturan perundang-undangan bertingkat lebih tinggi mengesampingkan peraturan perundang-undangan tingkat lebih rendah, kecuali apabila substansi peraturan perundang-undangan lebih tinggi mengatur hal-hal yang oleh Undang-Undang ditetapkan menjadi wewenang peraturan perundang-undangan tingkat lebih rendah. Oleh karena itu dalam penyusunannya pembentuk peraturan perundang-undangan harus memastikan bahwa materi muatan yang

diatur dalam peraturan perundang-undangan tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan di atasnya.¹⁸⁷

4. *Asas Lex specialis derogat legi generalis:*

yang artinya bahwa aturan hukum yang khusus akan mengesampingkan aturan hukum yang umum.

5. *Asas lex posterior derogat legi priori:*

yang artinya Aturan hukum yang lebih baru mengesampingkan atau meniadakan aturan hukum yang lama. Asas ini mewajibkan menggunakan hukum yang baru.

6. *Asas Welvaarstaat*¹⁸⁸ atau sering disebut bahwa Undang-Undang adalah sarana untuk mencapai kesejahteraan bagi masyarakat maupun individu maka data dan informasi dalam Undang-Undang tersebut juga harus relevan dan bersifat jelas agar dapat memberikan sebuah informasi aktual. Karena sesuai dengan Pasal 5 UU No. 12 Tahun 2011 tentang pembentukan Peraturan Perundang-undangan, salah satu terdapat asas kejelasan tujuan, dari sini kita dapat menarik

¹⁸⁷ Soegiono, *Pentingnya Harmonisasi Pembentukan Peraturan Perundang-undangan*, (Kajian Kebijakan dan Hukum : Pusat Pengkajian dan Informasi), 2001, hlm. 12

¹⁸⁸ John Ganesha Siahaan, *6 Asas Perundang-undangan*, <https://www.langitbabel.com/6-asas-perundangundangan/#:~:text=Sedangkan%20dalam%20Pasal%205%20UU,d.%20dapat%20dilaksanakan%3B%20e.> (Publish pada 05 Mei 2021)

kesimpulan bahwa setiap peraturan atau Undang-Undang itu harus memuat kejelasan dan tidak bersifat *Obscure Libels* (tidak jelas).

Bahkan jika dilihat pada UU Pemanfaatan Teknologi Informasi itu harus berpegang teguh pada asas kemanfaatan dan kemitraan, karena seluruh kegiatan teknologi yang berbasis data dan informasi itu berupaya untuk mengutamakan kepentingan nasional, persatuan dan kesatuan, menghormati ketertiban umum, kesusilaan, serta menjunjung tinggi etika. Sehingga dengan adanya kesesuaian antara sistem informasi dengan perundang-undangan maka sebagaimana pernah dikumandangkan pada ketentuan Pasal 28 G Ayat 1: *“Bahwa setiap berhak atas perlindungan diri pribadi, keluarga, kehormatan, martabat, dan harta benda yang di bawah kekuasaannya, serta berhak atas rasa aman dan perlindungan dari ancaman ketakutan untuk berbuat atau tidak berbuat sesuatu yang merupakan hak asasi”*

Dan Pasal 28 H ayat 4: *“Setiap orang berhak mempunyai hak milik pribadi dan hak milik tersebut tidak boleh diambil alih secara sewenang-wenang oleh siapa pun.”* Dengan ketentuan diatas maka keseimbangan itu perlu, yang mana dengan adanya data dan informasi secara lengkap dapat di implementasi kan dalam pembuatan peraturan perundang-undangan begitu juga sebaliknya bahwa perundang-undangan yang memiliki asas tujuan jelas dan kemanfaatan itu harus bisa menggunakan data dan informasi secara jelas tanpa menyertakan asas *Obscure Libels*. Apabila ini bisa diejawantahkan

maka tidak menutup kemungkinan warga dan masyarakat harus terlindungi data pribadinya (miliknya) oleh lembaga pengawasan, jadi selain data atau informasi ini dikelola oleh negara, masyarakat juga dapat atau memiliki hak untuk mengawasi sesuai dengan perundang-undangan yang telah ada.¹⁸⁹

G. Posisi Konsumen dalam Transaksi *E-commerce*

Perkembangan transaksi dagang melalui sistem elektronik atau *e-commerce* tidak dapat terelakkan di tengah tingginya arus globalisasi yang menerjang Indonesia. Pada tahun 2015 misalnya, menurut catatan Bank Indonesia nilai transaksi melalui *e-commerce* Indonesia mencapai 45,50 triliun rupiah. Jumlah yang fantastis mengingat transaksi elektronik merupakan transaksi tanpa tatap muka yang mendukung proses transaksi lintas wilayah dengan biaya yang relatif murah. Tentu saja dengan adanya nilai yang besar tersebut mendorong pemerintah untuk menciptakan peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai tanggungjawab dan hak para pihak yang terlibat di *e-commerce*. Termasuk di dalamnya ialah kedudukan Penjual, *provider*, bank selaku penyalur dana dan konsumen dalam transaksi *e-commerce*.¹⁹⁰

¹⁸⁹ Leski Rizkinaswara, *Memasuki Era Digital, Indonesia Butuh UU Pelindungan Data Pribadi*, (Kementerian Komunikasi dan Informatika RI : Diektorat Jendral Aplikasi Informatika), 2020, <https://aptika.kominfo.go.id/2020/02/masuki-era-digital-indonesia-butuh-uu-pelindungan-data-pribadi/> (Publish pada 05 Mei 2021)

¹⁹⁰ Sulasi Rongiyati, "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Dagang melalui Sistem Elektronik" *Negara Hukum*, Vol. 10, No. 1 (2019), hlm. 2.

James F. Engel menyatakan bahwa perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang dan/atau jasa ekonomis yang didahului oleh keputusan untuk menentukan tindakan tersebut. Menjadi konsumen berarti menjadi pembeli dan pengguna, baik dalam pasar konvensional maupun telah merambah pada *e-commerce*. Konsumen memiliki kedudukan yang vital dalam keberlangsungan *e-commerce*, karena tanpa adanya kepercayaan konsumen untuk beralih menggunakan *e-commerce* maka apapun yang disediakan oleh pihak penjual dan *provider* hanya akan menjadi penawaran tanpa adanya pembelian. Namun di sisi lain, konsumen merupakan pihak yang rentan untuk dirugikan apalagi mengingat *e-commerce* dilakukan dengan basis kepercayaan konsumen terhadap *provider* dan juga pelaku usaha terkait. Beragam kasus yang muncul terkait dengan pelaksanaan transaksi utamanya di *e-commerce* tentu sangat merugikan konsumen yang akan berdampak pada penurunan kepercayaan sebagai pengguna. Penurunan kepercayaan konsumen terhadap penyedia layanan dan juga pelaku usaha akan berimbas pada penurunan transaksi *online*. Dan patut dipahami bahwa tanpa adanya transaksi yang berlangsung, maka perkembangan *e-commerce* di Indonesia akan terhambat.¹⁹¹

Menurut Siaran Pers Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia pada tanggal 15 Maret 2018 menyatakan bahwa konsumen dalam hal transaksi *e-commerce* tidak sepenuhnya diuntungkan atas beberapa hal dikarenakan:

¹⁹¹ Yudha Sri Wulandari, "Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli *E-Commerce*" *Ajudikasi*, Vol. 2 No. 2 (2018), hlm. 205.

1. Lemahnya regulasi sektoral, peraturan perundang-undangan menjadi payung hukum sebagai dasar untuk melindungi konsumen. Rendahnya regulasi sektoral tentu akan menimbulkan celah bagi eksploitasi terhadap peran dan hak konsumen *e-commerce*.
2. Masih kurangnya etika baik dari pihak *provider* maupun pelaku usaha *e-commerce*, padahal itikad baik merupakan hal yang krusial dalam transaksi *e-commerce* mengingat transaksi dilakukan tanpa melakukan tatap muka dan bergantung pada kepercayaan.
3. Belum adanya perlindungan data pribadi konsumen dalam transaksi lintas negara, secara teknis masih belum ada payung hukum yang mengatur mengenai tata cara melindungi data pribadi dalam transaksi *e-commerce* lintas negara. Tentu saja mengingat wilayah yurisdiksi yang berbeda, akan meyulitkan pihak konsumen yang data pribadinya disalahgunakan oleh oknum di luar negara Indonesia.
4. Hingga aspek literasi dan keberdayaan konsumen yang masih rendah. Tidak hanya menguatkan regulasi serta perlindungan secara eksternal, sejatinya cara yang paling ampuh untuk melindungi konsumen adalah menjadi konsumen yang bijak dan paham hukum. Tingkat Keberdayaan Konsumen di Indonesia mencapai skor 40.41 pada tahun 2018 yang naik sebelumnya dari tahun 2017 dengan skor 33.70.¹⁹² Namun, skor tersebut

¹⁹²Redaksi WE Online, “Strategi Peningkatan Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga” <https://amp.wartaekonomi.co.id/berita248767/strategi-peningkatan-perlindungan-konsumen-dan-tertib-niaga/> diakses pada 4 Mei 2021

masih belum mampu memendam realitas yang ada di lapangan mengenai masih banyaknya konsumen yang enggan membaca dengan teliti sehingga menimbulkan berbagai macam kehilangan dan ketidaksesuaian atas kelainannya sendiri.

Faktor-faktor yang telah dikemukakan menjadi dasar dalam menyatakan bahwa konsumen di *e-commerce* Indonesia masih belum mendapatkan perlindungan yang seutuhnya dalam transaksi elektronik.¹⁹³ Seharusnya faktor-faktor tersebut menjadi hal utama dalam perencanaan perlindungan konsumen. Sehingga kemudian dapat menstabilkan kedudukan konsumen sebagai pihak yang seimbang dan terlindungi dalam transaksi *e-commerce*.

Lemahnya kedudukan konsumen dalam perikatan perdagangan menjadi salah satu alasan semakin dibutuhkan adanya penguatan dalam payung hukum perlindungan konsumen. Secara sosiologis, hukum perlindungan konsumen dihadirkan kemudian untuk memberikan kepastian hukum yang melindungi kepentingan konsumen. Desakan untuk melakukan perbaikan regulasi terhadap perlindungan konsumen semakin meningkat mengingat masih banyaknya kasus di *e-commerce* utamanya yang merugikan konsumen. Kerugian tersebut bisa berupa perdagangan yang tidak jujur, penipuan data pribadi hingga eksploitasi konsumen oleh pelaku usaha. Tidak hanya melalui penguatan regulasi, untuk menguatkan kedudukan konsumen harus ada peningkatan dalam pengetahuan mengenai hak-haknya sebagai seorang konsumen. Peningkatan literasi tersebut

¹⁹³ Ibid, hlm. 3.

sangat penting untuk membantu melindungi dirinya dari pelanggaran atas hak-hak yang ia miliki.

John F. Kennedy menyatakan bahwa terdapat empat bagian besar dalam hak konsumen secara universal, yakni hak atas keselamatan dirinya sebagai konsumen maupun barang dan/atau jasa yang dipesan, hak atas informasi yang detail dari pihak penyedia jasa dan pelaku usaha, hak untuk memilih baik dalam memilih produk maupun untuk membeli atau tidaknya sebuah produk, dan hak untuk didengar utamanya dalam hal kritik serta saran mengenai pelayanan maupun produk yang ia terima setelah memenuhi tanggungjawabnya dengan membayar. Hal ini senada dengan hak-hak dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan konsumen, yang mengatur mengenai hak yang dimiliki oleh konsumen baik dalam transaksi konvensional maupun elektronik yakni, hak atas kenyamanan, keamanan, keselamatan, dalam mengonsumsi barang maupun jasa yang ditawarkan, hak untuk keterbukaan informasi, hak untuk didengar pendapat serta keluhannya mengenai barang dan/atau jasa yang dikonsumsi, hak mendapatkan advokasi ketika terjadi sengketa konsumen, hak perlindungan konsumen secara menyeluruh, hak mendapatkan pembinaan konsumen agar tercipta lingkungan kepekaan hukum untuk melindungi dirinya sebagai konsumen, hak dilayani dengan baik, hak dilayani tanpa diskriminasi baik dari ras, agama, warna kulit, dan sebagainya, hak mendapatkan kompensasi bila terbukti benar dalam persengketaan konsumen, serta hak-hak lain yang telah

diatur dalam peraturan perundang-undangan lainnya.¹⁹⁴ Hak-hak ini tentu harus diimbangi oleh tanggungjawab konsumen yang merupakan hak dari pelaku usaha dan juga *provider*.

Pertanggungjawaban kedua belah pihak tersebut dikenal dengan asas keseimbangan, yang menyeimbangkan antara desakan perlindungan konsumen dengan hak-hak yang dimiliki oleh pelaku usaha dan *provider*. Artinya, menggaungkan mengenai perlindungan konsumen tidak akan memberikan hasil yang seimbang bila tidak dibarengi dengan pemenuhan tanggungjawab terhadap hak-hak yang dimiliki oleh pelaku usaha dan *provider*. Konsumen wajib kemudian untuk membaca secara teliti mengenai penggunaan barang dan/atau jasa yang dalam hal ini seringkali diabaikan, sehingga bila terjadi masalah konsumen lantas menyalahkannya pada pihak pelaku usaha maupun *provider*. Kesalahan yang diakibatkan oleh kelalaiannya sendiri dan kemudian menuduh pihak di sisi lain bukanlah sebuah itikad baik dalam kontrak jual beli antara pihak konsumen, pelaku usaha dan *provider*. Patut dipahami bahwa itikad yang baik masuk pada legalitas dari sebuah perjanjian jual beli secara elektronik. Sehingga tanpa adanya itikad yang baik dari kedua belah pihak, perjanjian yang ingin dibuat tidak akan dapat tercapai putusan yang adil antara kedua pihak.¹⁹⁵

Pada Pasal 6 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha memiliki hak-hak seperti mendapatkan pembayaran yang sesuai dengan

¹⁹⁴ Dahlia, "Perlindungan Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli melalui Media Internet (*E-Commerce*)" *Wacana Hukum*, Vol 8 No. 1 (2009), hlm. 40-41.

¹⁹⁵ Yudha Sri Wulandari, "Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli *E-Commerce*" *Ajudikasi*, Vol. 2 No. 2 (2018), 204.

perjanjian, mendapatkan perlindungan hukum dari itikad buruk konsumen, hak membela diri dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen, hak untuk rehabilitasi nama baik bila secara hukum kerugian konsumen tidak disebabkan olehnya serta hak-hak lain yang diatur dalam peraturan perundang-undangan.¹⁹⁶ Intinya ialah bahwa tidak hanya memiliki hak yang harus dilindungi, konsumen juga harus menghormati dan tidak melanggar hak-hak yang dimiliki oleh pelaku usaha utamanya dalam kegiatan *e-commerce* dimana transaksi dibangun atas kepercayaan lintas wilayah.

Transaksi jual beli ada bukan untuk merugikan pihak manapun baik bagi pelaku usaha, penyedia jasa (*provider*), penyalur dana (bank atau organisasi keuangan lainnya) dan konsumen. Keseimbangan hak serta kewajiban masing-masing pihak terkait akan menciptakan sistem transaksi *e-commerce* yang aman dan maksimal. Konsumen memiliki kewajiban untuk membayar sesuai dengan yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha ataupun yang telah disepakati bersama, sebaliknya pelaku usaha harus jujur dalam memberikan keterangan atas barang dan/atau jasa yang ditawarkan karena keduanya sama-sama berhak mendapatkan itikad baik secara mutualisme. Begitu pula dengan bank selaku penyalur dana berkewajiban untuk memastikan dana dari konsumen sampai kepada pelaku usaha yang berada di wilayah yang berbeda, di sisi lain pihak konsumen dan juga pelaku usaha harus teliti dalam melakukan penukaran nomor untuk

¹⁹⁶ Heru Saputra Lumban Gaol dan Fransisca Yanita Prawitasari, “Kedudukan Pelaku Usaha dan Konsumen dalam Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian terhadap Produk Mi Soun Mengandung Klorin)” *Yustika*, Vo. 21 No. 2 (2018), hlm. 36-37.

transaksi elektronik sehingga jangan sampai yang disalahkan adalah pihak dari bank. Provider pula memiliki tanggungjawab untuk menyediakan layanan akses 24 jam kepada calon konsumen untuk dapat melakukan transaksi melalui media internet, dan konsumen serta pelaku usaha wajib mematuhi isi dari kontrak yang telah disetujui sejak awal register situs atau aplikasi.

Keempatnya memiliki kedudukan yang vital dalam transaksi *e-commerce* baik di skala nasional dan internasional. Keempatnya juga memiliki kerentanan untuk dieksploitasi oleh oknum-oknum tertentu, sehingga dibutuhkan adanya perlindungan utamanya bagi konsumen sebagai pihak yang mengeluarkan dana untuk mendapatkan pelayanan terbaik. Transaksi secara elektronik menciptakan hubungan hukum yang dilakukan dengan mengolaborasikan jaringan dari sistem informasi computer dengan jaringan telekomunikasi. Sistem informasi yang dimaksud disini berdsarkan UNCITRAL *Model Law Article 2* ialah sebuah sistem yang menghasilkan, mengirim, menerima, menyimpan atau pesan data lain yang diproses.¹⁹⁷ Sehingga, sejatinya perkembangan teknologi sistem informasi menjadi hal yang baik bila diikuti oleh adanya kesadaran masing-masing pihak mengenai kedudukannya dalam sistem tersebut.

¹⁹⁷ Acep Rohendi, "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi *E-Commerce* perspektif Hukum Nasional dan Internasional", *Ecodemica*, Vo. 8 No. 2 (2015), hlm. 485-486.

BAB IV

KELEMAHAN-KELEMAHAN PENGATURAN PERLINDUNGAN KONSUMEN *E-COMMERCE* MELALUI KEBIJAKAN PEMERINTAH SAAT INI

A. Faktor Kepastian Hukum Konsumen *E-commerce*

Peradaban manusia semakin modern, mobilitas dan kebutuhan terus meningkat sebagai bukti bahwa manusia bukan makhluk hidup yang statis, akan tetapi manusia merupakan makhluk hidup yang terus mengalami perkembangan melalui berbagai aktivitasnya pada setiap sudut kehidupan yang ia perjuangkan. Pada dunia modern yang identik dengan digitalisasi hamper pada seluruh lapisan aktivitas manusia, merupakan konsekuensi besar dari suatu perkembangan manusia; dari dunia idenya yang menyalur pada dunia praktis; membuat berbagai pihak dituntut untuk terus melakukan adaptasi atas perkembangan yang diciptakan. Individu, kelompok maupun yang bersifat institusional sekalipun, dituntut untuk mengambil tindakan-tertentu demi menjaga stabilitas dan keberimbangan yang bisa saja digeser dan dimanipulasi oleh kecanggihan digitalisasi, khususnya pada wilayah transaksi elektronik.

Semua pihak terus melakukan pengembangan diri, termasuk Indonesia sebagai salah-satu institusi yang bersifat konstitusional-formal karena selain merupakan negara juga sebagai intitusi yang mempunyai kewenangan untuk menentukan langkah-langkah konkrit berkaitan dengan kemajuan jaman setiap periodenya. Mengambil sebuah kebijakan merupakan sebuah keniscayaan untuk sebuah negara untuk tetap menjaga dan memelihara stabilitas dan pola

kehidupan masyarakatnya di setiap sektor, termasuk pada sektor penting seperti aktivitas ekonomi dengan basis digital. Saat ini memang tidak dapat dipungkiri, bahwa kebutuhan berbagai pihak serba meningkat dan menuntut agar segera dapat terpenuhi. Itulah salah-satu dari sekian alasan kenapa digitalisasi masuk ke ranah perekonomian, baik pada skala besar, menengah maupun kecil sekalipun. Karena hal itu juga, baik pelaku usaha maupun konsumen, tidak lagi mempunyai keterbatasan dalam melakukan penawaran maupun transaksi, baik pada lingkup jual beli barang maupun jasa. Digitalisasi memangkas waktu, tempat, jarak, biaya dan bahkan jumlah atau limit batas yang dimiliki oleh para pihak dalam transaksinya. Oleh karena itu, dibutuhkan perangkat, aturan dan asas yang konsisten untuk mengatur mobilisasi transaksi digital tersebut, agar para pihak terkait tidak saling sliding untuk merealisasikan transaksinya; hal ini sekaligus demi memberikan suasana yang nyaman, aman dan konsekuen terutama untuk para konsumen dengan transaksi elektroniknya.

Data ini, transaksi elektronik atau *e-commerce* telah masuk pada fase dimana setiap pihak mempunyai kemampuan, kesempatan untuk melibatkan diri dalam transaksi tersebut. Ini artinya, fase digitalisasi telah masuk pada berbagai kelas dan tipe latar belakang para pihak. Sekali, sulit untuk melakukan proteksi jika tidak dengan system yang sama guna merealisasikan perlindungan yang akan dipersembahkan oleh institusi yang berwenang, termasuk pemerintah Indonesia yang dalam rencana pembangunan dengan jangka menengah nasionalnya mempunyai kebijakan ekonomi dan transaksi ekonomi pada lingkup digital untuk mendongkrak perekonomian nasional ditengah situasi yang serba

tidak dapat diproteksi. Banyak fakta beberapa waktu belakangan menjadi perbincangan publik; salah-satunya tentang simpang-siurnya kepastian hukum bagi para konsumen *e-commerce*.

Pemerintah Indonesia pada dasarnya telah mempunyai beberapa peraturan perundang-undangan berkenaan dengan perlindungan konsumen, mulai dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen/ UUPK No. 8 tahun 1999, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik/ ITE No. 11 Tahun 2008 dan Undang-Undang Perdagangan No. 7 tahun 2014.

Pemerintah pada dasarnya telah menegaskan tentang perlindungan hukum pada konsumen melalui beberapa undang-undang tersebut. Pada pasal 1 ayat (1) UUPK dikemukakan, bahwa yang dimaksud perlindungan konsumen merupakan segala bentuk upaya yang dilakukan dalam rangka memberikan kepastian hukum para konsumen. Pada UU ITE juga ditegaskan dalam pasal 38 ayat (1) UU ITE bahwa “setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan Teknologi Informasi yang menimbulkan kerugian.” Kemudian dipertegas dalam pasal 39 ayat (1) UU ITE yang menyatakan gugatan perdata dilakukan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Ini menunjukkan bahwa, meskipun tidak ada spesifikasi penyebutan tentang transaksi *e-commerce* khususnya dalam UU ITE berkenaan dengan penyelesaian sengketa akibat dari transaksi *e-commerce*; sebenarnya secara hukum telah berlaku sebuah asas yang dikenal sebagai asas *lex specialis derogate legi generalis* yakni jika pada hukum khusus mengenai transaksi melalui media elektronik tidak mengatur akibat hukum

transaksi melalui media elektronik yang menyalahi isi perjanjian misalnya, maka dapat diberlakukan aturan hukum umum yang sederajat dan sebidang. Misalnya pada lingkup ini para pihak yang merasa dirugikan khususnya pihak konsumen dapat menempuh jalur hukum keperdataan. Sedangkan pada UU perdagangan, pemerintah menekankan khususnya pada pasal Pasal 65 “diwajibkannya bagi pelaku usaha *e-commerce* untuk menyediakan data dan /atau informasi secara lengkap dan benar.” Ini artinya, setiap pelaku usaha dituntut dalam menjalankan usahanya agar memperhatikan ketentuan-ketentuan perundang-undangan, termasuk terkait penyediaan informasi mengenai usahanya atau produk yang hendak ditransaksikan agar tidak memunculkan celah kecurangan atau ketidaktaatan pada hukum.¹⁹⁸

Berkenaan dengan informasi yang harus dipenuhi oleh para pelaku usaha diantaranya: pelaku usaha harus menyantumkan secara jelas; Identitas dan legalitas pelaku usaha sebagai produsen atau pelaku usaha distribusi; Persyaratan teknis barang yang ditawarkan; Persyaratan teknis atau kualifikasi Jasa yang ditawarkan; Harga dan cara pembayaran barang dan/atau jasa; dan bagaimana cara penyerahan barang dilakukan. Dalam pasal 65 UU Perdagangan ayat (5) pemerintah memberikan arahan yakni; jika terjadi sengketa terkait dengan transaksi dagang melalui sistem elektronik, orang atau badan usaha yang mengalami sengketa dapat menyelesaikan sengketa tersebut melalui pengadilan atau melalui mekanisme penyelesaian sengketa lainnya yang dibenarkan oleh

¹⁹⁸ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen; baca juga Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 yakni tentang perubahan atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik/ UU ITE, dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.

hukum. Ini artinya, pemerintah juga belum spesifik mengatur tentang kepastian hukum atau tentang hukum persengketaan di wilayah konsumen *e-commerce* meski pada beberapa pasal dalam UUPK, UUIITE menyinggung tentang konsep dasar dari perlindungan yang dibuat oleh pemerintah melalui kebijakan hukum nasional.

Berdasarkan pada asas perlindungan konsumen sebagaimana dalam UUPK yang tertuang dalam pasal 2 yakni:¹⁹⁹

6. Asas manfaat

Asas ini dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

Undang-undang perlindungan konsumen mengatur bahwa pelaku usaha harus memberikan informasi yang benar kepada konsumen perihal produk barang dan/atau jasa yang di promosikan, sehingga akan memberikan manfaat kepada keduanya yaitu konsumen dan pelaku usaha. Akan tetapi, keberadaan peraturan tersebut nampaknya masih belum berjalan dengan semestinya berkaitan dengan hal yang dikehendaki tentang transaksi *e-commerce*.

Pada wilayah praktis atau fakta hukum menyatakan, bahwa tidak sedikit pelaku usaha yang jika ditelusuri tentang informasi barang atau jasa yang diperjual-belikan tidak sesuai dengan data dan informasi

¹⁹⁹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Penjelasan Pasal 2, 19.

yang disajikan pada kamar *digital transaction*. Sebut saja barang A yang mempunyai kualitas A memang diinformasikan secara detail dan benar; akan tetapi pada saat konsumen melakukan transaksi pembelian, barang yang di dapatkan oleh para konsumen tidak sama kualitasnya dengan detail informasi atau data barang yang diberikan oleh pelaku usaha. Hal ini menjadi salah-satu bentuk bahwa asas kebermanfaatan mengenai perlindungan hukum belum terealisasi dengan baik; karena masih banyak pelaku usaha yang belum ditindak atau bahkan para konsumen enggan melakukan pelaporan karena dinilai mekanisme hukum cukup rumit sehingga memakan waktu dan biaya yang tidak sedikit. Padahal konsumen berdasarkan bentuk transaksi pada *e-commerce* sangat beragam, mulai dari nominal yang kecil hingga yang bernominal besar.

7. Asas keadilan

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

Undang-undang perlindungan konsumen mengatur bahwa konsumen dan pelaku usaha memiliki hak dan kewajibannya masing-masing yang dimana salah satunya beritikad baik, konsumen harus beritikad baik terhadap pelaku usaha begitu pun pelaku usaha harus beritikad baik kepada konsumen. Sehingga asas keadilan dapat

terwujud bagi kedua belah pihak. Akan tetapi; kembali pada kenyataan transaksi khususnya pada lingkup transaksi *e-commerce*; nampaknya keadilan masih dipertanyakan, terutama oleh pihak konsumen. Bagaimana penindakan atau penyanksian hukum bagi para pelaku usaha yang sudah dengan terang-terangan maupun sembunyi-sembunyi melakukan kecurangan, baik secara penyejitan informasi, data barang yang dipertransaksikan hingga tempat atau alamat produk tersebut didistribusikan atau bahkan identitas dan lainnya sebagaimana pada pasal 65 UU Perdagangan ayat (4)²⁰⁰ tidak terpenuhi dengan baik; sehingga dalam hitungan waktu yang cukup singkat berbagai bentuk kecurangan, penipuan terjadi dalam setiap transaksi *e-commerce*. Ini merupakan salah-satu ironi dalam lingkup perlindungan hukum yang secara undang-undang oleh beberapa pihak dikatakan telah jelas bagaimana bentuk penindakannya agar keadilan dimaksud terwujud, namun di lain sisi banyak pihak yang mempertanyakan bagaimana

-
- ²⁰⁰1) Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar.
- 2) Setiap Pelaku Usaha dilarang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1).
- 3) Penggunaan sistem elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib memenuhi ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- 4) Data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit memuat:
- a. Identitas dan legalitas pelaku usaha sebagai produsen atau pelaku usaha distribusi;
 - b. Persyaratan teknis Barang yang ditawarkan;
 - c. Persyaratan teknis atau kualifikasi Jasa yang ditawarkan;
 - d. Harga dan cara pembayaran Barang dan/atau Jasa; dan
 - e. Cara penyerahan Barang.
- 5) Dalam hal terjadi sengketa terkait dengan transaksi dagang melalui sistem elektronik, orang atau badan usaha yang mengalami sengketa dapat menyelesaikan sengketa tersebut melalui pengadilan atau melalui mekanisme penyelesaian sengketa lainnya.
- 6) Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi administratif berupa pencabutan izin.

keadilan tersebut dapat diwujudkan tanpa pandang bulu atau besar kecilnya sebuah transaksi yang dilakukan oleh para konsumen.

Salah-satu tokoh penting dalam kajian hukum keindonesiaan sekaligus sebagai tokoh utama yang diterapkan pemikirannya dalam penelitian disertasi ini dalam rangka sebagai pisau analisa atas permasalahan yang telah ditetapkan yakni Mochtar Kusumaatmadja mengenai hukum agar dapat mewujudkan keadilan sebagai asasnya menjelaskan bahwa hukum merupakan sperangkat asas dan kaidah yang mengatur hubungan antar manusia dalam masyarakat, baik yang merupakan kekerabatan, kampung atau desa, atau pada suatu negara demi tatanan yang terbaik.²⁰¹ Berangkat dari penjelasan tersebut, nampaknya sebuah keadilan tidak akan terwujud manakala hukum masih dipahami sebagai alat atau legal formal saja. Karena hukum yang dipandang sebagai alat justru hanya akan menciptakan stikma bahwa hukum akan diterapkan manakala kesalahan-kesalahan yang dilakukan diketahui; kemudian yang melakukan kesalahan akan mendapatkan sanksi atau hukuman sebagai ganjaran atas kesalahan yang dilakukan. Padahal kata Muctar, hukum mestinya dipahami sebagai seperangkat asas dan kaidah yang melekat pada setiap pihak dalam keadaan apapun, sehingga jika telah demikian; maka hukum dapat menjadi tumpuan atas terselenggaranya pola relasi yang baik dan berimbang. Adil bukan hanya tentang terpenuhinya kebutuhan atau

²⁰¹ Mochtar Kusumaatmadja, *Pengantar Ilmu Hukum*, (Jakarta: Alumni, 2009), 4

kehendak para pihak, namun adil lebih merupakan kebersamaan hak dan kewajiban yang dapat saling melengkapi antara satu dengan yang lainnya sesuai keadaan dan kemampuan masing-masing.

8. Asas keseimbangan

Asas ini dimaksudkan untuk menciptakan keberimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual. Penyelenggaraan perlindungan konsumen diharapkan dapat mengakomodir segala macam kepentingan-kepentingan baik konsumen, pelaku usaha dan pemerintah secara seimbang, baik dari aspek regulasi maupun norma-norma perlindungan konsumen yang ada dalam pergaulan masyarakat.

Transaksi *e-commerce* memang tidak dapat dipandang sama dengan bentuk transaksi lainnya. Karena media yang digunakan sangat berbeda; yakni dalam transaksi *e-commerce* antara pelaku usaha dan konsumen nyaris tidak perlu mengadakan pertemuan secara tatap-muka dalam setiap transaksi yang dilakukan. Digitalisasi telah memangkas beberapa hal yang melekat pada proses transaksi yang dilakukan sebelum digitalisasi muncul. Pada transaksi *e-commerce* baik pengusaha maupun konsumen tidak perlu datang secara langsung atau bertemu secara langsung. Makna bertemu langsung dalam transaksi ini telah bergeser pada proses transaksi yang bersifat elektronik. Para konsumen dengan pelaku usaha cukup bertemu dan melakukan kesepakatan-kesepakatan dengan jalur elektronik. Namun

tidak sedikit pula kemudahan yang disediakan dalam digitalisasi seperti pada transaksi *e-commerce* tersebut oleh oknum dijadikan sebuah kesempatan untuk berlaku curang. Sehingga di Indonesia khususnya berdasarkan fakta, hingga saat ini masih terus terjadi malapraktik transaksi *e-commerce* yang tidak sesuai dengan data dan informasi yang seharusnya disajikan oleh para pihak, baik pihak konsumen lebih-lebih oleh pihak pelaku usaha sehingga untuk mewujudkan perlindungan konsumen sesuai dengan asas keseimbangan masih mempunyai kendala yang memerlukan penanganan khusus terutama oleh pemerintah.

Peraturan-perundang-undangan memang telah dibuat sedemikian rupa; akan tetapi fakta mengatakan, bahwa peraturan perundang-undangan yang ada masih belum bisa dimaksimalkan; dengan berbagai alasan yang mengiringi sebagai fenomena hukum yang memerlukan tindakan-tindakan untuk penyelesaian. Dalam PP No. 71 tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik tidak ditemukan kata perjanjian, yang ada kata “kontrak”. Kontrak merupakan suatu perjanjian; berdasarkan pengertian kontrak elektronik yang terdapat pada pasal 1 angka 15 yakni “kontrak elektronik merupakan perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik”. Sehingga sahnyanya suatu perjanjian dalam PP berdasarkan pasal 47 ayat (2) bahwa “kontrak elektronik dianggap sah apabila; 1). Terdapat kesepakatan para pihak; 2). Dilakukan oleh subjek hukum

yang cakap atau berwenang mewakili sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; 3). Terdapat hal-hal tertentu; dan 4). Objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum.

Memahami ketentuan tersebut, dalam transaksi elektronik yang dalam praktiknya dilakukan tanpa pertemuan tatap muka atau dengan posisi para pihak yang berjauhan, para pihak memerlukan perilaku kehati-hatian dan pemahaman yang utuh tentang transaksi yang akan dilakukan terutama oleh pihak konsumen. Mulai dari kesepakatan yang dilakukan melalui media elektronik, seharusnya hanya bisa dilakukan oleh pihak-pihak yang menurut hukum telah mencapai batas minimum orang dikatakan cakap hukum; akan tetapi dalam kenyataannya transaksi ini seperti tidak mempunyai pelaksanaan yang khusus untuk menyaring dan memahami poin “cakap hukum” tersebut. Tidak sedikit konsumen dalam transaksi elektronik atau *e-commerce* saat ini tidak lagi memerhatikan capaian usia seseorang sebagai salah-satu ketentuan hukum dalam melakukan transaksi *e-commerce*. Banyak hal yang melatar belakangi kenyataan tersebut, salah-satunya mudahnya memanipulasi data dan informasi berkaitan dengan identitas dan sebagainya.

Objek transaksi lingkup *e-commerce* sangat beragam. Dengan adanya digitalisasi jual-beli memudahkan semua pihak dalam memenuhi kebutuhan primer maupun sekunder semua kalangan tanpa

terkecuali. Sayangnya, di Indonesia khususnya tidak semua yang melakukan transaksi *e-commerce* memahami aturan yang ada; kebanyakan dari mereka hanya melakukan mekanisme transaksi berdasarkan kebutuhannya, bukan karena paham tata-aturan yang seharusnya menjadi pelindung atau batasan-batasan perilaku pada lingkungan *e-commerce*-nya. Akibatnya khusus konsumen, banyak dirugikan karena barang atau jasa yang ia sepakati ternyata tidak sesuai data dan informasi yang ia dapatkan atau bahkan mereka sendiri melakukan manipulasi atau kesalahan-kesalahan yang sebenarnya dapat mereka hindari dengan bekal pemahaman yang utuh tentang peraturan perundang-undangan agar asas keseimbangan yang dimaksud oleh pemerintah tercapai.

9. Asas keamanan dan keselamatan konsumen

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

Penyelenggaraan perlindungan konsumen diharapkan memperhatikan aspek-aspek keamanan dan keselamatan bagi konsumen. Dalam mewujudkan keamanan dan keselamatan konsumen atas barang dan/atau jasa diawali dengan membuat regulasi yang baik, standardisasi, serta optimalisasi lembaga-lembaga pengawasan. Sesuai dengan UUPK, pemerintah Indonesia telah memerinci dengan jelas

berkaitan dengan komitmen perlindungan konsumen. Mulai dari asas, tujuan, dewan atau komite nasional perlindungan konsumen hingga pemberlakuan sanksi yang tegas. Akan tetapi kembali lagi pada kenyataan hukum yang ada; bahwa masih minim perlindungan yang dirasakan oleh para konsumen, terutama konsumen pada tingkat transaksi dengan nominal kecil. Padahal dalam penjelasan UUPK, perlindungan konsumen tidak menciptakan kelas-kelas transaksi, sehingga harusnya semua konsumen harus mendapatkan rasa keamanan dan keselamatan sebagai bentuk perlindungan yang merupakan haknya.

Keamana dan keselamatan konsumen bukan lagi mengarah pada dohir atau realitas kediriannya, namun khusus dalam transaksi *e-commerce* adalah keselamatan mengenai data dan informasi diri yang ia serahkan pada pihak-pihak terkait karena alasan syarat transaksi yang akan mereka lakukan. Misalnya tentang data diri yang menyangkut identitas konsumen; tidak sedikit juga kemudian dari transaksi tersebut ada pihak-pihak yang memanfaatkan data atau identitas konsumen untuk kepentingan komersil lainnya. Hal seperti tersebut dalam dunia elektronik sangat berpotensi terjadi, sebagaimana dalam beberapa waktu terahir di layar televisi dan medsos ramai diinformasikan mengenai kebocoran data dan identitas salah-satu konsumen. Ini menandakan, bahwa hukum yang diterapkan oleh pemerintah guna melindungi konsumen mempunyai celah. Sehingga

selain penindakan secara hukum dipertegas juga membutuhkan terobosan baru dalam kebijakan khusus perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* ini.

Pembatasan penggunaan identitas pada transaksi *e-commerce* bidang jasa seperti penggunaan kartu telepon genggam/*smartphone* misalnya telah dilakukan, namun ternyata masih banyak cara yang ditemukan oleh pelaku-pelaku usaha, baik pelaku usaha pada level pertama, kedua dan seterusnya. Berdasarkan pada kenyataan tersebut, nampaknya undang-undang yang jelas kata Muchtar Kusumaatmaja dalam praktiknya jelas tidak dapat berdiri sendiri, melainkan membutuhkan perangkat-perangkat hukum lainnya untuk menciptakan hukum yang memberikan jaminan perlindungan pada masyarakat.

Oleh karenanya, keberadaan institusi penegak hukum mutlak diperlukanketegasan dan kesigapannya tanpa embel-embel apapun selain demi menegakkan keadilan bagi semua pihak. Hal ini karena transaksi *e-commerce* melibatkan pertukaran data elektronik, transfer dana elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis. Industri teknologi informasi melihat kegiatan *e-commerce* ini sebagai aplikasi dan penerapan dari e-bisnis (*e-business*) yang berkaitan dengan transaksi komersial, seperti: transfer dana secara elektronik, SCM (*supply chain management*), e-pemasaran (*e-marketing*), atau pemasaran *online* (*online marketing*), pemrosesan transaksi *online* (*online transaction processing*), serta

pertukaran data elektronik (*electronic data interchange*).²⁰² Sehingga memang tidak main-main berkaitan dengan pola transaksi elektronik yang dengan kecanggihannya dapat merekam seluruh aktivitas yang dilakukan oleh semua pihak; termasuk data pribadi konsumen khususnya.

Sejauh ini, proses hukum untuk mewujudkan keamanan dan keselamatan para pihak khususnya pihak konsumen, masih terlalu rumit dan lama prosesnya jika disbanding dengan waktu yang dapat digunakan oleh konsumen sebagai pihak yang paling potensial untuk dijadikan eksploitasi oleh para pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Sehingga perlu dimaksimalkan fungsi dari dewan atau komite perlindungan konsumen sebagai bentuk eksistensi dari keberadaannya selain dari pihak swadaya masyarakat berkaitan dengan perlindungan konsumen.

10. Asas kepastian hukum

Asas ini dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen serta negara menjamin kepastian hukum.

Kepastian hukum mutlak dibutuhkan oleh para pihak khususnya pihak konsumen *e-commerce*. Karena setiap transaksi yang dilakukan secara elektronik tersebut selalu mempunyai resiko yang cukup tinggi. Mulai dari rawan kebocoran data pribadi yang dipersyaratkan oleh

²⁰² Onno W Purbo, dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal E-Commerce*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2001), 27

pihak pelaku usaha, kualitas barang atau jasa yang didapat tidak sesuai dengan detail informasi pada sistem yang ada hingga pada resiko materi lainnya. Oleh karenanya, pemerintah sebagai penggagas adanya undang-undang perlindungan konsumen jo undang-undang informasi dan transaksi elektronik jo undang-undang perdagangan hingga saat ini masih belum optimal dalam menjamin kepastian hukum bagi konsumen *e-commerce*.

Pemerintah melalui UUPK khususnya secara materil telah berupaya keras untuk mewujudkan kepastian hukum dimaksud. Tetapi lagi-lagi persoalan sejalan dengan praktik perundang-undangan bukan tidak ada, justru pemasalahan yang dihadapi semakin kompleks. Mulai dari penegakan hukum yang dipahami masih rumit, pandang bulu hingga pada tataran oknum pejabat hingga penegak hukum yang korup, sehingga menuntut masyarakat khususnya konsumen berstigma negatif pada setiap penegakan hukum dilakukan. Padahal sudah jelas pada pasal 30 UUPK.²⁰³

1. Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundangundangnya diselenggarakan oleh pemerintah, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.
2. Pengawasan oleh pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait.

²⁰³ Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pasal 30

3. Pengawasan oleh masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar.
4. Apabila hasil pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat ternyata menyimpang dari peraturan perundang-undangan yang berlaku dan membahayakan konsumen, Menteri dan/atau menteri teknis mengambil tindakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
5. Hasil pengawasan yang diselenggarakan masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan dapat disampaikan kepada Menteri dan menteri teknis.
6. Ketentuan pelaksanaan tugas pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah.

Sedangkan apa-bila penuntutan demi kepastian hukum dilakukan dari jalur masyarakat, praktis nyaris semuanya mengalami kebuntuhan alias tidak ada harapan kepastian hukum bagi konsumen sebagai baian dari asas yang ditetapkan sebagai dasar dari penyelenggaraan perlindungan terhadap konsumen.

Perlindungan konsumen sebagaimana telah diatur dalam UUPK, merupakan keseluruhan asas dan kaidah hukum yang mengatur hubungan, penyediaan dan penggunaan produk barang atau jasa, antara

penjual dan pembeli. Hukum perlindungan konsumen merupakan bagian khusus dari hukum konsumen sebagai salah-satu hak yang melekat tanpa harus diperdebatkan yang di dalamnya terdapat keseluruhan asas dan kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen pada lingkup transaksi antara penyediaan dan penggunaan produk oleh konsumen dalam kehidupan bermasyarakat. Karena fungsi terpenting dari hukum ialah tercapainya keteraturan dalam kehidupan manusia itu sendiri.²⁰⁴ Dari pernyataan yang diberikan Moctar Kusumadma ini, jelas kepastian hukum tidak bisa dilepas dari asas lain yang juga menjadi dasar atas terselenggaranya perlindungan konsumen. Dari lima asas tersebut, semuanya mempunyai kesinambungan antara-satu dengan asas lainnya, hanya saja pemerintah sebagai pemangku kebijakan perlu memberikan penjelasan yang konsisten berkaitan perlindungan konsumen khususnya konsumen *e-commerce* karena bagaimanapun dari aktivitas transaksi yang dilakukan cukup berbeda dengan bentuk transaksi di luar *e-commerce*.



²⁰⁴ Mochtar Kusumaatmadja, *Pengantar Ilmu Hukum*, (Jakarta: Alumni, 2009), 49

Berdasarkan pada poin-poin yang secara keseluruhan dipandang masih dijumpai beberapa kelemahan dalam realitas penerapan hukum perlindungan konsumen *e-commerce* khususnya kenapa perlindungan terhadap konsumen belum maksimal. Diantaranya:

- 1) Jelas pada asas kemanfaatan masih belum dirasakan menyeluruh, karena penegakan hukumnya masih bersifat aduan selain pada tipe konsumen tertentu yang melakukan tindakan.
- 2) Dari manfaat yang dirasakan hanya oleh beberapa pihak, maka otomatis rasa keadilan tidak dapat diwujudkan pada setiap konsumen yang memerlukan perlindungan secara sama.
- 3) Keseimbangan juga masih mengalami kendala dalam usaha mewujudkannya, selama ini banyak kita jumpai beberapa data dan informasi yang tidak akurat mengenai barang atau jasa yang akan digunakan oleh konsumen, terutama pada segi kualitas barang maupun jasa; sayangnya ketidakseimbangan atau ketidakadilan tersebut sulit untuk konsumen *e-commerce* untuk melakukan tindakan-tindakan hukum agar haknya didapatkan dengan baik.
- 4) Pada poin keselamatan dan keamanan khususnya bagi konsumen masih tetap mempunyai resiko tinggi, khususnya berkaitan dengan penyalagunaan data pribadi pasca transaksi elektronik yang dilakukan; ini salah-satu problem yang hingga saat ini terus terjadi dan cukup cepat perubahan kejadiannya, baik bentuk, waktu maupun motif kepentingannya.

5) Pada poin yang terakhir ini, tentang kepastian hukum bagi konsumen *e-commerce*, menjadi salah-satu pertanyaan besar; khususnya bagi pemerintah dan para pihak berwenang. Karena sebagaimana kita ketahui, undang-undang yang ada masih belum mengatur secara spesifik mengenai perlindungan konsumen dengan transaksi elektronik. Sehingga kembali lagi pada poin mafaat yang seharusnya didapat oleh pihak konsumen *e-commerce*, semakin berkembang dan bervariasi pola transaksi *e-commerce*, semakin tidak terasa kemanfaatan, keadilan dan kepastian hukum yang dimaksud oleh pemerintah dalam perlindungan konsumen. Lebih dari itu, tujuan sebagaimana dalam UUPK, nampaknya masih berstatus sebagai fakta undang-undang, bukan sebagai fakta hukum yang terealisasi. Bahkan dalam UUIITE dan UU Perdagangan-pun nampaknya masih menysasar pada konsumen dengan kemampuan materi tertentu dalam penegakannya, sebagaimana telah penulis uraikan fakta hukumnya pada poin asas di atas. Hal tersebut juga ditegaskan oleh Az. Nasution mengenai perlindungan hukum konsumen bahwa hukum konsumen yang memuat asas atau kaidah dengan bersifat mengatur dan melindungi kepentingan konsumen. Sehingga hukum konsumen merupakan keseluruhan asas, kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara pihak satu dengan lainnya berkaitan dengan jasa atau barang konsumen pada lini kehidupan.²⁰⁵

²⁰⁵ Kurniawan, *Hukum Perlindungan Konsumen: Problematika Kedudukan dan Kekuatan Putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)*, (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011). 13

Hak-hak para konsumen sebagaimana diatur dan dirinci dalam pasal 4 UUPK, bahwa konsumen berhak:²⁰⁶

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

²⁴⁶ Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pasal 4

Nampaknya hak-hak para konsumen tersebut secara praktik masih terancam dikesampingkan oleh beberapa pihak, khususnya para pelaku usaha manakal asas yang telah ditegaskan dalam UUPK khususnya tidak terlaksana dan tercapai dengan baik dalam praktik hukumnya; padahal pemerintah dalam rencana pembangunan jangka menengah (RPJM) dalam buku periodic 2020-2024 menetapkan, bahwa salah-sat yang harus mengalami pertumbuhan signifikan ialah pada bidang perekonomian, baik micro maupun macro. Hal tersebut menjadi titik tolak pencapaian yang harusnya diwujudkan dengan hukum dan perangkat-perangkatnya yang memadai.

Undang-undang perlindungan konsumen juga tidak hanya mengatur tentang asas, tujuan dan hak para konsumen, tetapi juga mengatur tentang kewajiban para konsumen, sebagaimana tertuang dalam pasal 5, para konsumen mempunyai kewajiban diantaranya:²⁰⁷

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.

Artinya, semua konsumen harus melakukan kegiatan konsumennya sesuai prosedur dan tata aturan yang telah dibuat oleh para pihak atau bahkan oleh para pelaku usaha sejauh petunjuk informasi tersebut sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku, sehingga para konsumen tidak salah dan tetap dalam koridor pemanfaatan barang atau jasa yang aman disamping juga dalam perspektif perlindungan hukum konsumen juga akan terlindungi.

²⁰⁷ Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pasal 5

2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;

Para konsumen juga dihimbau dan dituntut memunculkan iktikad baik salah-satunya dalam memperoleh dan menggunakan barang atau jasa yang ditransaksikan sesuai dengan kebutuhan tanpa menyalahi peraturan yang ada.

3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.

Konsumen yang baik merupakan konsumen yang bertindak sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati bersama dengan pihak pelaku usaha. Salah-satunya tentang besaran nilai atau nominal yang harus dibayar atau dilunasi oleh konsumen agar konsumen dapat memiliki barang atau dapat memakai jasa yang disediakan oleh para pelaku usaha. Sebenarnya peraturan ini masih lebih bersifat praktis pada konsumen dengan transaksi konvensional/dunia nyata; sedangkan dalam konsumen dengan transaksi elektronik/dunia maya, kesepakatan harga terjadi secara sepihak, sehingga posisi dari konsumen merupakan mutlak harus menerima klausula harga baku yang diberikan oleh pelaku usaha.

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

Setiap kemungkinan dalam transaksi yang dilakukan oleh konsumen bisa saja bermacam-macam, mulai kemungkinan yang negatif, positif, merugikan dan lainnya, sehingga apa bila para konsumen berhadapan dengan kemungkinan yang dapat membawa mereka ke meja

penuntutan atau hukum, oleh undang-undang konsumen yang terkait agar dapat kooperatif dalam setiap rangkaian penyelesaian hukum. Pada kenyataannya sudah menjadi rahasia umum, pihak konsumen menjadi pihak yang jauh sangat dirugikan disbanding pihak pelaku usaha dalam terjadi sengketa atau ketidaksesuaian dalam perjanjian jual-beli, lebih-lebih dalam transaksi *e-commerce*. Selain dalam transaksi *e-commerce* para pihak tidak bertemu langsung, posisi konsumen yang wajib mematuhi apa yang telah diinformasikan oleh pelaku usaha termasuk besaran harga dengan tidak seutuhnya dapat menjamin kualitas barang yang ditransaksikan juga peraturan hukum yang hingga saat ini masih belum tegas atau tidak dapat mengakomodir kepentingan konsumen *e-commerce*.

Mochtar Kusumatmaja menegaskan, hukum perlindungan konsumen merupakan bagian khusus dari hukum konsumen sebagai salah-satu hak yang melekat tanpa harus diperdebatkan yang di dalamnya terdapat keseluruhan asas dan kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen pada lingkup transaksi antara penyediaan dan penggunaan produk oleh konsumen dalam kehidupan bermasyarakat. Karena fungsi terpenting dari hukum ialah tercapainya keteraturan dalam kehidupan manusia sebagaimana terdapat pada setiap tujuan yang

hendak dicapai oleh hukum tersebut sebagai poin utama dari diaturnya perlindungan konsumen.²⁰⁸

B. Faktor Pemerintah

Peraturan perundang-undangan tentang perlindungan konsumen nampaknya setelah dibenturkan dengan lingkup konsumen *e-commerce* mengalami ketidak maksimalan lantaran terdapat beberapa kelemahan dalam peraturan perundang-undangan tersebut. Dalam peraturan perlindungan konsumen tidak secara tegas membahas bagaimana posisi dari konsumen *e-commerce*. UUPK dengan keumuman perlindungan konsumennya oleh pemerintah nampaknya diharapkan mampu menjangkau konsumen dari berbagai bentuk kepentingan, transaksi dan upaya yang harus dilakukan manakala mendapatkan perlakuan tidak adil oleh pelaku usaha. UUPK dalam pandangan penulis berdasarkan pada fakta dan realitas undang-undang masih terdapat sisi kelemahan, khususnya jika dihadapkan pada transaksi elektronik, sebagaimana menjadi salah-satu transaksi paling sering dilakukan saat ini.

Penegakan hukum khususnya perlindungan hukum bagi konsumen *e-commerce* bisa saja dicukupkan dengan keberadaan UUPK dan UUIITE disamping UU Perdagangan, yang kesemuanya memang masih dapat ditarik pada lingkup perlindungan konsumen dengan system transaksi digital. Akan tetapi nampaknya tetap harus diakui, keberadaan undang-undang tersebut membutuhkan spesifikasi pembahasan mengenai transaksi elektronik terutama

²⁰⁸ Mochtar Kusumaatmadja, *Pengantar Ilmu Hukum*, (Jakarta: Alumni, 2009), 49

untuk melindungi konsumen. Konsumen *e-commerce* berbeda dengan konsumen pada transaksi non elektronik; konsumen dengan transaksi elektronik dapat melakukan transaksinya dengan berbagai pelaku usaha dengan kedudukan hukum di luar wilayah hukum negara Indonesia. Berikut beberapa yang kelemahan-kelemahan yang terdapat dalam kebijakan perlindungan konsumen oleh pemerintah Indonesia terutama dalam peraturan-perundang-undangan yang berkaitan dengan konsumen:

1. Pada lingkup ketentuan hukum mengenai pelaku usaha, UUPK khususnya masih terbatas pada pelaku usaha pada wilayah hukum Indonesia. Padahal konsumen dengan transaksi elektronik/*e-commerce* sangat mungkin melakukan transaksinya hingga antar negara, sehingga undang-undang perlindungan konsumen tidak dapat menjangkau dan merealisasikan perlindungannya terhadap konsumen dengan detail transaksi *e-commerce* lintas wilayah hukum. Hal ini jelas ditegaskan dalam bab I tentang ketentuan umum perundang-undangan pasal 1 poin (2) yakni Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan 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.
2. Undang-undang perlindungan konsumen juga sebagaimana diketahui juga mengatur tentang klausula baku yakni setiap aturan atau

ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan serta ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen. Hal ini juga rawan dijadikan kesempatan untuk menekan para konsumen dalam transaksi elektronik, mengingat antara penjual dan pembeli tidak berada dalam satu tempat yang sama dan juga sangat mungkin tidak dalam waktu yang sama dalam melakukan transaksi. Meski dalam UUPK juga tidak dibenarkan para pelaku usaha mengelabui para konsumen melalui informasi atau peraturan yang dibuat sepihak. Karena pasal 18²⁰⁹ yang mengatur tentang penetapan klausula baku masih dalam wilayah transaksi konvensional/ pada dunia nyata bukan dalam wilayah transaksi elektronik/ dunia maya.

3. Pasal 2 huruf (a) UU Perdagangan menyatakan bahwa “Kebijakan perdagangan disusun berdasarkan asas kepentingan nasional” artinya, pada perlindungan konsumen masih terbatas pada wilayah nasional hukum Indonesia. Kepentingan nasional merupakan kepentingan internal sebuah negara jika dilihat dari perspektif hukum internasional. Faktanya, konsumen dengan transaksi elektronik

²⁰⁹ Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat dan/atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila: menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha, menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak menyerahkan kembali barang yang dibeli konsumen, menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen, mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen.

sangat dimungkinkan melakukan transaksi multi nasional, sehingga hukum yang dibentuk melalui undang-undang perlindungan konsumen, undang-undang informasi dan transaksi elektronik serta undang-undang perdagangan tidak dapat mengantisipasi dan memberikan perlindungan dengan rasio kasus transaksi elektronik tersebut. Sekali lagi, karena ke tiga undang-undang tersebut masih belum secara tegas mengatur tentang perlindungan konsumen *e-commerce*.

4. Pemerintah melalui UUIITE no. 8 tahun 2011 jo Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik; secara spesifik juga belum mengatur tentang pengingkaran dalam suatu perjanjian yang dibuat melalui media elektronik atau dalam transaksi elektronik seperti pada *e-commerce*; sehingga terdapat kekosongan norma. Perlu di pahami pula, bahwa dalam UUIITE, sebagai akibat dari kekosongan norma dalam undang-undang tersebut tentang perjanjian melalui elektronik antara konsumen dan pelaku usaha jika ingin tetap dapat menindak peklanggaran dalam perjanjian elektronik sebagaimana dimaksud; harus ada pemberlakuan asas diluar UUIITE, yakni menuntut pemerintah mengambil sikap untuk memberlakukan asas *lex specialis derogate legi generalis* yakni asas yang menyatakan aturan hukum yang khusus dapat mengesampingkan aturan hukum yang

umum. Sebagaimana dalam Pasal 39 ayat (1) UUIITE yang menyatakan bahwa gugatan perdata dilakukan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; sehingga secara tidak langsung, pasal tersebut mengarah pada pemberlakuan asas *lex specialis derogate legi generalis*; hal ini juga karena ketentuan pada pasal 38 UUIITE masih terlalu umum untuk melakukan penuntutan pada pihak pelaku usaha pada lingkup transaksi elektronik.

5. Selain itu, beberapa kelemahan dari system perlindungan konsumen di Indonesia terutama pada konsumen *e-commerce* atau dengan system transaksi elektronik oleh BPKN (Badan Perlindungan Konsumen Nasional) sebagaimana dilansir oleh Tempo pada Selasa 2 Juli 2019²¹⁰ menyampaikan, paling tidak terdapat tiga kelemahan dalam sistem perlindungan konsumen di Indonesia pada lingkup konsumen *e-commerce*; a). Bahwa perundang-undangan yang ada khususnya UUPK saat ini tidak mampu mengakomodir perkembangan di sector teknologi, salah-satu contohnya misalkan pada transportasi *online* yang masih tetap menggunakan Undang-Undang No. 22 tahun 2009 tentang lalu lintas dan angkutan jalan, padahal saat ini transportasi *online* yang awalnya mengangkut orang, berkembang pada sector antar-jemput barang, makanan, pangan dan bahkan asuransi; namun jika ada kecelakaan tunggal yang

²¹⁰ Koordinator Komisi Komunikasi dan Edukasi Badan Perlindungan Konsumen Nasional Arief Safari, Ketua BPKN Ardiansyah Parman, David M.L. Tobing, dan Pengurus Harian Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia Sudaryatmo di Toko Buku Gramedia Matraman, Jakarta, Sabtu, 20 April 2019. Tempo.

melibatkan transportasi *online* yang tidak dicover oleh Jasa Raharja;

b). Kelemahan berikutnya ialah karena undang-undang yang ada belum mampu memberikan perlindungan secara pasti mengenai data atau identitas pribadi; padahal sudah tak terhitung lagi berapa banyak data-data pribadi yang terus digunakan untuk transaksi digital; seperti pada salah-satu *e-commerce* dengan kejadian misalnya barang yang dibeli tidak sesuai atau terjadi *chemical contamination*. Dan jika jika dibahas, siapa yang bertanggung jawab? Dan jika diminta datanya, yang menyimpan datanya pihak *e-commerce* atau orang lain; hal seperti inilah yang hingga saat ini di Indonesia tidak jelas regulasinya; c). Terahir, kelemahan perlindungan konsumen datang dari banyaknya pengaduan dari masyarakat; BPKN yang bertindak hanya sebagai penerima pengaduan, merasa tidak bisa berbuat lebih, karena proses penyelesaiannya merupakan kewenangan dari BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen); sedang pada sector keuangan masih merupakan kewenangan dari LAPS (Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa) yang juga berada di bawah OJK (Otoritas Jasa Keuangan). Berdasarkan hal tersebut; jelas tidak ada keefektifan perlindungan konsumen, karena pasti masyarakat kebingungan, kemana mereka akan menyelesaikan sengketanya; belum lagi kekosongan undang-undang yang mengakibatkan terjadinya ketidak jelasan norma hukum yang akan digunakan sebagai dasar gugatannya.

Perlindungan konsumen oleh beberapa tokoh dikatakan sebagai salah-satu tindakan yang diperlukan dalam rangka memberikan hak semua konsumen tentang kepastian hukumnya. Diatur pula dalam pasal 4 ayat (5 dan 6) UUPK bahwa konsumen berhak:²¹¹ 5). Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut; 6). Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen. Sejauh ini, berdasarkan uraian di atas, maka bentuk advokasi yang diberikan terutama untuk konsumen dalam transaksi elektronik atau *e-commerce* hamper tidak ada; karena selain peraturan perundang-undangan yang belum mengatur secara khusus sebagai respon atas kemajuan teknologi, juga dari perangkat hukum yang ada masing tumpang tindih dan pilih-pilih dalam melayani keluhan konsumen. Sebut saja konsumen pada level transaksi dengan nominal kecil tidak sedikit yang berahir tanpa adanya kepastian hukum. Selain itu, pemerintah selaku tampuk kebijakan yang di dalam undang-undang mempunyai kewajiban untuk melakukan pembinaan terhadap masyarakat berkenaan dengan pengetahuan konsumen melalui perangkat yang dibentuk dan berwenang, masih dirasa minim. Padahal geliat transaksi ecommerce pada berbagai lapisan masyarakat terus mengalami peningkatan yang tajam.

Satjipto Rahardjo berpendapat, bahwa perlindungan hukum ialah adanya upaya melindungi kepentingan para pihak melalui alokasi kekuasaannya untuk bertindak dalam rangka kepentingan perlindungan atas hak suatu pihak.²¹² Maka jika terdapat kebijakan yang dibuat oleh penguasa dalam hal ini ialah

²¹¹ Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pasal 4

²¹² Satjipto Rahardjo, *Sisi-Sisi Lain Dari Hukum Di Indonesia*, (Jakarta: Kompas, 2003), 121

perlindungan hukum untuk para konsumen yang dalam perspektif Satjipto Raharjo merupakan distribusi kekuasaan yang dilebur dalam peraturan perundang-undangan. Akan tetapi hukum sebagai alokasi dari pihak penguasa yang masih menjumpai kekurangan atau kelemahan, seyogyanya penguasa mengambil tindakan atau langkah-langkah penting guna memperbaiki setiap kelemahan yang dijumpai pada peraturan perundang-undangan yang ada.

Pada pembahasan yang sama yakni tentang perlindungan konsumen, bis kita lihat di negara-negara maju pada Kawasan Eropa; salah-satunya Belanda misalnya. Belanda mempunyai kenijakan yang cukup detail dan tegas mengenai perlindungan terhada konsumen *e-commerce*. Hal tersebut tidak lepas dari komitmen pemerintah sebagai pemegang kebijakan sekaligus yang mempunyai tanggung jawab hukum terhadap warga negaranya yang menjadi konsumen dengan transaksi digital tersebut, pemerintah Belanda hadir melalui peraturan perundang-undangan khusus perlindungan konsumen *e-commerce*. Berikut diantara beberapa pasal yang diberlakukan oleh pemerintah Belanda sesuai petunjuk dari hukum yang diberlakukan oleh Uni Eropa terhadap seluruh negara anggotanya yang kemudian dituangkan ke dalam Buku 6 dan 7 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Belanda (*Burgerlijk Wetboek*) mengatur tentang transaksi penjualan, termasuk penjualan jarak jauh, misalnya *online*, telepon, dan faks di Belanda:

Baab 7.1.9A tentang kontrak jarak jauh

Pasal 7:46a Definisi²¹³

Dalam Bagian ini termasuk:

- a. 'kontrak jarak jauh': perjanjian di mana penjual atau penyedia layanan, dalam kerangka sistem penjualan jarak jauh atau penyediaan layanan jarak jauh, yang diselenggarakan olehnya, secara eksklusif menggunakan satu atau lebih sarana komunikasi jarak jauh hingga dan termasuk saat kontrak dibuat;
- b. 'penjualan jarak jauh': kontrak jarak jauh yang merupakan perjanjian penjualan konsumen;
- c. 'kontrak jarak jauh untuk melakukan layanan': perjanjian yang tentu saja berimplikasi pada kinerja layanan dari jarak jauh antara penyedia layanan yang, ketika menandatangani perjanjian, bertindak dalam praktik atau bisnis profesionalnya dan rekanan, secara alami orang yang pada waktu mengadakan perjanjian tidak bertindak dalam prosesi atau bisnisnya;
- d. 'jasa keuangan': setiap jasa yang bersifat perbankan atau di bidang penyediaan kredit, asuransi, pensiun perorangan, penempatan, investasi dan pembayaran;
- e. 'sarana komunikasi jarak jauh': segala cara yang, tanpa kehadiran fisik para pihak secara simultan, dapat digunakan untuk membuat kontrak jarak jauh antara pihak-pihak tersebut;

²¹³ **Article 7:46a Definitions**

In this Section is understood by:

- a. 'distance contract': the agreement under which a seller or service provider, within the framework of a system for distance sales or distance provisions of services, as organized by him, exclusively makes use of one or more means of distance communication up to and including the moment on which the contract is entered into;
- b. 'distance sale': the distance contract that is a consumer sale agreement;
- c. 'distance contract for performing services': the agreement which necessarily implicates the performance of services from a distance between a service provider who, when entering into the agreement, acts in the course of his professional practice or business and a counterpart, being a natural person who, when entering into the agreement, does not act in the course of his professional practice or business;
- d. 'financial service': every service of a banking nature or in the field of credit supply, insurance, individual pensions, placements, investments and payments;
- e. 'means of distance communication': any means which, without the simultaneous physical presence of parties, may be used for the conclusion of a distance contract between those parties;
- f. an 'operator of a means of communication': a natural person or legal person whose trade, business or professional practice it is to make one or more means of distance communication available to sellers or service providers.
- g. 'directive': directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council of the European Union of 20 May 1997 on the protection of consumers in respect of distance contracts (OJ L 144);
- h. 'directive no. 2002/65/EG': directive no. 2002/65/EG of the European Parliament and the Council of the European Union of 23 September 2002 concerning the distance marketing of consumer financial services (OJ L 271).

- f. 'operator sarana komunikasi': orang perseorangan atau badan hukum yang perdagangan, bisnis, atau praktik profesionalnya menyediakan satu atau lebih sarana komunikasi jarak jauh bagi penjual atau penyedia layanan.
- g. 'directive': arahan 97/7/EC dari Parlemen Eropa dan Dewan Uni Eropa tanggal 20 Mei 1997 tentang perlindungan konsumen sehubungan dengan kontrak jarak jauh (OJ L 144);
- h. 'petunjuk no. 2002/65/EG': arahan no. 2002/65/EG Parlemen Eropa dan Dewan Uni Eropa tanggal 23 September 2002 tentang pemasaran jarak jauh jasa keuangan konsumen (OJ L 271).

Masih dalam lingkup perlindungan konsumen, Belanda mengatur dengan detail dan transparan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan transaksi jarak jauh atau *online*. Termasuk tentang beberapa informasi yang wajib disampaikan oleh pihak perusahaan atau penjual.

Pasal 7:46c Informasi yang harus diberikan sebelumnya²¹⁴

²¹⁴ **Article 7:46c Information to be provided in advance**

- 1. In good time prior to the conclusion of a distance sale, the buyer must be provided in a clear and comprehensible manner, in any way appropriate to the means of distance communication used, with the following information of which the commercial purpose must be made clear:

- a. the identity of the seller and, if the distance sale requires the payment in advance of the price or a part of it, his address;
- b. the most important characteristics of the sold object;
- c. the price of the sold object including all taxes;
- d. the costs of supply, where appropriate;
- e. the arrangements for payment, supply or performance of the distance sale;
- f. whether or not a right of dissolution exists in regard of the agreement in accordance with Article 7:46d, paragraph 1, and 7:46e;
- g. if the costs of using the means of distance communication are calculated on another basis than the basic rate: the height of the applying rate;
- h. the period for which the offer or the price remains valid;
- i. where appropriate, in the case of a distance sale which tends to supply products permanently or recurrently: the minimum duration of the contract.

- 2. In good time during the performance of the distance sale and, as far as it does not concern goods that have to be supplied to third parties, at the latest at the time of supply, the buyer must in a clear and comprehensible manner be provided in writing or, as far as it concerns the data meant under point (a) and (c)-(e), in another durable medium available and accessible to him, with the following information, unless this information has already been given to the buyer prior to the conclusion of the distance sale:

- a. the data meant in point (a) up to and including (f) of paragraph 1;
- b. the requirements for exercising the right of dissolution in accordance with Article 7:46d, paragraph 1, and 7:46e, paragraph 2;
- c. the visiting address of the place of business of the seller to which the buyer may address any complaints;
- d. where appropriate: data about the guarantee and about services to be provided within the

1. Dalam waktu yang tepat sebelum penutupan penjualan jarak jauh, pembeli harus diberikan dengan cara yang jelas dan dapat dipahami, dengan cara apa pun yang sesuai dengan sarana komunikasi jarak jauh yang digunakan, dengan informasi berikut yang tujuan komersialnya harus membuat jelas:
 - a. Identitas penjual dan, jika penjualan jarak jauh mengharuskan pembayaran di muka dari harga atau sebagian darinya, alamatnya;
 - b. Karakteristik yang paling penting dari objek yang dijual;
 - c. Harga barang yang dijual termasuk semua pajak;
 - d. Biaya pasokan, jika sesuai;
 - e. Pengaturan pembayaran, penyediaan atau pelaksanaan penjualan jarak jauh;
 - f. Ada tidaknya hak pembubaran sehubungan dengan perjanjian menurut Pasal 7:46d, ayat 1, dan 7:46e;
 - g. Jika biaya penggunaan sarana komunikasi jarak jauh dihitung atas dasar lain dari tarif dasar: tinggi tarif yang berlaku;
 - h. Periode di mana penawaran atau harga tetap berlaku;

Jika sesuai, dalam kasus penjualan jarak jauh yang cenderung memasok produk secara permanen atau berulang: durasi minimum kontrak.
2. Dalam waktu yang baik selama pelaksanaan penjualan jarak jauh dan sepanjang tidak menyangkut barang yang harus dipasok kepada pihak ketiga, selambat-lambatnya pada waktu penyerahan, pembeli harus dengan jelas dan dapat dimengerti, diberikan secara tertulis atau, sejauh menyangkut data yang dimaksud dalam poin (a) dan (c)-(e), dalam media tahan lama lain yang tersedia dan dapat diakses olehnya, dengan informasi berikut, kecuali informasi ini telah diberikan kepada pembeli sebelum penutupan penjualan jarak jauh:
 - a. data yang dimaksud dalam butir (a) sampai dengan dan termasuk (f) ayat 1;
 - b. persyaratan untuk melaksanakan hak pembubaran sesuai dengan Pasal 7:46d, ayat 1, dan 7:46e, ayat 2;
 - c. alamat kunjungan tempat usaha penjual tempat pembeli dapat menangani keluhan apa pun;
 - d. jika sesuai: data tentang jaminan dan tentang layanan yang akan diberikan dalam kerangka penjualan jarak jauh;
 - e. di mana penjualan jarak jauh dengan durasi yang tidak ditentukan atau durasi yang melebihi satu tahun: persyaratan untuk pemutusan perjanjian.

framework of the distance sale;

e. where the distance sale is of unspecified duration or of a duration exceeding one year: the requirements for termination of the agreement .

Berkaitan dengan informasi yang diwajibkan oleh pemerintah Belanda terhadap pihak penjual atau perusahaan penyedia barang atau jasa, bila dilakukan dengan komunikasi jarak jauh seperti melalui telekomunikasi maka para pihak khususnya pihak penyedia barang atau jasa harus memberikan informasi identitas dengan rinci di awal pembicaraan:

Pasal 7:46h Komunikasi komersial tanpa diminta²¹⁵

²¹⁵ **Article 7:46h Unasked for Commercial Communication**

- 1. When unasked calls are made by telephone to a natural person who does not act in the course of his professional practice or business when receiving the call, with the intention to persuade this person to enter into a distance sale contract, then the identity of the seller and the commercial purpose of the call must be told clearly at the beginning of each conversation.
- 2. The use of automatic calling systems without human intervention, the use of facsimile machines (faxes) and the use of electronic messages for transmitting unasked communication to a natural person who does not act in the course of his professional practice or business when receiving it, with the intention to persuade him to enter into a distance sale contract, is only permitted if the person concerned has in advance given his consent to it, without prejudice to what is provided for in paragraph 3.
- 3. Every person who has obtained electronic contact data for electronic messages in connection with the sale of an object, may use these data for transmitting communication for the promotion of the conclusion of distance sale contracts relating to similar objects of his own, provided that, at the moment of obtaining these contact data, the customer has been clearly and explicitly given the opportunity, free of charge and in an easy way, to object against the use of those electronic contact data, and, if the customer has not made use of this opportunity, that in future this opportunity shall be given to him again under the same conditions at each transmitted communication. Article 41, second paragraph, of the Personal Data Protection Act applies accordingly.
- 4. In using electronic messages for the promotion of the conclusion of distance sale contracts the following data must be mentioned at all times:
 - a. the real identity of the one on behalf of whom the communication is transmitted, and
 - b. a valid mail address or number to which the recipient may address a request to make an end to such communication.
- 5. The use of means for distance communication other than those mentioned in paragraph 2 for transmitting unasked communication or making unasked announcements for the promotion of the conclusion of distance sale contracts to a natural person who is not acting in the course of his professional practice or business, is permitted, unless the person concerned has made known that he does not want to receive communication or statements where these means of distance communication are used.
- 6. A person who transmits unasked communication or makes unasked announcements in order to promote the closing of distance sale agreements, has to take appropriate measures to give notice at least once a year to the persons meant in paragraph 5 of the possibility to declare that they do not want to receive communication or statements in the way as meant in paragraph 5. These persons may be given notice of this possibility by means of an announcement in one or more newspapers or in any other appropriate way.
- 7. No costs may be charged to the persons meant in paragraph 2 and 5 for the measures meant in those paragraphs.

1. Bila panggilan tanpa diminta dilakukan melalui telepon ke orang perorangan yang tidak bertindak dalam praktik profesional atau bisnisnya saat menerima panggilan, dengan maksud untuk membujuk orang tersebut untuk mengadakan kontrak penjualan jarak jauh, maka identitasnya penjual dan tujuan komersial dari panggilan tersebut harus diberitahukan dengan jelas di awal setiap percakapan.
2. Penggunaan sistem panggilan otomatis tanpa campur tangan manusia, penggunaan mesin faksimili (faks) dan penggunaan pesan elektronik untuk mengirimkan komunikasi tanpa diminta kepada orang yang tidak bertindak dalam praktik atau bisnis profesionalnya saat menerima itu, dengan maksud membujuknya untuk mengadakan kontrak penjualan jarak jauh, hanya diizinkan jika orang yang bersangkutan telah memberikan persetujuannya sebelumnya, dengan tidak mengurangi apa yang diatur dalam ayat 3.
3. Setiap orang yang telah memperoleh data kontak elektronik untuk pesan elektronik sehubungan dengan penjualan suatu objek, dapat menggunakan data ini untuk transmisi komunikasi untuk mempromosikan kesimpulan kontrak penjualan jarak jauh yang berkaitan dengan objek serupa miliknya sendiri, dengan ketentuan bahwa , pada saat memperoleh data kontak ini, pelanggan telah secara jelas dan tegas diberi kesempatan, gratis dan dengan cara yang mudah, untuk menolak penggunaan data kontak elektronik tersebut, dan, jika pelanggan belum memanfaatkan kesempatan ini, bahwa di masa depan kesempatan ini akan diberikan lagi kepadanya di bawah kondisi yang sama pada setiap komunikasi yang dikirimkan. Pasal 41, paragraf kedua, Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi berlaku sebagaimana mestinya.
4. Dalam menggunakan pesan elektronik untuk promosi penutupan kontrak penjualan jarak jauh, data berikut harus selalu disebutkan:
 - a. identitas asli dari orang yang atas nama siapa komunikasi tersebut ditransmisikan, dan
 - b. alamat surat atau nomor yang sah yang dapat digunakan oleh penerima untuk menyampaikan permintaan untuk mengakhiri komunikasi tersebut.
5. Penggunaan sarana untuk komunikasi jarak jauh selain yang disebutkan dalam paragraf 2 untuk mengirimkan komunikasi tanpa diminta atau membuat pengumuman tanpa diminta untuk mempromosikan kesimpulan kontrak penjualan jarak jauh kepada orang perseorangan yang tidak bertindak dalam praktik profesionalnya atau bisnis, diperbolehkan, kecuali yang bersangkutan telah memberitahukan bahwa dia tidak ingin menerima komunikasi atau pernyataan di mana sarana komunikasi jarak jauh ini digunakan.
6. Seseorang yang mengirimkan komunikasi tanpa diminta atau membuat pengumuman tanpa diminta untuk mempromosikan penutupan perjanjian penjualan jarak jauh, harus mengambil

langkah-langkah yang tepat untuk memberikan pemberitahuan setidaknya sekali setahun kepada orang-orang yang dimaksud dalam paragraf 5 tentang kemungkinan untuk menyatakan bahwa mereka tidak ingin menerima komunikasi atau pernyataan dengan cara sebagaimana dimaksud dalam ayat 5. Orang-orang ini dapat diberi tahu tentang kemungkinan ini melalui pengumuman di satu atau lebih surat kabar atau dengan cara lain yang sesuai.

7. Tidak ada biaya yang dapat dibebankan kepada orang-orang yang dimaksud dalam ayat 2 dan 5 untuk tindakan yang dimaksud dalam ayat-ayat tersebut.

Belanda juga menegaskan perlindungannya terhadap konsumen dalam hal pemberian hak ‘pembubaran’ dalam perjanjian transaksi *online* atau jarak jauh; bahkan pembubaran perjanjian oleh pihak pembeli tidak memerlukan suatu alasan apapun, sebagaimana dalam pasal berikut:

Pasal 7:46d Waktu pertimbangan dan hak pembubaran²¹⁶

1. Dalam jangka waktu tujuh hari kerja, terhitung sejak hari diterimanya barang yang dijual, pembeli berhak membubarkan jual beli jarak jauh tanpa memberikan alasan apapun. Jika tidak semua persyaratan Pasal 7:46c, ayat 2, telah dipenuhi, jangka waktu tiga bulan. Hukuman

²¹⁶ **Article 7:46d Consideration Time And Right Of Dissolution**

- **1.** During a period of seven working days, starting from the day of receipt of the sold object, the buyer has the right to dissolve the distance sale without giving any reason. If not all requirements of Article 7:46c, paragraph 2, have been met, this period is three months. The first sentence shall apply accordingly as of the moment on which all requirements of Article 7:46c, paragraph 2, have been met within the period meant in the second sentence.

- **2.** In the event of a dissolution pursuant to paragraph 1, the seller may charge no compensation to the buyer, except for the direct costs of returning the object.

- **3.** In the event of a dissolution pursuant to paragraph 1, the buyer is entitled to reimbursement of what he has paid to the seller, which right may be exercised free of charge. The reimbursement must be carried out as soon as possible and in any case within 30 days after the dissolution.

-**4.** Paragraphs 1-3 do not apply to a distance sale contract:

a. of an object of which the price depends on fluctuations in the financial market that cannot be controlled by the seller;

b. of an object which:

1° has been manufactured to the buyer's specifications;

2° is clearly personalized;

3° by reason of its nature, cannot be returned;

4° or declines or expires rapidly;

c. of audio or video recordings or computer software if the buyer has broken their sealing;

d. of newspapers and illustrated magazines.

pertama berlaku sebagaimana mestinya pada saat semua persyaratan Pasal 7:46c, ayat 2, telah dipenuhi dalam jangka waktu yang dimaksud dalam kalimat kedua.

2. Dalam hal terjadi pembubaran sesuai dengan ayat 1, penjual tidak dapat membebaskan ganti rugi kepada pembeli, kecuali biaya langsung pengembalian barang.
3. Dalam hal terjadi pembubaran sesuai dengan ayat 1, pembeli berhak untuk penggantian atas apa yang telah ia bayarkan kepada penjual, yang haknya dapat digunakan dengan cuma-cuma. Penggantian harus dilakukan sesegera mungkin dan dalam hal apa pun dalam waktu 30 hari setelah pembubaran.
4. Paragraf 1-3 tidak berlaku untuk kontrak penjualan jarak jauh:
 - a. suatu objek yang harganya tergantung pada fluktuasi di pasar keuangan yang tidak dapat dikendalikan oleh penjual;
 - b. dari suatu objek yang:
 - 1°. telah diproduksi dengan spesifikasi pembeli;
 - 2°. jelas dipersonalisasi;
 - 3°. karena sifatnya, tidak dapat dikembalikan;
 - 4°. atau menurun atau kedaluwarsa dengan cepat;
 - c. rekaman audio atau video atau perangkat lunak komputer jika pembeli telah merusak segelnya;
 - d. surat kabar dan majalah bergambar.

Pasal 7:46e Pembubaran perjanjian pinjaman yang menyertainya

1. Pembubaran kontrak penjualan jarak jauh menurut Pasal 7:46d, ayat 1, mengarah pada hukum dan tanpa hukuman apapun bagi pembeli untuk pembubaran perjanjian di mana penjual telah meminjamkan sejumlah uang kepada pembeli. pembeli dengan maksud agar de pembeli menggunakan pinjaman ini untuk melunasi harga pembelian.
2. Dalam hal pembubaran kontrak penjualan jarak jauh menurut Pasal 7:46d, ayat 1, pembeli juga berhak untuk membubarkan, tanpa penalti, perjanjian yang dibuat antara dia dan pihak ketiga di mana ketiga ini pihak telah meminjamkan sejumlah uang kepada pembeli untuk pembayaran harga pembelian kepada penjual, jika perjanjian ini dibuat karena adanya perjanjian antara penjual dan pihak ketiga tersebut.

Sedangkan dalam hal penjual atau perusahaan penyedia barang atau jasa tidak melaksanakan kewajibannya atau dengan kata lain wanprestasi, Belanda menegaskan dengan pasal berikut:

Pasal 7:46f Penjual tidak melaksanakannya²¹⁷

²¹⁷ **Article 7:46f Non-performance by the seller**

- **1.** Without a letter of formal notice to perform being necessary, the seller defaults (enters into default) when he has not performed his side of the distance sale contract within a maximum of thirty days from

1. Tanpa surat pemberitahuan resmi untuk melakukan yang diperlukan, penjual wanprestasi (masuk ke dalam wanprestasi) ketika ia tidak melaksanakan kontrak penjualan jarak jauh di sisinya dalam waktu paling lama tiga puluh hari dari hari di mana pembeli telah menempatkan haknya. pesanan pada penjual, kecuali sejauh keterlambatan dalam pelaksanaan tidak disebabkan oleh penjual atau pelaksanaan menjadi tidak mungkin secara permanen dalam jangka waktu ini.
2. Jika pelaksanaan tidak mungkin dilakukan karena barang yang dibeli tidak tersedia, maka pembeli harus diberitahu tentang situasi ini sesegera mungkin dan dia berhak untuk mendapatkan, secara cuma-cuma, pengembalian sejumlah uang yang telah dia bayarkan kepada penjual. Pengembalian dana harus dibayar sesegera mungkin dan dalam hal apa pun dalam waktu tiga puluh hari setelah penjual memberi tahu pembeli bahwa barang yang dibeli tidak tersedia.
3. Jika, dalam situasi sebagaimana dimaksud dalam ayat 2, penjual, berdasarkan ketentuan kontrak yang ditetapkan sebelum atau pada akhir kontrak penjualan jarak jauh, berhak memberikan kepada pembeli suatu objek dengan kualitas yang setara dan harga, maka biaya pengembalian benda ini, setelah hak untuk membubarkan penjualan jarak jauh telah dilaksanakan, ditanggung oleh penjual sesuai dengan Pasal 7:46d, ayat 1. Pembeli harus diberitahu tentang kemungkinan ini dalam suatu cara yang jelas dan dapat dipahami.

Berdasarkan keterangan di dalam pasal tersebut, Belanda juga memberikan keterangan lebih lanjut berkenaan berlakunya rumusan pada setiap pasal terkait perlindungan konsumen, bahwa tidak semua rumusan dapat dikenakan terhadap para pihak sebagaimana keterangan pasal berikut:

Pasal 7:46i Penyediaan layanan²¹⁸

the day on which the buyer has placed his order at the seller, except as far as the delay in performance is not attributable to the seller or performing has become permanently impossible within this period.

- **2.** If performing is impossible because the bought object is not available, then the buyer must be informed of this situation as soon as possible and he has the right to obtain, free of charge, a refund of any sums he has paid to the seller. The refund must be paid as soon as possible and in any case within thirty days after the seller has notified the buyer that the bought object is not available.

- **3.** If, in the situation referred to in paragraph 2, the seller, by virtue of a contractual provision stipulated prior to or at the conclusion of the distance sale contract, has the right to provide the buyer with an object of equivalent quality and price, then the costs of returning this object shall, after the right to dissolve the distance sale has been exercised, be borne by the seller in accordance with to Article 7:46d, paragraph 1. The buyer must be informed of this possibility in a clear and comprehensible manner.

²¹⁸ **Article 7:46i Provision of services**

- **1.** Articles 7:46b, paragraph 2, 7:46c, 7:46d, paragraph 1-3 and 4, point (a), 7:46e and 7:46f, paragraphs 1 and 2, apply accordingly to a distance contract for performing services not being a financial service.

1. Pasal 7:46b, paragraf 2, 7:46c, 7:46d, paragraf 1-3 dan 4, poin (a), 7:46e dan 7:46f, paragraf 1 dan 2, berlaku sesuai dengan kontrak jarak jauh untuk melakukan layanan tidak menjadi layanan keuangan. Pasal 7:46g dan 7:46h berlaku sesuai dengan kontrak jarak jauh untuk melakukan layanan.
2. Bertentangan dengan ayat 1, Pasal-pasal yang disebutkan dalam ayat 1 tidak berlaku untuk kontrak jarak jauh:
 - a. untuk melakukan layanan, jika kontrak ini dibuat dengan operator telekomunikasi melalui penggunaan telepon umum umum;
 - b. untuk membangun suatu pekerjaan atau konstruksi, jika kontrak ini dengan sendirinya berimplikasi pada pembangunan harta tak gerak.
3. Bertentangan dengan paragraf 1, Pasal 7:46c hingga dan termasuk 7:46e dan 7:46f, paragraf 1, tidak berlaku untuk kontrak jarak jauh untuk melakukan layanan yang berkaitan dengan penyediaan akomodasi, transportasi, katering atau rekreasi layanan, di mana penyedia layanan berkomitmen, pada saat kontrak dibuat, untuk menyediakan layanan ini pada tanggal tertentu atau dalam periode tertentu;
4. Bertentangan dengan ayat 1, Pasal 46c, ayat 2, tidak berlaku untuk kontrak jarak jauh untuk melakukan layanan di mana layanan dilakukan hanya pada satu kesempatan melalui penggunaan sarana komunikasi jarak jauh dan yang ditagih oleh operator sarana

Articles 7:46g and 7:46h apply accordingly to a distance contract for performing services.

- **2.** Contrary to paragraph 1, the Articles mentioned in paragraph 1 do not apply to a distance contract:

- a.** to perform services, if this contract is concluded with a telecommunication operator through the use of public payphones;
- b.** to build a work or construction, if this contract necessarily implicates the construction of immovable property.

- **3.** Contrary to paragraph 1, the Articles 7:46c up to and including 7:46e and 7:46f, paragraph 1, do not apply to a distance contract for performing services related to the provision of accommodation, transport, catering or leisure services, where the service provider commits himself, at the moment that the contract is concluded, to provide these services on a specific date or within a specific period;

- **4.** Contrary to paragraph 1, Article 46c, paragraph 2, does not apply to a distance contract for performing services where the service is performed on only one occasion through the use of a means of distance communication and which is invoiced by the operator of the means of distance communication. Never the less the visiting address of the place of business of the service provider to which his counterpart may address any complaints, must be provided always to that counterpart.

- **5.** Contrary to paragraph 1, Article 7:46d does not apply to a distance contract for performing services:

- a.** if the performance of the service has begun with the counterparty's consent before the end of the seven working day period referred to in Article 7:46d, paragraph 1, first and third sentence;
- b.** concerning gaming and lottery services.

- **6.** In the event of a distance contract for performing services the periods referred to in Article 7:46d, paragraph 1, first and second sentence, start to run as of the conclusion of the contract.

- **7.** Any contractual term or condition implying that the counterparty has to prove that the service provider has not fully or partially complied with his obligations, incumbent upon him pursuant to Directive 2002/65/EC, is voidable.

komunikasi jarak jauh. Namun demikian, alamat kunjungan tempat usaha penyedia layanan tempat mitranya dapat menangani keluhan apa pun, harus selalu diberikan kepada pihak lawan tersebut.

5. Bertentangan dengan ayat 1, Pasal 7:46d tidak berlaku untuk kontrak jarak jauh untuk melakukan layanan:
 - a. jika pelaksanaan jasa telah dimulai dengan persetujuan pihak lawan sebelum berakhirnya jangka waktu tujuh hari kerja sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7:46d, ayat 1, kalimat pertama dan ketiga;
 - b. tentang layanan game dan lotere.
6. Dalam hal kontrak jarak jauh untuk melakukan layanan, periode sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7:46d, ayat 1, kalimat pertama dan kedua, mulai berjalan sejak berakhirnya kontrak.
7. Setiap syarat atau ketentuan kontraktual yang menyiratkan bahwa pihak lawan harus membuktikan bahwa penyedia layanan belum sepenuhnya atau sebagian memenuhi kewajibannya, yang dibebankan kepadanya berdasarkan Arahan 2002/65/EC, dapat dibatalkan.

Transaksi jarak jauh atau *online* yang menyangkut perbedaan tempat bahkan waktu, menjadi penting untuk diperhatikan. Dalam hal ini Belanda bahkan mengatur kesesuaian perjanjian dalam suatu transaksi jual beli yang kemudian ditekankan dengan pasal berikut untuk melakukan upaya perlindungannya:

Pasal 7:17 Kesesuaian dengan perjanjian jual beli²¹⁹

²¹⁹ **Article 7:17 Conformity With The Sale Agreement**

- **1.** The supplied object must be in conformity with the sale agreement.
- **2.** The object is not in conformity with the agreement if it does not have the qualities that the buyer, given the nature of the object and the statements of the seller about it, could have expected on the basis of the agreement. The buyer may expect that the object has the qualities that are necessary to be able to use it in a normal way and of the presence of which he did not need to doubt as well as the qualities that are necessary to be able to use it in the particular way that the buyer intends to make of it as provided for in the agreement.
- **3.** Another object than agreed upon or an object of another kind is not in conformity with the agreement. The same applies if what has been supplied differs in number, weight or measure from what has been agreed upon.
- **4.** Where a sample or model has been shown or handed over to the buyer, the qualities of the supplied object must correspond with it, unless it was shown or handed over merely to give an indication without the object needing to be in conformity with it.
- **5.** The buyer cannot appeal to the fact that the object is not in conformity with the agreement if he was aware or reasonably should have been aware, at the time of the conclusion of the agreement, of the lack of conformity. Neither can the buyer appeal to the fact that the object is not in conformity with the

1. Barang yang dipasok harus sesuai dengan perjanjian jual beli.
2. Objek tidak sesuai dengan perjanjian jika tidak memiliki kualitas yang pembeli, mengingat sifat objek dan pernyataan penjual tentang hal itu, dapat diharapkan berdasarkan perjanjian. Pembeli dapat mengharapkan bahwa objek tersebut memiliki kualitas yang diperlukan untuk dapat menggunakannya secara normal dan keberadaannya tidak perlu diragukan, serta kualitas yang diperlukan untuk dapat menggunakannya dalam cara tertentu yang ingin dibuat oleh pembeli sebagaimana diatur dalam perjanjian.
3. Benda lain dari yang diperjanjikan atau benda lain yang tidak sesuai dengan perjanjian. Hal yang sama berlaku jika apa yang diberikan berbeda dalam jumlah, berat atau takaran dari apa yang telah disepakati.
4. Apabila suatu contoh atau model telah diperlihatkan atau diserahkan kepada pembeli, maka kualitas dari barang yang disuplai harus sesuai dengan barang tersebut, kecuali barang itu diperlihatkan atau diserahkan hanya untuk memberikan indikasi tanpa perlu kesesuaian dengan barang tersebut. dia.
5. Pembeli tidak dapat mengajukan banding atas fakta bahwa objek tersebut tidak sesuai dengan perjanjian jika dia mengetahui atau secara wajar seharusnya menyadari, pada saat penutupan perjanjian, tentang ketidaksesuaian. Pembeli juga tidak dapat mengajukan banding atas fakta bahwa objek tersebut tidak sesuai dengan perjanjian jika hal ini disebabkan oleh cacat atau ketidaksesuaian bahan baku yang berasal dari pembeli, kecuali penjual seharusnya memperingatkannya tentang cacat atau ketidaksesuaian ini.
6. Dalam penjualan barang tidak bergerak, penyebutan luas permukaan dianggap hanya sebagai petunjuk tanpa perlunya benda itu sesuai dengan ukuran itu.

Pemerintah Belanda juga mengatur adanya suatu transaksi yang pada dasarnya tidak dapat diteruskan atau dilanjutkan. Salah-satunya karena adanya ketidak sesuaian dengan perjanjian yang dibuat oleh para pihak terutama perjanjian yang disepakati oleh pihak konsumen transaksi jarak jauh atau *online* sebagaimana diberikan oleh pihak penjual atau pihak penyedia barang. Sehingga

agreement if this is due to defects in or the unsuitability of raw materials originating from the buyer, unless the seller should have warned him about these defects or this unsuitability.
- 6. At the sale of immovable property the mentioning of the size of the surface area is regarded merely as to be giving an indication without the object needing to be in conformity with that size.

pihak konsumen mempunyai hak-hak sebagaimana terdapat dalam pasal berikut ini:

Pasal 7:22 Kurangnya kesesuaian dengan perjanjian penjualan konsumen²²⁰

1. Jika, dalam hal perjanjian penjualan konsumen, objek yang dipasok tidak sesuai dengan perjanjian itu, maka pembeli memiliki hak sebagai tambahan:
 - a. untuk membatalkan perjanjian penjualan, kecuali ketidaksesuaian, mengingat sifatnya yang tidak signifikan, tidak membenarkan pembatalan tersebut dengan akibat hukumnya;
 - b. untuk mengurangi harga secara proporsional dengan sifat signifikan dari kurangnya kesesuaian.
2. Hak-hak sebagaimana dimaksud dalam ayat 1 hanya timbul apabila perbaikan atau penggantian barang yang diserahkan tidak mungkin atau tidak dapat diharapkan dari penjual atau penjual telah lalai melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7:21 ayat 3.
3. Ketentuan-ketentuan pembatalan suatu perjanjian Pasal 6.5.5 KUHPerdara berlaku sesuai dengan hak untuk menurunkan harga sebagaimana dimaksud dalam ayat 1 butir (b), sepanjang Pasal ini tidak mengurangi dari ketentuan ini.
4. Hak (tindakan) hukum dan upaya hukum yang disebutkan dalam ayat 1 dan dalam Pasal 7:20 dan 7:21 dapat dilakukan oleh pembeli tanpa mengurangi semua hak (tindakan) hukum lainnya dan upaya hukum yang dimilikinya sesuai dengan hukum atau kontrak.

Pasal 7:23 Kewajiban pembeli untuk melaporkan ketidaksesuaian²²¹

²²⁰ **Article 7:22 Lack Of Conformity With A Consumer Sale Agreement**

- 1. If, in the event of a consumer sale agreement, the supplied object is not in conformity with that agreement, then the buyer has in addition the right:

a. to rescind the sale agreement, unless the lack of conformity, given its insignificant nature, does not justify such a rescission with its legal effects;

b. to reduce the price in proportion to the significant nature of the lack of conformity.

- 2. The rights meant in paragraph 1 only arise when a repair or replacement of the supplied object is impossible or cannot be expected from the seller or the seller has failed to perform an obligation as meant in Article 7:21, paragraph 3.

- 3. The provisions for the rescission of an agreement of Section 6.5.5 of the Civil Code apply accordingly to the right to reduce the price appropriately as referred to in paragraph 1, under point (b), insofar this Section does not derogate from these provisions.

- 4. The legal rights (actions) and legal remedies mentioned in paragraph 1 and in Articles 7:20 and 7:21 may be exercised by the buyer without prejudice to all other legal rights (actions) and legal remedies at his disposal pursuant to law or contract.

²²¹ **Article 7:23 Duty of The Buyer To Report A Lack Of Conformity**

- 1. The buyer can no longer claim that the supplied object is not in conformity with the sale agreement if he has not reported the lack of conformity to the seller with convenient speed after he has discovered or reasonably should have discovered it. However, if the object appears to be missing a

1. Pembeli tidak dapat lagi mengklaim bahwa barang yang dipasok tidak sesuai dengan perjanjian penjualan jika dia tidak melaporkan ketidaksesuaian tersebut kepada penjual dengan kecepatan yang sesuai setelah dia menemukan atau seharusnya menemukannya. Akan tetapi, jika barang tersebut tampaknya kehilangan kualitas yang seharusnya dimiliki oleh penjual atau jika ketidaksesuaian itu menyangkut fakta-fakta yang diketahui atau seharusnya diketahui oleh penjual, tetapi tidak disebutkannya kepada pembeli, maka kekurangan kesesuaian harus dilaporkan kepada penjual dengan kecepatan yang sesuai setelah ditemukan. Dalam hal perjanjian penjualan konsumen, ketidaksesuaian harus dilaporkan oleh pembeli dengan kecepatan yang nyaman setelah ditemukan, dengan pengertian bahwa laporan dalam jangka waktu dua bulan setelah penemuan itu dianggap tepat waktu.
2. Hak untuk bertindak (tuntutan hukum) dan pembelaan, yang didasarkan pada fakta-fakta yang dapat membenarkan konsepsi bahwa benda yang disuplai tidak sesuai dengan perjanjian, ditetapkan pada waktu berakhirnya dua tahun setelah laporan dibuat sesuai dengan paragraf pertama. Namun, pembeli mempertahankan, sebagai pembelaan terhadap hak tindakan (tuntutan hukum) untuk mendapatkan pembayaran, hak untuk mengajukan banding atas pengurangan harga atau kompensasi atas kerusakan.
3. Jangka waktu pemberian resep tidak akan berjalan selama pembeli tidak dapat melaksanakan hak dan upaya hukumnya sebagai akibat dari kesengajaan penjual.

Pasal 7:24 Ganti rugi dalam hal perjanjian penjualan konsumen²²²

quality that it should have according to the seller or if the lack of conformity concerns facts which the seller knew or ought to have known, but which he did not mention to the buyer, then the lack of conformity must be reported to the seller with convenient speed after it has been discovered. In the event of a consumer sale agreement, the lack of conformity must be reported by the buyer with convenient speed after it has been discovered, on the understanding that a report within a period of two months after that discovery is considered to be made in time.

- **2.** Rights of action (legal claims) and defences, grounded on facts which would justify the conception that the supplied object is not in conformity with the agreement, become prescribed on the expiry of two years after the report has been made in accordance with the first paragraph. Yet, the buyer preserves, as a defence against a right of action (legal claim) to obtain payment, the right to appeal to a price reduction or a compensation for damages.

- **3.** The prescription period shall not run as long as the buyer cannot exercise his legal rights and legal remedies as a result of a deliberate intent of the seller.

²²² **Article 7:24 Compensation for damages in the event of a consumer sale agreement**

- **1.** If an object has been supplied on the basis of a consumer sale agreement, which object does not possess the qualities that the buyer could expect on the basis of that agreement, then the buyer is towards the seller entitled to a compensation for damages in accordance with Section 6.1.9 and 6.1.10 of the Civil Code.

- **2.** Where the failure in performance consists of a defect which causes a safety risk as meant in Section of the Civil Code ('Liability for Defective Products'), the seller shall not be liable for consequential and personal damages as referred to in that Section, unless:

1. Jika suatu barang telah dipasok berdasarkan perjanjian penjualan konsumen, barang mana yang tidak memiliki kualitas yang dapat diharapkan pembeli berdasarkan perjanjian itu, maka pembeli terhadap penjual berhak atas ganti rugi atas kerusakan sesuai dengan Bagian 6.1.9 dan 6.1.10 KUHPerdata.
2. Apabila kegagalan kinerja terdiri dari cacat yang menyebabkan risiko keselamatan sebagaimana dimaksud dalam Bagian 6.3.3 KUH Perdata ('Kewajiban untuk Produk Cacat), penjual tidak bertanggung jawab atas kerugian konsekuensial dan pribadi sebagaimana dimaksud dalam Bagian itu, kecuali:
 - a. dia sadar atau seharusnya menyadari cacatnya;
 - b. dia telah berjanji bahwa barang yang dijual akan bebas dari cacat ini;
 - c. itu menyangkut kerusakan, atau penghancuran, setiap item properti selain produk cacat itu sendiri, yang menurut Bagian 6.3.3 KUH Perdata tidak ada hak kompensasi berdasarkan ambang batas sebagaimana diatur dalam itu Bagian, tanpa mengurangi kemungkinan pembelaannya berasal dari Bagian 6.1.9 dan 6.1.10 KUH Perdata.
3. Apabila penjual sesuai dengan ayat 2 di bawah butir (a) atau (b) telah mengganti kerugian yang diderita pembeli, pembeli harus mengalihkan haknya yang berasal dari Bagian 6.3.3 Kitab Undang-undang Hukum Perdata kepada penjual.

Belanda melalui kitab undang-undang perdatanya, sebagai bukti ketegasan dan komitmen pemerintahan untuk melakukan perlindungan terhadap konsumen; dalam undang-undang tersebut memberikan satu pasal penjaminan perlindungan hukum bagi para pihak konsumen di negara kincir angin tersebut selain dengan pasal-pasal yang telah disebutkan sebelumnya; sebagaimana tertuang dalam pasal berikut:

-
- a. he was aware or ought to have been aware of the defect;
 - b. he has promised that the sold object would be free of this defect;
 - c. it concerns damage to, or the destruction of, any item of property other than the defective product itself, to the point of which under Section 6.3.3 of the Civil Code no right of compensation exists on the basis of the threshold as regulated in that Section, without prejudice to his possible defences derived from Section 6.1.9 and 6.1.10 of the Civil Code.
- **3.** Where the seller in compliance with paragraph 2 under point (a) or (b) has compensated the damage that the buyer has suffered, the buyer must transfer his rights derived from Section 6.3.3 of the Civil Code to the seller.

Pasal 7:16 Dukungan dalam proses hukum²²³

Apabila suatu hak (tuntutan hukum) diajukan (diajukan) terhadap pembeli untuk menyita (menjual di bawah eksekusi) benda yang diperoleh atau untuk mengakui suatu hak atau hak milik pihak ketiga yang dengannya benda itu tidak seharusnya dibebani, maka penjual wajib melakukan proses hukum untuk membela kepentingan pembeli.

Pemerintah Belanda untuk upaya melindungi konsumen, tidak mengizinkan perusahaan untuk memperbarui langganan secara otomatis. Aturan ini tidak berlaku untuk transaksi B2B, yang diatur oleh Buku 6 dan 7 KUH Perdata Belanda. Berdasarkan pada penjelasan pasal di atas, dapat diambil sebuah poin penting untuk perlindungan konsumen oleh pemerintah Belanda; yakni beberapa hal berikut yang dapat diberlakukan dalam perubahan dan pembatalan langganan:

- a. Setelah periode kontrak awal, Anda tidak diizinkan untuk secara otomatis memperbarui langganan pelanggan untuk jangka waktu tetap lainnya.
- b. Anda diperbolehkan untuk mengubah perjanjian tetap menjadi perjanjian untuk jangka waktu tidak terbatas, selama pelanggan Anda dapat membatalkannya kapan saja hanya dengan pemberitahuan satu bulan sebelumnya.
- c. Anda tidak diperbolehkan untuk membuat pelanggan membatalkan perjanjian pada saat tertentu.
- d. Pelanggan Anda harus dapat membatalkan perjanjian dengan cara yang sama persis seperti saat mereka membuat perjanjian.

²²³ **Article 7:16 Support in legal proceedings**

When a right of action (legal claim) is instituted (lodged) against the buyer to foreclose (sell under execution) the acquired object or to acknowledge a right or title of a third party with which this object should not have been encumbered, then the seller is obliged to enter into the legal proceedings in order to defend the interests of the buyer.

Transaksi elektronik atau digital dalam hukum perlindungan konsumen Belanda harus memenuhi syarat dasar sebagaimana dalam pasal tersebut, yakni jika menjual produk melalui internet, melalui telepon, pos, atau faks (penjualan jarak jauh), penjual harus menawarkan kepada pelanggan setidaknya periode pembatalan 14 hari. Periode 14 hari dimulai saat pelanggan menerima produk. Pelanggan dapat mengembalikan produk dalam periode ini tanpa menyebutkan alasannya. Penjual dapat meminta mereka membayar biaya pengembalian, tetapi juga harus mengembalikan harga pembelian dan biaya pengiriman. Di Belanda, setiap orang secara hukum berhak atas produk suara. Selain jaminan produk yang diperlukan ini:

- a. Pabrikan suatu produk dapat menawarkan jaminan pabrikan
- b. Terkadang pembeli dapat memperpanjang jaminan. Jaminan yang diperpanjang ini sering kali berarti hak untuk memperbaiki atau mengganti

Pada lingkup ini tidak ada jangka waktu jaminan hukum yang tetap. Pelanggan harus dapat menggunakan produk secara normal untuk masa manfaat produk. Jika penjual memutuskan untuk menawarkan jaminan tambahan, penjual harus memberikan salinan tertulis atau digital kepada pelanggan konsumennya. Jaminan ini dapat dimasukkan dalam syarat dan ketentuan. Jika produk rusak atau menjadi cacat selama masa manfaat rata-rata, pembeli berhak untuk memperbaiki atau menggantinya. Jika perbaikan produk terlalu mahal dan tidak dapat diganti, pembeli dapat membatalkan secara tertulis dan mengharapkan pengembalian dana secara penuh.

Sebagai bagian terpenting dalam perlindungan konsumen di Belanda; dalam hal tidak patuh terhadap ketentuan hukum yang ada, maka KUHPerdara Belanda mengikat secara hukum dan pelanggaran memiliki konsekuensi hukum yang bervariasi berdasarkan pelanggaran akan tetapi tentang denda dan hukuman berlaku secara tegas.

Berdasarkan pada deskripsi rumusan pasal tersebut, nampaknya hukum perlindungan konsumen di Belanda mempunyai ketegasan dan kejelasan sebegitu rincinya; termasuk ketegasannya bahwa Undang-undang perlindungan konsumen ini berlaku untuk perusahaan mana pun yang berbisnis dengan pelanggan di Belanda, di mana pun perusahaan itu berada; artinya undang-undang perlindungan Konsumen Belanda ini tidak mempunyai Batasan wilayah untuk pemberlakuannya. Bahkan semua situs web harus memberikan informasi spesifik, termasuk identifikasi perusahaan di tempat yang jelas dan mudah diakses. Informasi yang diperlukan termasuk alamat dan nomor Kamar Dagang; juga harus menyediakan harga dan fitur produk atau layanan, serta rincian pembayaran dan pengirimannya.

C. Faktor Penegak Hukum

Hukum perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia ialah dasar hukum yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Seharusnya dengan adanya undang-undang mengenai perlindungan konsumen khususnya konsumen *e-commerce* jika terjadi sengketa antar konsumen dan pelaku usaha, maka dapat dilakukan melalui pembuktian terbalik. Apabila terdapat konsumen yang merasa

jika haknya dilanggar maka dapat mengadukan dan memproses perkaranya secara hukum di BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen) namun sejauh ini lembaga atau badan yang ditugaskan oleh pemerintah masih belum optimal dalam penanganan kasus konsumen *e-commerce* karena ketidakadaan kaidah sebagaimana menjadi salah-satu perangkat hukum dalam pembangunan atau pembaharuan hukum.

Selain itu, juga diperparah dengan kualitas SDM para penegak hukum mulai dari tingkat terbawah seperti satgas yang dibentuk dan tergabung dalam badan-badan yang dibentuk oleh pemerintah kurang mempertimbangkan efektivitas penanganan kasus yang ada sehingga para konsumen mempunyai asumsi, bahwa permasalahan yang menimpanya tidak akan terselesaikan sebagaimana harapan dan tujuan dibentuknya badan penyelesaian sengketa konsumen tersebut.

Lemahnya penegakan hukum di Indonesia memberikan kesempatan yang luas serta ruang gerak bagi oknum pelaku usaha dan pelaku kejahatan untuk memperdayai konsumen. Saat ini lembaga yang telah menjalankan fungsi pengawasan terhadap penegakan perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia adanya Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia. Keberadaan Lembaga-lembaga tersebut ternyata selain juga tidak berfungsi secara optimal, juga cukup sering membuat para konsumen *e-commerce* kebingungan untuk melaporkan permasalahan transaksi dalam lingkup *e-commerce*.

Juga ternyata dalam praktiknya, sebagaimana Husna Zahir, Ketua Harian Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) di beberapa kesempatan di media ia mengungkapkan, bahwa tidak semua perkara konsumen dengan transaksi *e-commerce* dapat ditindak lanjuti; banyak hal yang menjadi penyebabnya, mulai dari perkara yang masuk dalam ranah penipuan seperti pembayaran telah dilakukan namun barang tidak dikirim, kemudian pelaku usaha sulit ditelusuri dan seacamnya; sehingga penegakan hukum sebagai bentuk perlindungan terhadap konsumen *e-commerce* belum benar-benar efektif dan berjalan.

Padahal ada beberapa aspek penting yang perlu diperhatikan dalam penegakan hukum; Penegakan hukum bertujuan untuk penanggulangan kejahatan maka diperlukan perlindungan bagi masyarakat dari perbuatan anti sosial yang dapat merugikan dan membahayakan masyarakat; Penegakan hukum bertujuan untuk memperbaiki atau berusaha mengubah tingkah laku yang tadinya buruk menjadi baik, patuh pada hukum dan berguna dalam masyarakat, maka diperlukan perlindungan bagi masyarakat dari seseorang yang memiliki sifat berbahaya; Penegakan hukum bertujuan untuk mencegah terjadinya tindakan sewenangwenang, maka diperlukan perlindungan bagi masyarakat terhadap penyalahgunaan sanksi atau reaksi dari penegak hukum maupun dari masyarakat pada umumnya; Penegakan hukum harus bisa menyelesaikan konflik, memulihkan keseimbangan dan mendatangkan kembali rasa damai dalam masyarakat. Diperlukannya perlindungan bagi masyarakat terhadap

keseimbangan atau keselarasan berbagai kepentingan dan nilai yang terganggu sebagai akibat dari adanya kejahatan.²²⁴

Cakupan perlindungan konsumen itu dapat dibedakan dalam dua aspek, yaitu: Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati; dan Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.²²⁵ Tujuan yang hendak dicapai dalam perlindungan konsumen adalah menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidup.

D. Faktor Budaya

Hal yang perlu mendapatkan perhatian secara serius dari sistem hukum ialah budaya hukum yang terdapat dalam masyarakat masih berada pada lingkup yang rendah. Sehingga kemudian budaya hukum yang timbul pun tidak terlepas dari lemahnya substansi hukum yang memberikan persepsi pesimisme konsumen terhadap upaya perlindungan hukum yang diberikan undang-undangan. Budaya hukum yang dimaksud dapat menimbulkan kelemahan tersebut meliputi kesadaran hukum masyarakat dan pelaku usaha khususnya. Bagi konsumen, keamanan serta kenyamanan dalam menggunakan produk bagi barang maupun jasa serta adanya jaminan kepastian hukum yang diberikan kepada mereka sudah cukup untuk meningkatkan stabilitas perdagangan barang

²²⁴ Sucipto Rahardjo, *Penegakan Hukum, Suatu Tinjauan Sosiologis*, (Yogyakarta: Genta Publishing, 2009), hlm. 12

²²⁵ Adrianus Meliala, *Praktik Bisnis Curang*, (Pustaka Sinar Harapan 1993), 152

dan atau jasa tentunya dengan adanya dukungan kepercayaan terhadap penggunaan, pemanfaatan, pemakaian produk barang dan/atau jasa.

Melalui transaksi perdagangan ini konsep pasar tradisional (dimana penjual dan pembeli secara fisik bertemu) berubah menjadi konsep telemarketing (perdagangan jarak jauh melalui internet) ecommerce pun telah mengubah cara konsumen dalam memperoleh produk yang diinginkannya. Teknologi internet mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap perekonomian dunia. Perkembangan teknologi yang sangat pesat ini telah membawa banyak perubahan bagi pola kehidupan sebagian masyarakat Indonesia. Pola kehidupan tersebut terjadi hampir di semua bidang, baik sosial, budaya, perdagangan dan bidang lainnya.²²⁶

E. Faktor Sarana Prasarana

Berdasarkan realitas, sarana dan prasarana dalam rangka perlindungan terhadap konsumen pada dasarnya telah tersedia; mulai dari struktur hukum, aparaturnya, hingga pada Lembaga hukumnya. Namun kemudian, yang menjadi problem bersama, kenapa perlindungan konsumen dengan transaksi khusus *e-commerce* masing dapat dikatakan simpang-siur. Sebagaimana telah diuraikan bahwa penegakan hukum sebagai salah-satu uaya perlindungan terhadap hak-hak, khususnya konsumen *e-commerce* masih belum secara tegas dapat dilaksanakan. Selain karena keberadaan undang-undang tentang transaksi elektronik masih banyak berkutat dalam penegakan hukum pidana ujaran

²²⁶ Alfian Perdana, dkk, 'Penyelesaian Wanprestasi Dalam Perjanjian Jual Beli Melalui Media Elektronik' (2014) 2 *Jurnal Ilmu Hukum*, hlm. 52.

kebencian dan sebagainya di wilayah elektronik, juga untuk perlindungan konsumen tidak secara tegas diatur.

Menjadi semakin carut-marut, undang-undang yang ternyata juga belum dapat diterapkan dengan maksimal; karena Lembaga khusus penanganan perlindungan konsumen *e-commerce* masih Tarik-ulur antara BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen) dan adanya Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) yang pada dasarnya sama-sama mempunyai kewenangan dan wilayah *action* yang sama. Selain SDM yang terbatas dan akomodasi serta sarana penunjang seperti system pengolahan data transaksi elektronik dan data akun para pelaku usaha serta konsumen yang hingga saat ini masih menjadi pertanyaan bersama.

Begitu juga Ketika kita dikaitkan dengan akses; mulai dari jarak keberadaan tempat Lembaga perlindungan konsumen, akses digital yang tidak semua masyarakat atau konsumen dengan transaksi elektronik mampu secara mandiri mengoperasikan sehingga dapat menjangkau cara-cara alternatif dalam pelaporan melalui system berbasis digital. Akses pada lembaga terkait perlu untuk kemudian dipermudah, dimaksimalkan pelayanannya; bahkan besar atau kecilnya nilai dari kerugian yang diderita konsumen harus mempunyai bobot penindakan dan perlindungan yang sama dalam semua kasus konsumen dengan transaksi elektronik ini dala rangka untuk mendapatkan perlindungan, kepastian, keadilan dan kemanfaatan hukum.

Pada sarana perundang-undangan, aspek hukum perlindungan konsumen yang terdapat dalam UUPK adalah mengenai aspek perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dan tanggung jawab pelaku usaha. Aspek perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha diatur dalam Pasal 8 s/d Pasal 17 UUPK. Aspek ini dapat diberlakukan apabila dapat dibuktikan bahwa barang dan/atau jasa yang diperdagangkan melanggar ketentuan ini. Selanjutnya terkait dengan hal ini pula tentang dilarangnya iklan yang menyesatkan konsumen maupun mengelabui, seolah-olah barang dan/atau jasa yang ditawarkan mempunyai kondisi yang baik namun pada kenyataannya tidak.²²⁷

Kemudian mengenai aspek tanggung jawab yang berlaku bagi pelaku usaha, apabila konsumen menerima barang yang diperjanjikan tidak sesuai yang diperjanjikan. Aspek tanggung jawab pelaku usaha diatur dalam Pasal 19 s/d Pasal 28. Mengenai aspek ini berlaku pada saat pelaku usaha melakukan hal yang merugikan konsumen. Namun kemudian, jika dibenturkan dengan posisi dari setiap konsumen dan pedagang atau pelaku usaha yang tidak pada tempat yang sama, bahkan berbeda negara ini kemudian menjadi tidak terakomodir oleh keberadaan UUPK tersebut, meski telah disebutkan pada setiap rumusan pasal terkait perlindungan kepada konsumen terkait.

Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi perdagangan elektronik terdapat dalam Pasal 28 ayat (1) UU ITE yaitu: “Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang

²²⁷ Az. Nasution, ‘Revolusi Teknologi Dalam Transaksi Bisnis Melalui Internet’ (2001) 1 *Jurnal Keadilan*, hlm. 28

mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik”. Mengenai sanksi pidana yang diterapkan atas pelanggaran yang dilakukan dalam Pasal 28 ayat (1) ketentuannya terdapat dalam Pasal 45 a ayat (1) UU ITE yaitu: “Setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)”. Khusus pada sarana perundangan pada rumusan pasal tersebut, pada wilayah praktiknya telah kita ketahui bersama masih banyak digunakan untuk kepentingan politis, ujaran-ujaran yang sama sekali tidak ada hubungannya dengan perlindungan konsumen sebagaimana tujuan utama diundangkannya UUIITE ini; sehingga keberadaan UUIITE terutama pada pasal tersebut belum maksimal penerapannya sebagai sarana perlindungan terhadap konsumen dengan transaksi elektronik.

F. Faktor Pendidikan Hukum

Faktor kelemahan konsumen selain kekosongan hukum adalah kurangnya kesadaran dari konsumen, ditandai dengan kurangnya edukasi mengenai konsumen; karena konsumen di Indonesia cukup beragam sehingga memerlukan pengawasan, pendampingan dan sosialisasi khusus. Maka dari itu, keberadaan Undang-undang perlindungan konsumen *e-commerce* menjadi penting guna dijadikan landasan utama dan menjadi landasan yang kuat bagi pemerintah maupun lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat

dalam melakukan perlindungan sebagai bentuk kepastian hukum terhadap konsumen.

Konsumen dengan pemahaman hukum yang rendah akan menjadi sasaran empuk bagi pelaku usaha yang berorientasi bisnis, memberikan informasi yang tidak benar, menyesatkan sehingga pada akhirnya menimbulkan kerugian bagi konsumen. Konsumen dengan latar belakang pendidikan yang cukup pun jika berpandangan antipati terhadap produk hukum justru akan terjerumus ke dalam situasi dimana hukum tidak akan mempertahankan realitas kehidupan ekonomi masyarakat karena dipandang selalu menguntungkan pelaku usaha.

Ketidaksadaran masyarakat (konsumen) akan hak-haknya yang dilindungi oleh undang-undang seakan-akan membuat tindakan pelanggaran atas hukum perlindungan konsumen menjadi biasa dan seakan tak memiliki implikasi hukum. Namun sebahagian masyarakat masih berpandangan jika birokrasi/jalur penyelesaian sengketa (peradilan) sebagai barang mewah. Sehingga jika haknya sebagai konsumen dilanggar mereka lebih memilih membiarkan pelanggaran tersebut tanpa melakukan upaya hukum.

Juga tidak sedikit pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ketentuan-ketentuan hukum perlindungan konsumen. Seperti yang telah disebutkan pada sub bab sebelumnya. Hal ini dikarenakan pola pikir pelaku usaha yang masih menganut prinsip ekonomi dengan modal yang minimal dapat meraih untung yang maksimal. Dari pengimplementasian prinsip ekonomi

tersebut tidak bisa dihindarkan konsumenlah yang menjadi korban. Bahkan masih adanya pelaku usaha yang mencantumkan klausula eksonerasi dalam klausula baku.



BAB V

REKONSTRUKSI PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN *E-COMMERCE* YANG BERKEADILAN DI INDONESIA

A. Rekonstruksi Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi *E-commerce* Melalui Kebijakan Pemerintah untuk Mendukung Ekonomi Digital

Konteks undang-undang perlindungan konsumen Indonesia, saat ini masih berlaku Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha telah diatur secara jelas dan tegas, meski khusus konsumen *e-commerce* masih dirasa kurang memberikan ketegasan. Pasal 4 dan Pasal 5 UU Perlindungan Konsumen mengatur tentang hak dan kewajiban konsumen, sedangkan Pasal 6 dan Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen mengatur tentang hak dan kewajiban pelaku usaha, artinya dalam undang-undang tersebut meski menitik beratkan pada perlindungan konsumen; juga ditegaskan tentang posisi dari pelaku usaha guna memberikan perlindungan dan menjaga martabat para konsumennya. Dalam klausul tersebut juga diatur proporsi atau status konsumen atau pelaku usaha dalam mekanisme transaksi usaha atau perdagangan. Dalam transaksi *e-commerce*, aspek hukum perlindungan konsumen yang terkait langsung dengan konsumen hanya pada aspek hukum terkait perilaku yang dilarang pelaku usaha dan tanggung jawab pelaku usaha. Pasal 8 hingga 17 UU

Perlindungan Konsumen mengatur tentang perilaku terlarang pelaku usaha. Jika terbukti barang dan/atau jasa yang diperdagangkan melalui *e-commerce* melanggar ketentuan, maka aspek ini bisa diberlakukan. Selain itu, terkait dengan hal tersebut dilarang adanya iklan yang menyesatkan dan menipu, seolah-olah barang dan/ atau jasa yang disediakan dalam keadaan baik, padahal sebenarnya tidak atau dengan kata lain mengelabui para konsumen.²²⁸

Aspek hukum perlindungan konsumen tersebut akan berlaku apabila di antara pelaku usaha dan konsumen berada dalam satu wilayah yurisdiksi yang sama yaitu yurisdiksi Indonesia. Masalah akan timbul apabila antara pelaku usaha dan konsumen memiliki yurisdiksi yang berbeda. Untuk pelaku usaha yang berada di luar wilayah Indonesia, sebenarnya tergantung kepada perjanjian antara para pihak yang telah disepakati sebelumnya. Biasanya dalam kontrak akan dimuat klausula *choice a law* (pilihan hukum), namun dari beberapa yang ada dilapangan, seperti halnya amazon.com, dalam klausula *condition of use* yang diterbitkannya, amazon.com menegaskan bahwa untuk setiap transaksi yang dijalankannya berlaku *The Law of State of Washington* sebagai pilihan hukumnya. UU Perlindungan Konsumen belum secara jauh mengatur tentang hal tersebut, dan apabila suatu ketika terjadi suatu sengketa maka instrument hukum yang tepat digunakan adalah menggunakan hukum perdata internasional,

²²⁸ Az. Nasution, "Revolusi Teknologi Dalam Transaksi Bisnis Melalui Internet", (Jurnal Keadilan Volume I No.3 September 2001), hlm. 29.

seperti perjanjian dan yurisprudensi sebagaimana diatur dalam hukum keperdataan internasional.²²⁹

Berdasarkan hal tersebut, jelas posisi hukum perlindungan konsumen yang diberlakukan di Indonesia mempunyai banyak problem. Mulai dari keberadaan asas yang tidak dijalankan dengan seksama oleh perangkat hukum, proses layanan pengaduan yang cenderung rumit, khusus posisi konsumen *e-commerce* yang tidak mendapatkan kejelasan perlindungan, dan semua itu mengakibatkan pada kepastian hukum yang seharusnya diberikan kepada konsumen menjadi tidak dapat diwujudkan.

Prinsip utama transaksi secara *online* di Indonesia masih lebih mengedepankan aspek kepercayaan atau “*trust*” terhadap penjual maupun pembeli. Prinsip keamanan infrastruktur transaksi secara *online* seperti jaminan atas kebenaran identitas penjual/pembeli, jaminan keamanan jalur pembayaran (*payment gateway*), jaminan keamanan dan keandalan *website e-commerce* belum menjadi perhatian utama bagi penjual maupun pembeli, terlebih pada transaksi berskala kecil sampai medium dengan nilai nominal transaksi yang tidak terlalu besar (misalnya transaksi jual beli melalui jejaring sosial, komunitas *online*, toko *online*, maupun *blog*). Adanya payung hukum yang jelas terkait perlindungan konsumen dan kesadaran masyarakat terhadap product awarness diharapkan dapat mengurangi atau meminimalisir resiko terjadinya praktek perdagangan yang curang yang dapat melindungi konsumen, terutama

²²⁹ Az. Nasution, “Revolusi Teknologi Dalam Transaksi Bisnis Melalui Internet”, (Jurnal Keadilan Volume I No.3 September 2001), 14

konsumen *e-commerce*. Prof. Dr. Mochtar Kusumaatmadja, mengemukakan, bahwa perlindungan hukum konsumen merupakan keseluruhan asas dan kaidah hukum yang mengatur hubungan, penyediaan dan penggunaan produk barang atau jasa, antara penjual dan pembeli. Hukum perlindungan konsumen merupakan bagian khusus dari hukum konsumen sebagai salah-satu hak yang melekat tanpa harus diperdebatkan yang di dalamnya terdapat keseluruhan asas dan kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen pada lingkup transaksi antara penyediaan dan penggunaan produk oleh konsumen dalam kehidupan bermasyarakat. Karena fungsi terpenting dari hukum ialah tercapainya keteraturan dalam kehidupan itu sendiri.²³⁰

Perdagangan bebas tidak dapat dibendung lagi, melalui *e-commerce* sekat legal formal tak dapat dibatasi, masyarakat bisa mengakses hingga keluar negeri. Jaminan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* yang mana karakteristik khas *e-commerce* meletakkan posisi konsumen pada posisi yang lemah dan dirugikan. Bukti-bukti pelaku usaha *e-commerce* tidak mencantumkan alamat secara jelas domisili pelaku usaha/perusahaan. Dilansir dari Kompas, pengguna internet di Indonesia pada awal 2021 ini mencapai 202,6 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 15,5% atau setara dengan 27 juta jiwa jika dibandingkan pada Januari 2020. Maraknya pengguna internet menjadi peluang yang besar dari semula perdagangan berbasis *face to face* kini telah beralih berbasis virtual atau tidak langsung.

²³⁰ Mochtar Kusumaatmadja, *Pengantar Ilmu Hukum*, (Jakarta: Alumni, 2009), 49

E-commerce saat ini menjadi solusi untuk memenuhi kebutuhan ditengah masa pandemi, menjadi salah-satu cara untuk mengurai kepadatan di areal public dan mengurangi mobilitas. Namun pergolakan mengenai perdagangan terhadap kepercayaan perdagangan *online*; tidak menutup kemungkinan akan terjadi berbagai pelanggaran hukum seperti penipuan yang mengakibatkan kerugian.

Berdasarkan fakta dalam transaksi *e-commerce*, *e-commerce* paling tidak memiliki lima konsep dasar sebagai *leading proses* berdasarkan asas, tujuan atau manfaatnya begitu juga yang sesuai dengan mobilitas kebutuhan konsumen maupun pelaku usaha pada era digital ini, diantara ke lima konsep dasar tersebut sebagai berikut:²³¹

6. *Automation* yakni otomasi bisnis proses sebagai pengganti proses manual (*enterprise resource planning*);
7. *Streamllining/ integration* meupakan proses yang terintegrasi untuk mencapai hasil yang efisien dan efektif (*just in time*);
8. *Publishing* menyangkut kemudahan berkomunikasi dan berpromosi untuk produk dan jasa yang di perdagangan (*electronic cataloging*);
9. *Interaction* yaitu pertukaran informasi atau data antar pelaku bisnis dengan meminilisasikan *human error* (*electronic data interchange*);

²³¹ Sopiah Etta Mamang Sangadji, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: ANDI, 2013), 56

10. *Transaction* yang meliputi kesepakatan dua pelaku bisnis untuk bertransaksi dengan melibatkan institusi lain sebagai fungsi pembayar (*electronic payment*).

Konsep tersebut pada pandangan para ahli berkesinambungan dengan keberadaan asas-asas yang oleh para ahli dianggap sebagai asas khusus dalam transaksi *e-commerce*. Asas-asas tersebut diantaranya;

6. Asas otentitas merupakan asas yang digunakan untuk menjamin bahwa adanya pertukaran data antar para pihak dalam bentuk elektronik, benar-benar menunjukkan asal dari data elektronik tersebut.
7. Asas integritas yakni keberadaan dalam proses penyimpanan dan pengiriman data elektronik, isi dari data elektronik di maksud tidak boleh mengalami perubahan substansial dan harus terjamin kredibelitasnya.
8. Asas non repudasi yaitu bahwa keberadaan suatu pesan atau data yang telah dikirimkan satu pihak pada pihak lainnya tidak dapat disangkal keberadaannya oleh pihak yang mengirimkan pesan atau data tersebut pada pihak lain.
9. Asas rahasia yakni bahwa kerahasiaan isi daripada suatu pesan atau data-data elektronik yang dikirim dari satu pihak ke pihak lain yang berwenang adalah dijamin kerahasiaannya, yang mana kerahasiaan ini biasanya dijamin dengan adanya teknologi penyediaan informasi (*cryptography*).

10. Asas moral asas ini berperan dalam keseluruhan proses pelaksanaan kontrak elektronik, dimana moralitas berkaitan dengan panggilan hati nurani dan perbuatan sukarela seseorang dalam memenuhi kewajiban dan tanggung jawabnya untuk memenuhi isi suatu perjanjian.

Perdagangan bebas tak dapat dibendung lagi, melalui *e-commerce* sekat legal formal tak dapat dibatasi, masyarakat bisa mengakses hingga keluar negeri. Jaminan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* yang mana karakteristik khas *e-commerce* meletakkan posisi konsumen pada posisi yang lemah dan dirugikan. Dalam hal ini konsumen *e-commerce* kurang mendapatkan kepastian dan jaminan hukum. Dengan demikian, pihak konsumen kini berada pada karakteristik ketidakadilan. Dibandingkan dengan posisi pelaku usaha, pelaku usaha berada pada luar jangkauan yuridiksi negara yang dapat mengakibatkan praktik pemasaran yang dilakukan tidak fair, produk yang tidak aman, iklan produk yang menyesatkan, serta metode pembayaran yang tidak aman dan hilangnya identitas pribadi (misalkan dalam pelaku usaha dapat menyalah-gunakan identitas dan nomor kartu kredit konsumen tanpa ijin konsumen sehingga menimbulkan persoalan pelanggaran privasi. Pada situasi inilah salah-satunya dalam hukum perlindungan terhadap konsumen di Indonesia hingga saat ini masih belum dapat dipatikan jaminannya.

Banyaknya kriminalitas yang dilakukan dalam transaksi *online* melalui internet, maka dengan begitu perlindungan hukum terhadap konsumen di Indonesia mutlak diperlukan khususnya pada konsumen transaksi *e-commerce*.

Namun hingga kini tidak ada hukum yang mengatur secara tegas mengenai *e-commerce*. Sehingga hal ini menjadi kekosongan hukum pada undang-undang perlindungan konsumen terhadap perlindungan *e-commerce*. Aktivitas Informasi dan Transaksi Elektronik di Indonesia telah diundangkan berdasarkan Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 yakni tentang perubahan atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik/ UU ITE dan Peraturan Pemerintah RI No. 82 tahun 2012 tentang penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik. Dalam hal ini-pun pengaturan hanya sebatas lingkup ITE. Sedangkan produk hukum dalam perlindungan konsumen masih belum diatur secara tegas.

Perkembangan hukum di Indonesia; tidak hanya karena Mochtar Kusumaatmadja merupakan penduduk pribumi Indonesia, akan tetapi Mochtar Kusumaatmadja dikatakan oleh para peneliti merupakan pengejawantahan wajah hukum Indonesia asli. Pada teori hukum pembangunan tersebut, paling tidak terdapat beberapa poin penting kenapa teori hukum pembangunan Mochtar Kusumaatmadja dikatakan sebagai yang paling dekat dengan keadaan hukum di Indonesia dari masa-ke masa. Diantaranya;

- 1) Teori Hukum Pembangunan hingga saat ini merupakan satu dari sekian teori hukum yang relevan dengan keadaan hukum Indonesia dan secara kultur diciptakan oleh orang Indonesia berdasarkan dimensi dan kultur masyarakat Indonesia sendiri. Sehingga tolok ukur dimensi teori hukum pembangunan tersebut lahir, tumbuh dan berkembang selaras dengan

kondisi Indonesia yang pluralistic bahkan ditengah kepungan kecanggihan digital saat ini.

- 2) Secara dimensional, teori hukum pembangunan mempunyai acuan khusus yakni yang disebut dengan *way of live*; dengan kata lain, masyarakat atau bangsa Indonesia yang berasaskan Pancasila, bersifat kekeluargaan sehingga norma, asas, lembaga dan kaidah dalam teori hukum pembangunan Mochtar Kusumaatmadja relatif meliputi dimensi *structure* (struktur), *culture* (kultur) dan isi (substansi) sebagaimana juga disampaikan oleh Lawrence W. Friedman. Mengacu pada sistem hukum yang mengandung komponen-komponen di antaranya struktur hukum, substansi hukum dan budaya hukum.²³² Struktur hukum meliputi institusi atau lembaga salah satunya adalah peradilan. Sedangkan substansi hukum yakni peraturan hukum yang tidak dapat dilepaskan dari budaya, nilai hukum yang terkandung dalam masyarakat.

Teori sistem hukum atau juga dikenal dengan pembangunan hukum yang di dalamnya juga membahas bagaimana perlindungan hukum itu diberikan menjadi teori yang relevan dalam membahas kekosongan peraturan/ hukum pada bidang tertentu seperti kekosongan hukum perlindungan konsumen *e-commerce* sebagai salah satu komponen dalam sistem hukum yakni terletak pada substansi hukum sebagaimana Undang-undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen masih bersifat umum dan perlindungan konsumen

²³² Lawrence M.Friedman, *Sistem Hukum Perspektif Ilmu Sosial (The LegalSystem : A Social Science Perspective)* Pentj. M.Khozim, (Bandung: Nusa Media, 2009), 12

dalam UU tersebut lebih tegas mengatur tentang konsumen dengan transaksi konvensional atau manual, UU No. 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik/ UU ITE pasal 1 angka 6 UU ITE yang memberikan pengertian tentang penyelenggara sistem elektronik bukan mengatur tentang perlindungan konsumen.

Diskursus perlindungan hukum sebagaimana dicetuskan oleh Mochtar Kusumaatmadja bahwa hukum selain merupakan suatu alat untuk memelihara ketertiban dalam masyarakat juga hukum harus dipahami sebagai sarana/ *instrument* dalam rangka membangun masyarakat yang teratur. Karena hukum pada dasarnya bersifat memelihara dan mempertahankan yang telah tercapai. Fungsi ini diperlukan oleh masyarakat yang sedang membangun, karena terdapat nilai-nilai yang perlu dipelihara, dilindungi dan diamankan. Keterbelakangan tentang hukum yang menitikberatkan fungsi pemeliharaan ketertiban dalam arti statis, dan menekankan sifat konservatif dari suatu hukum, justru akan menganggap hukum tidak dapat berperan dalam proses pembaharuan sehingga membutuhkan pemahaman yang komprehensif agar tidak terjebak dalam pemahaman yang statis.²³³ Dalam konteks kekosongan hukum dalam perlindungan hukum bagi konsumen *e-commerce*; perlindungan hukum sebagaimana dikatakan oleh Mochtar tersebut dalam rangka memelihara atau menciptakan keteraturan di masyarakat mutlak diperlukan pembaharuan hukum

²³³ Mochtar Kusumaatmadja, *Konsep-Konsep Hukum Dalam Pembangunan*, (Bandung: Alumni, 2002), 14

sebagai bentuk kepastian hukum bagi konsumen *e-commerce*. Sebagaimana telah dijelaskan pada sub-bahasan sebelumnya, bahwa saat ini peraturan perundang-undangan tentang perlindungan konsumen dan undang-undang yang mempunyai kaitan dengan perlindungan konsumen tidak dapat memberikan kepastian hukum sehingga tidak dapat mewujudkan keteraturan yang dimaksud sebagai fungsi utama dari hukum itu sendiri.

Teori hukum pembangunan yang diciptakan oleh Mochtar Kusumaatmadja pada dasarnya menitik beratkan pada dua konsep sebagai dasar sekaligus inti dari diskursus teori hukum pada lingkup perlindungan konsumen, yakni:

- 3) Ketertiban atau keteraturan dalam pembaharuan atau pembangunan hukum benar-benar merupakan suatu hal yang diinginkan dan dibutuhkan secara mutlak oleh khalayak masyarakat.

Berdasarkan pada fakta hukum yang telah disampaikan dalam bab sebelumnya, bahwa hukum perlindungan konsumen di Indonesia masih terbatas pada konsumen dengan tipe transaksi konvensional. Sedangkan saat ini perkembangan dunia industri atau usaha jauh meninggalkan kenyataan peraturan perundang-undangan yang ada, terutama berkaitan dengan perlindungan konsumen. Sehingga mutlak dalam wilayah perlindungan konsumen *e-commerce* yang kegiatan transaksinya dapat terjadi hingga lintas yurisdiksi hukum yang ada; diperlukan adanya suatu pembaharuan hukum.

Prof. Dr. Mochtar Kusumaatmadja memberikan penjelasan bahwa perlindungan hukum konsumen merupakan keseluruhan asas dan kaidah hukum yang mengatur hubungan, penyediaan dan penggunaan produk barang atau jasa, antara penjual dan pembeli. Menyimak makna dari penjelasan ini, hukum perlindungan konsumen jelas tidak dapat diterapkan jika asas dan kaidah hukum yang ada tidak saling terkoordinasi dengan baik; sebagaimana kita ketahui bersama, bahwa transaksi konsumen *e-commerce* jauh berbeda dengan transaksi konsumen konvensional.

Pada konsumen *e-commerce*, selain informasi dan data-data berkaitan dengan transaksi juga memerlukan seperangkat aturan khusus tentang posisi konsumen *e-commerce* di hadapan para pelaku usaha yang secara yurisdiksi sangat mungkin berada pada wilayah yang berbeda, latar belakang berbeda, pendidikan berbeda, pengetahuan berbeda dan kemampuan finansial yang juga berbeda. Misal pada konsumen *e-commerce* skala dengan kemampuan finansial dan pengetahuan atau tingkat pendidikannya menengeth ke bawah; hal ini menjadi fakta hukum yang tidak dapat dibiarkan dalam pespektif perlindungan konsumen.

Secara filosofis, konsumen tersebut merupakan individu yang mempunyai hak untuk tetap dapat memenuhi standar hidup melalui kebutuhan dan pemenuhan kebutuhannya sendiri. Karena konsumen *e-*

commerce selain sebagai insan yang merdeka dalam berbagai bidang terkhusus keamanan dirinya juga merupakan warganegara dalam hal ini Indonesia yang secara undang-undang dasar wajib dilindungi segala kepentingannya sejauh tidak melanggar tata aturan yang berlaku. Disamping itu, Indonesia yang mempunyai pandangan dasar kemasyarakatannya berdasar pada Pancasila, khususnya pada poin ‘Persatuan Indonesia Dan Keadilan Sosial Bagi Seluruh Rakyat Indonesia’ jelas merupakan kenyataan yang tidak dapat dikesampingkan kebutuhan perlindungan demi kepastian hukumnya atas berbagai kemungkinan dari transaksi elektronik yang dilakukan. Pada kedua poin tersebut jelas mempunyai kesinambungan, baik secara filosofis maupun materil; dimana teori pembangunan hukum dalam hal ini perlindungan konsumen menghendaki keteraturan atau ketertiban di masyarakat agar keadilan sosial untuk seluruh lapisan masyarakat khususnya konsumen *e-commerce* dapat tercapai sebagaimana amanat dari Pancasila.

Pada dasarnya, pembangunan atau pembaharuan dalam system hukum perlindungan konsumen jika dilihat dari kenyataan digitalisasi berikut kompleksitas problem yang terus terjadi, sejalan dengan nilai-nilai filosofis Pancasila sebagai dasar dalam pandangan hidup bangsa Indonesia selain juga selaras dengan kehendak undang-undang dasar 1945 Pasal 28D ayat (1) menentukan bahwa ‘Setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil serta

perlakuan yang sama di hadapan hukum.’ Oleh karenanya, kehadiran pemerintah dalam pembaharuan hukum perlindungan konsumen mutlak dibutuhkan, mengingat kebutuhan hukum pada konsumen *e-commerce* cukup mendesak.

- 4) Hukum sebagai kaidah yakni dengan kata lain hukum sebagai peraturan mempunyai fungsi sebagai alat pengatur atau sarana pembangunan agar segala bentuk kegiatan manusia yang dikehendaki dapat terarah ke arah pembaharuan dengan konstituen.

Konstruksi perlindungan konsumen *e-commerce* sebagai bagian dari hak masyarakat yang tidak dapat dikesampingkan bersifat penting untuk diwujudkan demi terciptanya ketertiban masyarakat sebagaimana kehendak dari pembangunan hukum Muctar Kusumaatmaja. Oleh karena itu, dibutuhkan kaidah-kaidah hukum sebagai perangkat terutama pada ranah materil hukum. Pada pembaharuan hukum dalam perlindungan konsumen, kaidah hukum merupakan sebuah keniscayaan khususnya dalam rangka memberikan kepastian hukum para konsumen *e-commerce* sebagai bentuk perlindungan dari pemerintah selaku institusi yang mempunyai hak dan kewenangan mengatur warganya; khususnya dalam rangka mewujudkan tatanan kehidupan yang teratur.

Pemerintah sebagaimana telah penulis sampaikan, pada dasarnya mempunyai kaidah atau dasar hukum mengenai perlindungan konsumen yakni pada undang-undang perlindungan konsumen/ UUPK No. 8 tahun

1999, ada Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 yakni tentang perubahan atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 dan undang-undang No. 7 tahun 2014 tentang Perdagangan. Akan tetapi undang-undang tersebut tidak dapat dijadikan patokan/ ukuran sebagai pedoman perlindungan terhadap konsumen *e-commerce*. Karena undang-undang tersebut tidak dengan jelas menyebutkan konsumen yang dimaksud selain konsumen dengan transaksi konvensional. Selain itu juga masih terdapat beberapa kelemahan diantaranya:

- a. Terbatas secara yurisdiksi.
- b. Tentang klausula baku yakni setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan serta ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha.
- c. Bersifat intern sebagaimana dijelaskan bahwa kebijakan perdagangan disusun berdasarkan asas kepentingan nasional.
- d. Tidak mengatur tentang pengingkaran dalam suatu perjanjian yang dibuat melalui media elektronik.
- e. Tidak mampu mengakomodir perkembangan di sektor teknologi.
- f. Belum mampu memberikan perlindungan secara pasti mengenai data atau identitas pribadi konsumen.
- g. Banyaknya pengaduan masyarakat dan tidak sedikit juga yang belum tuntas penanganannya.

- h. Pada sistem pengaduan masih terlalu rumit karena banyaknya badan yang mempunyai kewenangan pada beberapa aspek keluhan konsumen.

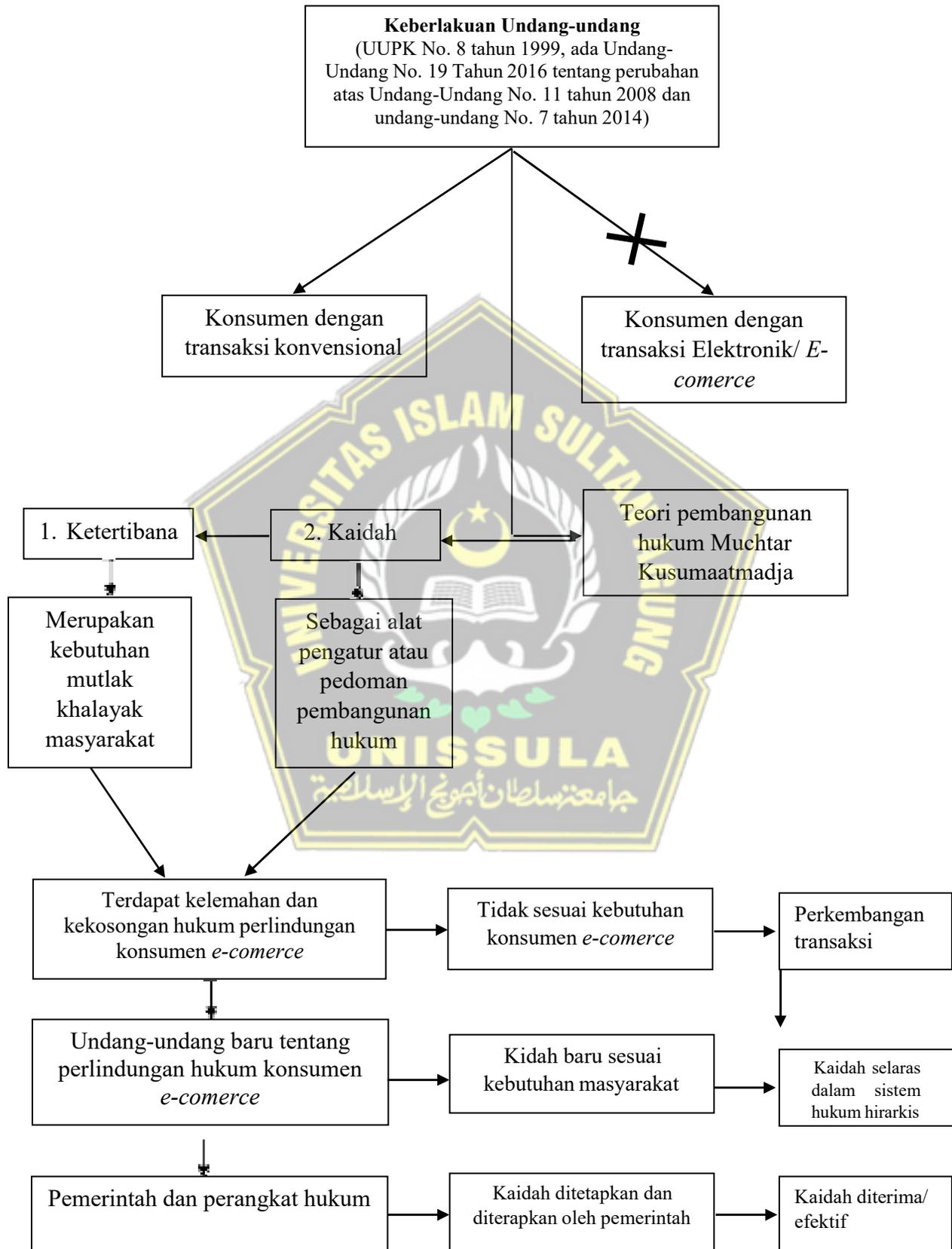
Disamping itu, pemerintah juga sebenarnya selain telah membentuk badan-badan atau komite untuk melindungi konsumen, juga telah ada perangkat hukum lain seperti aparat penegak hukum, institusi peradilan dan sebagainya. Akan tetapi semua perangkat hukum yang ada tidak dapat berbuat banyak dalam merealisasikan perlindungan terhadap konsumen *e-commerce*; karena secara kaidah Indonesia masih belum mempunyai patokan yang pasti atau tegas untuk dijadikan payung keadilan dan kepastian hukum bagi para konsumen *e-commerce*.

Berdasar pada argumentasi pembangunan hukum dalam perlindungan hukum bagi konsumen; perlindungan hukum sangat erat kaitannya dengan aspek keamanan dan keadilan. Pada dasarnya tujuan hukum yakni mencapai suatu keadilan. Oleh karena itu, adanya perlindungan hukum merupakan salah satu sarana untuk dapat menegakkan keadilan, salah satunya penegakan keadilan di bidang transaksi ekonomi yang menyangkut konsumen dan penyedia jasa atau produk. Hukum perlindungan konsumen merupakan bagian khusus dari hukum konsumen sebagai salah-satu hak yang melekat tanpa harus diperdebatkan yang di dalamnya terdapat keseluruhan asas dan kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen pada lingkup transaksi antara penyediaan dan penggunaan produk oleh konsumen dalam kehidupan bermasyarakat. Meskipun

dalam pasal 1 ayat 1 definisi perlindungan konsumen ialah upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada pembeli atau konsumen. Dalam hal ini perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan serta jaminan dalam kepastian hukum tetap terbatas pada konsumen konvensional.

Berangkat dari analisis sebagai keseluruhan hipotesis yang dibangun oleh penulis berdasarkan pada data dan teori yang digunakan; tampaknya pembaharuan (pembangunan) hukum di bidang perlindungan konsumen sebagai wujud dari pembangunan hukum menjadi mutlak dan merupakan kebutuhan khalayak masyarakat. Karena hingga saat ini masih belum ditemukan ketegasan hukum menyangkut posisi dari konsumen *e-commerce* bila-mana menemukan kendala, kerugian atau ketidakadilan dalam transaksi yang dilakukan; terutama pada level lintas yurisdiksi disamping pada problem hukum dengan sifat nasional. Hal itu tidak lain, karena selain hukum yang dibangun merupakan alat untuk mencapai dan menciptakan keteraturan dalam masyarakat, hukum juga harus dipahami sebagai sarana pembaharuan pemahaman masyarakat/ *law as a tool of social engineering* sehingga perilaku masyarakat dapat terarah dan pihak-pihak di luar konsumen menjadi pihak yang juga berkewajiban untuk memelihara keteraturan, ketertiban sehingga kepastian hukum dapat diberikan khususnya pada para konsumen elektronik/ konsumen dengan transaksi *e-commerce*.

Bagan Pembangunan Hukum Untuk Perlindungan Konsumen *E-Commerce*

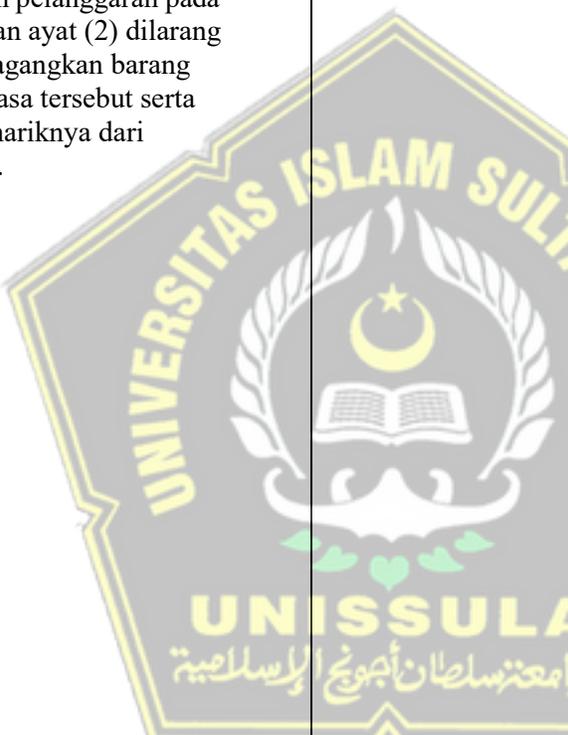


Pada akhirnya pembangunan hukum memberikan dasar sekaligus fungsi hukum sebagai sarana pembaharuan masyarakat (*law as a tool social engineering*) dalam menghadapi tantangan dan pola hidup yang terus berkembang terutama pada dunia digital. Hukum sebagai suatu sistem pembaharuan dan alat serta sarana dibutuhkan oleh bangsa Indonesia sebagai negara berkembang agar menjadi sebuah tata aturan sekaligus pondasi kokoh untuk mewujudkan kepastian hukum konsumen *e-commerce* dan tujuan lain di masa mendatang seperti keadilan dan kemanfaatan hukum itu sendiri.

Tabel Rekonstruksi Kebijakan Pemerintah

No	Sebelum di Rekonstruksi	Kelemahan	Setelah di Rekonstruksi
1.	<p>UU No.8 Th 1999 Ttg Perlindungan Konsumen Pasal 8:</p> <p>(1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang: a. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;</p> <p>b. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;</p> <p>c. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya; d. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau</p>	<p>Konsumen Indonesia dan seluruh mayoritas muslim, dalam praktek <i>e-commerce</i> konsumen belum mendapatkan perlindungan jaminan produk barang dan jasa yang berlabel halal nasional dan internasional</p>	<p>UU No.8 Th 1999 Ttg Perlindungan Kosumen Pasal 8:</p> <p>(1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang: a. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan; b. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut; c. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang</p>

<p>kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut; e. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut; f. tidak sesuai dengan janji dinyatakan dalam label, etiket keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut; g. tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu; h. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label; i. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus di pasang/dibuat; j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.</p> <p>(2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas,</p>		<p>sebenarnya; d. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut; e. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut; f. tidak sesuai dengan janji dinyatakan dalam label, etiket keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut; g. tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu; h. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label Halal Nasional dan International baik bahannya maupun produknya; i. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan</p>
--	--	--

	<p>dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.</p> <p>(3) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.</p> <p>(4) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.</p>		<p>alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus di pasang/dibuat;</p> <p>j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.</p> <p>h.</p> <p>(2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.</p> <p>(3) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.</p> <p>(4) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.</p>
2.	<p>UU No 19 th 2016 ttg perubahan UU No 11 th 2008 Ttg Informasi dan Transaksi Elektronik</p> <p>Pasal 19</p> <p>Para pihak yang melakukan Transaksi Elektronik harus menggunakan Sistem Elektronik yang disepakati.</p> <p>Pasal 20</p> <p>(1) Kecuali ditentukan lain oleh para pihak, Transaksi Elektronik terjadi pada saat penawaran</p>	<p>Dalam prakteknya para pihak tidak menggunakan system elektronik milik pribadi para pihak/ menggunakan system elektronik pihak lain, hal menimbulkan pelimpahan tanggung jawab</p>	<p>Pasal 19</p> <p>Para pihak yang melakukan Transaksi Elektronik harus menggunakan Sistem Elektronik yang disepakati dengan akun perorangan dan/ lembaga.</p> <p>Pasal 20</p> <p>(1) Kecuali ditentukan lain oleh para pihak, Transaksi Elektronik terjadi pada saat penawaran transaksi yang dikirim Pengirim telah diterima dan disetujui</p>

	<p>transaksi yang dikirim Pengirim telah diterima dan disetujui Penerima.</p> <p>(2) Persetujuan atas penawaran Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus dilakukan dengan pernyataan penerimaan secara elektronik.</p>	<p>para pihak, kesulitan melakukan complain, sulit mendapatkan ganti kerugian baik berupa refund maupun finansial serta yg lainnya</p>	<p>Penerima.</p> <p>(2) Persetujuan atas penawaran Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus dilakukan dengan pernyataan penerimaan secara elektronik dengan akun perorangan dan/ lembaga yang telah terverifikasi.</p>
3.	<p>UU No.8 Th 1999 Ttg Perlindungan Konsumen Pasal 18</p> <p>(1) Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila:</p> <ol style="list-style-type: none"> Menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha; Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen; Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen; Menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran; Mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen; Memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi 	<p>Pada situs penjualan elektronik, tidak sedikit penjual yang memberikan klausula baku namun kemudian tidak dilaksanakan sehingga merugikan konsumen hingga berlipat.</p>	<p>Pasal 18</p> <p>(1) Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila:</p> <ol style="list-style-type: none"> Menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha; Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen; Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen; Menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran; Mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen; Memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi obyek jual beli jasa; Menyatakan tunduknya

	<p>obyek jual beli jasa;</p> <p>g. Menyatakan tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan dan/atau perubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang dibelinya;</p> <p>h. Menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.</p> <p>(2) Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti.</p> <p>(3) Setiap klausula baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dinyatakan batal demi hukum.</p> <p>(4) Pelaku usaha wajib menyesuaikan klausula baku yang bertentangan dengan Undang-undang ini</p>		<p>konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan dan/atau perubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang dibelinya;</p> <p>h. Menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.</p> <p>(2) Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti.</p> <p>(3) Setiap klausula baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dinyatakan batal demi hukum.</p> <p>(4) Pelaku usaha wajib menyesuaikan klausula baku yang bertentangan dengan Undang-undang ini</p> <p>(5) Apa bila pada ayat (4) tersebut tidak dilaksanakan, maka aka dikenakan sanksi perdata hingga pidana</p>
4.	<p>UU No.8 Th 1999 Ttg Perlindungan Konsumen Pasal 20</p> <p>Pelaku usaha periklanan bertanggung jawab ata iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut.</p>	<p>Pelaku usaha sering memberikan informasi seperti iklan atas produknya, namun tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya</p>	<p>Pasal 20</p> <p>Pelaku usaha periklanan bertanggung jawab secara hukum atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut.</p>

5.	<p>UU No.8 Th 1999 Ttg Perlindungan Konsumen Pasal 34 (1) Untuk menjalankan fungsi sebagaimana dimaksud dalam pasal 33 Badan Perlindungan Konsumen Nasional mempunyai tugas : a. memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen; b. melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen; c. melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen; d. mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat; e. menyebarluaskan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen; f. menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha; g. melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen. (2) Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Badan Perlindungan Konsumen Nasional dapat bekerja sama dengan organisasi konsumen internasional.</p>	<p>Konsumen dengan transaksi elektronik atau digital, khususnya di Indonesia masih memerlukan kepastian hukum</p>	<p>Pasal 34 (1) Untuk menjalankan fungsi sebagaimana dimaksud dalam pasal 33 Badan Perlindungan Konsumen Nasional mempunyai tugas :</p> <ul style="list-style-type: none"> a. memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen; b. melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen; c. melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen; d. mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat; e. menyebarluaskan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen; f. menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha; g. melakukan penyidikan, baik secara independent atau melibatkan aparat penegak hukum lain sesuai dengan laporan dan fakta hukum yang disampaikan oleh konsumen. h. menindak para penjual yang terbukti melakukan pelanggaran hukum sesuai undang-undang <p>(2) Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Badan Perlindungan Konsumen Nasional dapat bekerja sama dengan organisasi konsumen internasional.</p>
----	---	---	---

6.	<p>UU No.8 Th 1999 Ttg Perlindungan Konsumen Pasal 45</p> <p>(1) Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.</p> <p>(2) Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.</p> <p>(3) Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam Undang-undang.</p> <p>(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.</p>	<p>Demi memberikan kepastian hukum dan penindakan secara cepat dan transparan sebagai bentuk perlindungan konsumen maka diperlukan Langkah konkrit yang memudahkan para konsumen untuk mendapat perlindungan hukumnya.</p>	<p>Pasal 45</p> <p>(1) Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha langsung melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.</p> <p>(2) Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.</p> <p>(3) Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak menghilangkan tanggung jawab pidana pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Undang-undang.</p> <p>(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.</p>
7.	<p>UU No.8 Th 1999 Ttg Perlindungan Konsumen Pasal 52 Tugas dan wewenang badan penyelesaian sengketa konsumen meliputi :</p> <p>a. melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi; b. memberikan konsultasi perlindungan konsumen; c. melakukan pengawasan terhadap pencatuman klausula baku; d. melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam Undang-undang ini; e. menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis, dari</p>	<p>Konsumen dengan transaksi elektronik memerlukan kepastian hukum secepat dan semudah mungkin sebagai bukti pemerintah dalam melakukan upaya perlindungan terhadap konsumen.</p>	<p>Pasal 52 Tugas dan wewenang badan penyelesaian sengketa konsumen meliputi :</p> <p>a. melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi;</p> <p>b. memberikan konsultasi perlindungan konsumen;</p> <p>c. melakukan pengawasan terhadap pencatuman klausula baku;</p> <p>d. melakukan Tindakan preventif apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam Undang-undang ini;</p> <p>e. menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis, dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan</p>

	<p>konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;</p> <p>f. melakukan penelitian dan pemeriksaan sengeкета perlindungan konsumen;</p> <p>g. memanggil pelaku usaha yang telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;</p> <p>h. memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap Undang-undang ini;</p> <p>i. meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana dimaksud pada huruf g dan huruf h, yang tidak bersedia memenuhi panggilan badan penyelesaian sengketa konsumen;</p> <p>j. mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan;</p> <p>k. memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen;</p> <p>l. memberikan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen; m. menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undangundang ini.</p>		<p>konsumen;</p> <p>f. melakukan penelitian dan pemeriksaan sengeкета perlindungan konsumen;</p> <p>g. memanggil pelaku usaha yang telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;</p> <p>h. memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap Undang-undang ini;</p> <p>i. meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana dimaksud pada huruf g dan huruf h, jika pihak tersebut tidak memenuhi panggilan dan penyelesaian sengketa konsumen;</p> <p>j. mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan;</p> <p>k. memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen;</p> <p>l. memberikan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen; m. menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undangundang ini.</p>
8.	<p>Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik/ UU ITE</p> <p>Pasal 2 Undang-Undang ini berlaku untuk setiap Orang yang melakukan perbuatan hukum sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini, baik yang berada di wilayah hukum Indonesia maupun di luar wilayah hukum Indonesia, yang memiliki</p>	<p>Wilayah peberlakuan UU ITE masih dianggap kurang tegas dan masih terikat oleh wilayah tertentu dan masih terbatas pada perorangan; bahkan penegakan hukumnya tidak</p>	<p>Pasal 2 Undang-Undang ini berlaku untuk setiap Orang dan atau badan hukum dimanapun berada yang merugikan orang atau badan hukum yang berkedudukan di Indonesia.</p>

	akibat hukum di wilayah hukum Indonesia dan/atau di luar wilayah hukum Indonesia dan merugikan kepentingan Indonesia.	jelas Ketika pelanggaran dilakukan oleh para pihak lintas negara.	
9.	Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik/ UU ITE Pasal 9 Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan.	Informasi yang harusnya dijadikan jaminan oleh pelaku usaha terhadap konsumen dalam UU ITE masih ambigu; sehingga konsumen banyak dirugikan	Pasal 9 Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, identitas perorangan atau badan hukum, mulai dari administrasinya hingga kedudukan atau alamat tinggalnya yang dapat dijangkau secara mudah oleh konsumen atas produk yang ditawarkan.
10.	Pasal 22 (1) Penyelenggara Agen Elektronik tertentu harus menyediakan fitur pada Agen Elektronik yang dioperasikannya yang memungkinkan penggunanya melakukan perubahan informasi yang masih dalam proses transaksi. (2) Ketentuan lebih lanjut mengenai penyelenggara Agen Elektronik tertentu sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Pemerintah.	Konsumen harus juga dilindungi dari system perubahan otomatis oleh pihak pengusaha.	Pasal 22 (1) Penyelenggara Agen Elektronik tertentu harus menyediakan fitur pada Agen Elektronik yang dioperasikannya yang memungkinkan penggunanya melakukan perubahan informasi yang masih dalam proses transaksi. (2) kepada para pihak penjual baik perorangan atau badan hukum tidak diperkenankan mengaktifkan perubahan peraturan secara otomatis dalam semua bentuk informasi dan transaksi elektroniknya. (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai penyelenggara Agen Elektronik tertentu sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Pemerintah.

B. Keadilan Sebagai Wujud Perlindungan Hukum Konsumen *E-commerce* di Indonesia

Sri Redjeki Hartono menyatakan bahwa perlindungan terhadap konsumen perlu dipandang secara materiil dan formil, mengingat semakin lajunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang menjadi motor penggerak produktifitas dan efisiensi produsen atas barang dan/atau jasa yang dihasilkannya. Dalam rangka mengejar kedua hal tersebut, secara langsung maupun tidak langsung akhirnya konsumen yang akan merasakan dampaknya. Demikian diperlukan upaya-upaya perlindungan yang memadai terhadap kepentingan konsumen, terutama di Indonesia, mengingat semakin kompleksnya permasalahan mengenai perlindungan konsumen lebih-lebih menyongsong perdagangan bebas yang akan datang.²³⁴ Dari pernyataan tersebut dapat kita pahami, perlindungan terhadap konsumen menjadi hal yang sangat penting untuk dibicarakan apalagi di tengah perdagangan bebas yang kian hari semakin berkembang. Kepastian hukum menjadi penting untuk meningkatkan kepercayaan konsumen *e-commerce*

Undang-Undang No, 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sejatinya telah mengatur mengenai hak dan kewajiban konsumen serta tanggungjawab pelaku usaha dalam transaksi secara konvensional. Dalam Pasal 2 UU Perlindungan Konsumen sudah secara gamblang dituliskan mengenai tujuan dari perlindungan konsumen yakni untuk meningkatkan kesadaran untuk

²³⁴ Sri Wahyuni, "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Pemilik Kartu Kredit dalam Transaksi *E-Commerce*" Skripsi, Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara (2019), hlm. 5.

kemandirian konsumen dalam melindungi diri, mengangkat harkat martabat konsumen, meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, serta melindungi haknya sebagai konsumen, menciptakan sistem perlindungan yang mengandung kepastian hukum serta keterbukaan informasi, menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen serta meningkatkan kualitas barang ataupun jasa untuk menjamin keberlangsungan hidup konsumen.²³⁵ Dengan adanya arus globalisasi, perlindungan hak-hak konsumen yang dapat dilakukan dalam transaksi secara konvensional menjadi terancam dikarenakan adanya perluasan wilayah perdagangan, pembaharuan sistem transaksi, dan tidak ada tatap muka secara langsung kepada pelaku usaha. Karena itu dibutuhkan peraturan perundang-undangan baru yang lebih jelas mengatur mengenai perlindungan konsumen utamanya dalam hal data pribadi saat sedang bertransaksi di *e-commerce*.²³⁶ Sebagai respon terhadap perlindungan konsumen di era *e-commerce*, maka diterbitkanlah Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang sebagaimana telah diubah dalam UU No, 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi

²³⁵ Yudha Sri Wulandari, “Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli *E-Commerce*” *Ajudikasi*, Vol. 2 No. 2 (2018), 206.

²³⁶ Sulasi Rongiyati, “Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Dagang melalui Sistem Elektronik” *Negara Hukum*, 3-4

Elektronik. Dengan adanya UU tersebut menjadi gerbang awal dalam perlindungan konsumen *e-commerce* di Indonesia.²³⁷

Data pribadi konsumen *e-commerce* merupakan hal yang harus dilindungi, utamanya dalam transaksi elektronik yang marak saat ini terjadi. Salah satu pengumpulan data diri dalam transaksi *e-commerce* yang menurut hemat penulis bertentangan dengan hak konsumen ialah pengumpulan data melalui *cookies* atau aplikasi yang terpasang di *hardrive* konsumen ketika sedang mengunjungi situs. Biasanya adanya *cookies* ditujukan untuk mengambil data-data mulai kartu kredit, alamat e-mail, melacak situs-situs yang pernah dikunjungi. Pengumpulan data ini kemudian akan digunakan situs *e-commerce* tersebut untuk menawarkan produk-produk dengan anggapan sesuai dengan keinginan konsumen. Adanya *cookies* ini sangat bertentangan dengan asas kebebasan yang diatur di dalam UNCITRAL Model Law Article 4, “*The Model Law is thus intended to support the principle of party autonomy*”. Penggunaan *cookies* juga dapat dikaitkan dengan pelanggaran Pasal 26 Ayat 1 UU ITE, “Kecuali ditentukan lain oleh peraturan perundang-undangan, penggunaan setiap informasi melalui media elektronik yang menyangkut data pribadi seseorang harus dilakukan atas persetujuan orang yang bersangkutan.”²³⁸ Meskipun kemudian *cookies* terkadang meminta izin melalui pesan data kepada pengguna, masih banyak website yang tidak mencantumkan persetujuan kepada

²³⁷Sulasi Rongiyati, “Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Dagang melalui Sistem Elektronik” Negara Hukum, 5.

²³⁸Acep Rohendi, “Perlindungan Konsumen dalam Transaksi *E-Commerce* perspektif Hukum Nasional dan Internasional”, 476-477.

konsumen. Disinilah kemudian dibutuhkan adanya spesifikasi di dalam regulasi nasional sebagai perwujudan perlindungan konsumen dalam *e-commerce*.

Sebenarnya sudah ada beberapa ketentuan dalam UU ITE yang membahas mengenai perlindungan data pribadi yang digunakan dalam transaksi elektronik. Namun, ketentuan yang ada di dalam UU ITE masih bersifat umum dan pengimplementasiannya masih membutuhkan ketentuan yang lebih teknis. Artinya untuk memastikan perlindungan terhadap data pribadi konsumen *e-commerce* dibutuhkan adanya pengaturan lebih lanjut secara terperinci. Masih belum terperincinya teknis perlindungan data pribadi menjadi sebuah permasalahan yang harus segera diselesaikan selain untuk melindungi juga meningkatkan rasa kepercayaan konsumen terhadap transaksi elektronik.

Selain itu, permasalahan lebih lanjut saat ini ialah perihal transaksi elektronik lintas negara yang tentu memiliki yurisdiksi wilayah yang berbeda-beda. Pasal 2 UU ITE telah menyebutkan bahwa undang-undang ini berlaku untuk setiap perbuatan subjek hukum yang menimbulkan implikasi hukum di Indonesia, tetapi UU ITE juga memberikan pilihan kepada para pihak untuk memilih hukum mana yang ingin diterapkan dalam transaksi *e-commerce* lintas negara. Pada Pasal 18 Ayat (3) UU ITE kemudian menyebutkan “Jika para

pihak tidak melakukan pilihan hukum dalam transaksi elektronik internasional, hukum yang berlaku didasarkan pada asas Hukum Perdata Internasional.”²³⁹

Adanya berbagai macam pilihan ini tentu akan menimbulkan keberagaman konsekuensi hukum bagi para pihak yang terlibat dalam transaksi *e-commerce*. Semisal dalam amazon.com terdapat pernyataan bahwa “segala transaksi yang terjadi di situs ini berlaku dalam kawasan wilayah yurisdiksi kota Washington” sehingga hal ini akan menjadi sulit jika konsumen ingin menggugat pelaku usaha harus mengajukannya kepada negara bagian Washington dan tentu membutuhkan uang yang tidak sedikit. Jika konsumen tidak memiliki pengetahuan yang cukup, maka dengan mudah akan dieksploitasi oleh pelaku usaha nakal dengan dalih berdasar pada pasal-pasal yang ada di dalam UU ITE tersebut.

Melihat kedua permasalahan di atas mengenai data pribadi dan sistem transaksi elektronik lintas negara, tentu dibutuhkan adanya upaya perlindungan sebagai bentuk perwujudan dari pasal-pasal yang telah tertuang di dalam peraturan perundang-undangan. Karena konsumen masih berada dalam kedudukan yang lemah, tidak hanya cukup upaya pencegahan saja tetapi juga harus ada mekanisme upaya hukum utamanya bagi transaksi yang dilakukan melalui lintas negara. Perwujudan perlindungan konsumen *e-commerce* yang saat ini berlaku di Indonesia menurut Muchsin terbagi atas dua yakni upaya

²³⁹ Acep Rohendi, “Perlindungan Konsumen dalam Transaksi *E-Commerce* perspektif Hukum Nasional dan Internasional”, 13.

secara preventif dan represif. Upaya preventif dilakukann sebagai pencegahan atas pelanggaran hak-hak dalam hal ini ialah hak konsumen *e-commerce*. Adapun secara garis besar upaya preventif terbagi atas penyusunan regulasi yang baik, adanya peningkatan pengetahuan dari pihak konsumen hingga pembuatan kontrak/ perjanjian antara pihak konsumen dan pelaku usaha. Sementara, upaya represif dilakukan bila terjadi pelanggaran atas hak-hak konsumen yang dapat dilakukan melalui jalur litigasi da non-litigasi.

Nurmanto sendiri menyatakan mengenai upaya-upaya preventif yang dapat dilakukan untuk melindungi konsumen, yakni:

6. Penciptaan sistem perlindungan konsumen yang informatif dan memenuhi kepastian hukum, sistem ini memerlukan itikad baik dari pihak penyedia jasa, serta pelaku usaha. Karena dengan menimbulkan lingkungan yang baik dan informatif, konsumen akan merasa aman untuk ikut dalam proses transaksi *e-commerce*.
7. Perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha, selain melindungi konsumen juga perlu adanya perlindungan yang seimbang kepada pelaku usaha.
8. Peningkatan kualitas barang dan jasa, hal ini menjadi langkah preventif untuk mencegah terjadinya sengketa akibat tidak sesuainya kualitas barang dan/atau jasa dengan yang dipaparkan di situs maupun aplikasi *e-commerce*.

9. Perlindungan hukum konsumen dari praktik usaha yang menyesatkan, UU Perlindungan Konsumen, UU ITE serta UU Perdagangan menjadi bagian dari peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai perlindungan konsumen utamanya dalam hal ini dari praktik-praktik usaha yang menyesatkan dan merugikan hak-hak konsumen *e-commerce*.
10. Hingga memadukan penyelenggaraan, pengembangan, serta pengaturan perlindungan hukum konsumen dengan bidang-bidang lainnya.²⁴⁰

Kelima bentuk perlindungan preventif tersebut berkaitan erat dengan pembenahan regulasi perlindungan konsumen *e-commerce*. Transaksi berbasis internet saat ini telah memiliki payung hukum di UU ITE dan UU Perdagangan. Semisal pada Pasal 9 UU ITE dinyatakan bahwa pelaku usaha wajib memberikan informasi selengkapnya pada barang dan/atau jasa yang ditawarkan, dengan adanya kejelasan dari pihak pelaku usaha tentu akan melindungi konsumen dari adanya keambiguan terhadap barang dan/atau jasa yang ingin dibeli, ini telah sesuai dengan Pasal 65 Ayat (6) UU Perdagangan yang memiliki kesamaan makna²⁴¹. Kelima bentuk perlindungan preventif tersebut bertujuan untuk mencegah terjadinya kerugian yang acapkali dirasakan oleh konsumen. bentuk-bentuk perlindungan menurut Nurmanto dapat diaplikasikan melalui berbagai macam program perlindungan konsumen oleh

²⁴⁰ Sulasi Rongiyati, "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Dagang melalui Sistem Elektronik" Negara Hukum, 8-9.

²⁴¹ Sulasi Rongiyati, "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Dagang melalui Sistem Elektronik" Negara Hukum, 9-10.

pemerintah, misalnya Program Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga yang difokuskan pada perlindungan dan pembinaan mengenai keniagaan untuk meningkatkan pemberdayaan konsumen dengan adanya kerjasama di pemerintah-pemerintah pusat serta instansi-instansi terkait.²⁴²

Pengaplikasian upaya preventif oleh konsumen dapat juga dilakukan melalui adanya kontrak antara *provider*, pelaku usaha dan konsumen, utamanya dalam perihal transaksi lintas negara. Dalam situs-situs *e-commerce* ternama seperti Amazon.com, Tokopedia, *Shopee*, dan lain sebagainya telah menggunakan UNCITRAL Model Law Article 11 sebagai dasar hukum yang telah menjelaskan bahwa dalam konteks pembentukan kontrak, kecuali yang memang disetujui oleh para pihak, tawaran dan penerimaan dapat dinyatakan oleh pesan data. Dimana pesan data yang digunakan dalam pembentukan kontrak tidak akan ditolak keabsahannya karena menggunakan pesan data tersebut²⁴³. Implementasi ketentuan ini sering dilihat dalam Agree/ Disagree Term yang biasanya ada saat kita ingin masuk menjadi konsumen situs perbelanjaan *online*. Dengan adanya perjanjian di awal menjadi sebuah kejelasan bagi pihak penyedia jasa, pembeli dan juga pelaku usaha.

Ketentuan mengenai kontrak digital berbasis pesan data belum secara jelas diutarakan di dalam UU ITE, sehingga hal ini menimbulkan kelemahan dalam melindungi konsumen yang terikat dengan kontrak digital berbasis pesan

²⁴² www.eplanning.pemkomedan.go.id diakses pada 4 Mei 2021.

²⁴³ Acep Rohendi, "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi *E-Commerce* perspektif Hukum Nasional dan Internasional", 481.

data tersebut. Pada UU ITE telah secara tersirat ditentukan bahwa validitas kontrak elektronik dapat dilakukan dengan cara-cara tertentu yang menunjukkan bahwa penandatanganan telah memberikan persetujuan terhadap Informasi Elektronik yang dimaksud, hanya saja tentu dibutuhkan adanya kejelasan secara teknis mengenai pengimplementasian hukum dalam kontrak digital berbasis pesan data tersebut.²⁴⁴ Hal ini menjadin salah satu poin yang harus segera ditetapkan sebagai perwujudan perlindungan konsumen *e-commerce* di Indonesia.

Selain perlindungan konsumen terhadap pelaku usaha dan *provider*, perlu adanya perlindungan konsumen yang menggunakan bank sebagai penyaluran dana utamanya dalam memakai kartu kredit untuk transaksi *e-commerce*. Memang benar, dalam kehidupan saat ini kita tidak dapat terlepas dari gaya hidup penggunaan akrtu kredit. Kartu kredit menurut Imam Prayogo Suryahadibroto merupakan sebuah alat pembayaran pengganti uang tunai yang dapat digunakan sewaktu-waktu selama ada cabang penerima kartu kredit²⁴⁵. Tentu saja dalam hal transaksi *e-commerce*, kartu kredit konsumen menjadi hal penting yang harus dilindungi sebagai bagian dari perwujudan perlindungan konsumen. Dikarenakan, kartu kredit mengandung data pribadi yang sejatinya

²⁴⁴ Rio Christiawan, “Sahkah Perjanjian yang Dibuat dalam Bentuk Digital?” <https://m.Hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt54e1cbb95f00f/sahkah-perjanjian-yang-dibuat-dalam-bentuk-digital/> diakses pada 4 Mei 2021.

²⁴⁵ Sri Wahyuni, “Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Pemilik Kartu Kredit dalam Transaksi *E-Commerce*”, 52.

tidak boleh disalahgunakan oleh oknum-oknum pelaku usaha, *provider*, bahkan *hacker*.

Pasal 15 UU ITE telah menegaskan bahwa penyelenggara sistem elektronik harus menjalankan sistem elektronik yang aman serta bertanggungjawab dengan pengoperasiannya sebagaimana mestinya, tentu saja ini harus dibarengi dengan itikad baik dari pelaku usaha pengguna *provider* dan juga peningkatan pengetahuan konsumen terhadap perlindungan data pribadi kartu kredit. Misalnya, dalam studi yang dilakukan oleh Skripsi Sri Mulyani ada beberapa kasus mengenai kartu kredit, yakni karena kesalahan pelaku usaha yang tidak memberikan penjelasan lebih lanjut mengenai transaksi dan tambahan biaya, adanya oknum yang meretas data pribadi konsumen dan bahkan kelalaian dari pihak konsumen itu sendiri.²⁴⁶ Sehingga sebagai upaya preventif dalam perlindungan kartu kredit konsumen *e-commerce* dibutuhkan adanya sinergitas antara bank penyedia jasa, *provider*, pelaku usaha dan konsumen. Sehingga mencegah tindak kejahatan menggunakan data pribadi konsumen yang diretas dari kartu kreditnya dan mencegah adanya sengketa dalam transaksi *e-commerce*.

Tentu saja upaya secara preventif tidak akan cukup meliputi seluruh kegiatan *e-commerce*, karena di dunia yang seluas ini tentu akan ada itikad buruk dari oknum-oknum pihak terkait yang menyebabkan kerugian di salah

²⁴⁶ Sri Wahyuni, "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Pemilik Kartu Kredit dalam Transaksi *E-Commerce*", 10-20.

satu bahkan beberapa pihak. Karena itu dibutuhkan adanya perlindungan secara represif. Bentuk perlindungan represif konsumen *e-commerce* di Indonesia dapat digunakan saat terjadi wanprestasi antara pihak konsumen dan pelaku usaha. Wanprestasi ini dapat terjadi bila ada pelanggaran atas kesepakatan *e-commerce* antara konsumen dan pelaku usaha, misalnya terjadinya ketidaksesuaian barang yang dikirim, pengiriman yang terlambat, hingga adanya eksploitasi dalam perjanjian yang telah disepakati sebelumnya. Dalam hal ini, konsumen dapat menempuh dua cara yakni litigasi dan non litigasi.

Secara litigasi, konsumen dapat mengajukan gugatan di pengadilan yang dasar hukumnya terletak pada Pasal 38 Ayat 1 UU ITE yang berbunyi “Setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan sistem elektronik dan/atau menggunakan teknologi informasi yang menimbulkan kerugian” dan Pasal 45 Ayat 1 UUPK yang berbunyi “Setiap konsumen yang dirugikan bisa menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha ataupun melalui peradilan yang berada di lingkungan umum”. Dan secara non-litigasi menurut Pasal 47 UUPK, konsumen dapat menyelesaikan persengketaan melalui kesepakatan di luar pengadilan mengenai bentuk ataupun besar kerugian dan tindakan-tindakan tertentu yang menjamin tidak akan lagi terjadi kerugian yang diderita oleh konsumen.²⁴⁷

²⁴⁷ Yudha Sri Wulandari, “Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli *E-Commerce*”, 207.

Mengenai upaya hukum terhadap gugatan transaksi lintas negara, Pasal 5 Ayat 2 Konvensi Roma 1980 telah menegaskan bahwa, “*dalam kontrak bisnis-konsumen, pilihan hukum yang dibuat di dalam kontrak tidak dapat menghilangkan hak-hak konsumen atas perlindungan konsumen dari negara tempat ia memiliki kediaman tetap*” artinya ialah, meskipun ada perbedaan wilayah yurisdiksi tetap berlaku asas bahwa hukum yang dipilih tidak dapat mengesampingkan kaidah-kaidah memaksa (*mandatory laws*) dari negara yang memiliki koneksi terdekat dengan kontrak. Sehingga dengan adanya pernyataan ini, meskipun pihak konsumen ingin menggugat pelaku usaha negara lain, konsumen tersebut tetap mendapatkan hak-haknya sebagai seorang konsumen sebagaimana yang telah diberikan di dalam UU ITE dan UUPK.

Penyelesaian sengketa tentunya tidak hanya bisa dilakukan melalui tatap muka antar pihak, nyatanya ada penyelesaian sengketa melalui *online dispute resolution*. Hal ini berakar dari perkembangan teknologi yang kemudian mendesak adanya paduan antara informasi pengolahan teknologi computer dan juga fasilitas jaringan di Internet. Moc. Basrah menyatakan ODR sebagai sebuah cara penyelesaian sengketa yang dapat dilakukan lintas batas negara tanpa harus bertemu secara *face to face*. Kelebihan dari menggunakan ODR ini ialah kemudahan bagi penyelesaian karena tidak terbatas pada ruang, dan batas waktu, selain itu menggunakan sistem *online* tentu akan menghemat biaya perkara daripada menggunakan ADR yang sifatnya konvensional. Pada prinsipnya

pilihan penyelesaian sengketa yang terdapat pada ADR (negosiasi, mediasi dan arbitrase) juga dapat diterapkan melalui ODR.

Model negosiasi secara daring dapat dilakukan melalui dua bentuk yakni *Assisted Negotiation* yakni, pemberian saran kepada para pihak melalui e-mail ataupun *website* yang dirancang khusus, serta *Automated Negotiation* yakni mediasi yang dilakukan melalui perangkat computer yang membantu pencapaian kesepakatan para pihak tanpa campur tangan manusia sehingga sering disebut penawaran buta karena solusi yang ditawarkan masih rahasia sampai para pihak mendekati penyelesaian tingkat akhir.²⁴⁸

Kemudian ada mediasi *online* yang menurut Priyatna Abdurrrsyad merupakan proses damai antara kedua pihak yang bersengketa melalui media elektronik, sehingga mediasi yang awalnya dilakukan di *real space* dalam hal ini diganti menuju *cyberspace*. Mediasi *online* terdiri dari mediasi fasilitatif, mediasi evaluatif dan pendekatan menengahi situasi. Dimana mediasi fasilitatif dimaksudkan bahwa mediator hanya berfungsi sebagai fasilitator tanpa memberikan opini maupun rekomendasi penyelesaian sengketa. Sementara mediasi evaluative merupakan mediasi yang dilakukan oleh mediator dengan memberikan pandangan dari segi hukum, fakta, dan juga bukti sehingga disini diharapkan dapat mempengaruhi kedua belah pihak untuk mencapai dan menerima satu kesepakatan bersama mediator. Kemudian ada pula pendekatan

³²³ Sulasi Rongiyati, "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Dagang melalui Sistem Elektronik" Negara Hukum, 20.

menengahi situasi dimana mediator berupaya untuk mengintervensi atas permintaan dan persetujuan para pihak, kegiatan ini dapat dilakukan melalui *relay chats*, *e-mail*, dan *video conference*.²⁴⁹ Apapun pilihannya tentu diharapkan dapat menyelesaikan perihal sengketa konsumen.

Terakhir, Arbitrase *online* yang dilakukan dengan memilih jasa pihak ketiga yang netral dalam mencapai sebuah putusan. Pelaksanaan arbitrase *online* di Indonesia sejatinya telah sesuai dengan Peraturan Perundang-Undangan yang ada khususnya pada UU No. 30 Tahun 1999. Namun, meskipun telah ada dasar hukum dari pelaksanaan arbitrase *online*, masih belum ada peraturan mengenai tata cara pelaksanaan arbitrase *online* secara spesifik. Karena bila diserahkan kepada para pihak dikhawatirkan tidak akan tercapai arbitrase *online* yang efektif dan efisien serta akan berimbas pada munculnya ketidakpastian hukum. Untuk mewujudkan perlindungan konsumen yang berkeadilan maka dibutuhkan regulasi yang mengatur mengenai tata cara penyelesaian sengketa secara daring.

Berdasarkan penjelasan di atas, perlindungan terhadap konsumen dapat dilakukan melalui upaya preventif dan represif dimana kedua cara ini harus dikuatkan oleh pemerintah agar benar-benar memenuhi perlindungan atas konsumen. Upaya preventif dalam perlindungan konsumen dapat dimulai dari pemberdayaan literasi konsumen atas hak-haknya, perbaikan sistem transaksi *e-commerce* hingga pembenahan regulasi hukum yang menaungi kegiatan

²⁴⁹ Sulasi Rongiyati, "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Dagang melalui Sistem Elektronik" Negara Hukum, 21.

konsumen *e-commerce*. Apabila upaya preventif tersebut tidak cukup untuk melindungi konsumen, maka ada upaya represif yakni menggunakan jalur hukum baik menggugat maupun menggunakan ADR/ ODR.

Menurut hemat penulis, masih belum ada peraturan perundang-undangan yang mengatur secara spesifik mengenai penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi lintas negara. Kemudian penjelasan yang lebih detail berada pada *Online Dispute Resolution* yang hanya mampu mengendalikan situasi dalam lingkup penyelesaian alternatif saja. Padahal adanya penegasan regulasi mengenai hal ini menjadi sangat penting karena saat ini, transaksi *e-commerce* tidak hanya terbatas pada skala nasional tetapi juga pada skala internasional. Hal ini menjadi pekerjaan rumah pemerintah untuk melakukan spesifikasi alur dan tata cara penyelesaian sengketa konsumen lintas negara melalui jalur litigasi. Perlindungan konsumen diciptakan agar konsumen merasa aman dan tidak harus mengalami kerugian karena proses untuk mencapai rasa aman tersebut.

Perwujudan perlindungan konsumen *e-commerce* yang diperlukan di Indonesia masih membutuhkan pengakajian dan penegasan lebih lanjut. Perwujudan perlindungan ini tentu harus dilihat dari berbagai sisi, misalnya perlindungan pada pengambilan data pribadi konsumen lintas negara yang dapat disalahgunakan dan didapatkan melalui meretas ataupun *cookies* situs, perlindungan transaksi melalui kartu kredit yang harus melibatkan pihak bank agar terhindar dari adanya pembayaran tanpa persetujuan konsumen atau bahkan

imbas dari perampasan data pribadi merugikan konsumen dari segi keuangan, hingga perbaikan mengenai itikad baik dari *provider*, bank dan juga pelaku usaha yang saat ini juga masih terdapat beberapa oknum beritikad buruk yang malah menurunkan kepercayaan konsumen. Memang benar beberapa di antaranya telah diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Perlindungan Konsumen serta, Undang-Undang Perdagangan. Namun, penjelasan di atas menyatakan masih banyak regulasi yang secara spesifik belum mengatur mengenai pelaksanaan perlindungan konsumen. Utamanya bagi perlindungan konsumen lintas wilayah yurisdiksi yang secara detail masih belum dijabarkan. Hal ini tentu akan mempersulit pemenuhan hak dan penyelesaian sengketa konsumen serta mempermudah pencarian celah oleh pihak lain. Perlindungan konsumen *e-commerce* di Indonesia membutuhkan penegasan regulasi yang lebih spesifik, penegak hukum yang lebih dinamis dan tegas, serta pemberdayaan literasi bagi konsumen *e-commerce* di Indonesia agar terhindar dari manipulasi oknum tertentu.

Semua hal tersebut nampaknya juga harus dikembalikan pada konsep keadilan yang dikehendaki oleh semua pihak berdasarkan pada konstitusi bahkan ideologi bangsa yakni Pancasila sebagai dasar dari semua peraturan perundang-undangan yang ada, termasuk di dalamnya tentang bagaimana perlindungan terhadap konsumen dengan transaksi elektronik harus dipenuhi oleh pemerintah sebagai bentuk keadilan. Keadilan sebagaimana dikatakan oleh

Notonegoro, terutama dalam konteks keindonesiaan tidak ada lain selain keadilan yang berkesuaian dengan Pancasila.

Masih menurut Notonegoro, pada dasarnya, terdapat hubungan sebab-akibat antara negara dengan rakyat yang sifat dasarnya sebagai manusia, karena negara merupakan lembaga kemanusiaan dan sebagai hasil atas keinginan manusia. Sedangkan Tuhan merupakan asal dari semua yang ada di dunia, termasuk manusia sehingga terdapat hubungan sebab-akibat yang tidak langsung antara negara dengan asal mula segala sesuatu; rakyat merupakan jumlah dari manusia dengan sifatnya yang pribadi, sehingga ada hubungan sebab-akibat antara negara dengan rakyat, terutama Indonesia yang menyatakan kekuasaan dengan tegas ada ditangan rakyat, berasal dari rakyat, sebagaimana tersimpul dalam asas kedaulatan rakyat. Yakni kesatuan rakyat, dapatlah timbul suatu negara, sehingga secara tidak langsung ada juga hubungan sebab-akibatnya.

Sedangkan keadilan pada lingkup perlindungan terhadap konsumen sebagai implementasi dari adanya Pancasila sebagai dasar dari semua peraturan perundang-undangan yang ada, dasar cita-cita kemerdekaan setiap bangsa/rakyatnya, jika sesuatu bangsa tidak merdeka/ tidak mempunyai perlindungan, tidak mempunyai negara sendiri termasuk dalam pembangkangan terhadap keadilan Pancasila/ alias tidak adil. Sehingga hubungan antara negara dengan keadilan termasuk keadilan dari perlindungan terhadap konsumen *e-commerce* termasuk dalam golongan hubungan yang harus ada dan mutlak dengan kata lain

keadilan itu dapat dikatakan mengandung unsur yang sejalan dengan keberadaan asas hubungan sebab-akibat. Selain itu, sebagaimana dalam sila keadilan sosial yang merupakan tujuan dari keempat sila yang mendahuluinya, berdasarkan pada hal tersebut, tujuan dari bangsa ini dalam bernegara/ pada hubungan antara pemerintah/ negara dengan rakyat terutama yang bertindak sebagai konsumen dengan transaksi elektronik ini, merupakan tujuan utama yang tidak dapat dikesampingkan sebagaimana nilai-nilai keadilan dalam Pancasila yang saling menopang antara satu dengan lainnya.

Menurut Notonagoro hakikat keadilan yang terkandung dalam pancasila terutama berkaitan dengan pacasila yang kedua; yakni keadilan yang adil terhadap diri sendiri, terhadap sesama, dan terhadap Tuhan atau kausa prima. Penjelasan dari keadilan kemanusiaan monopluralis tersebut dalam bidang kehidupan, termasuk aktivitas transaksi elektronik merupakan kegiatan bersama baik dalam lingkup masyarakat, bangsa, negara, dan kehidupan antar bangsa yaitu menyangkut sifat kodrat manusia sebagai makhluk individu dan makhluk sosial dalam wujud keadilan dalam hidup bersama atau keadilan social sebagaimana telah dipaparkan sebelumnya. Dengan demikian logikanya keadilan sosial didasari dan dijiwai oleh sila kedua yaitu kemanusiaan yang adil dan beradab yang juga mempunyai nilai luhur karena di dalam keadilan tersebut terdapat nilai ketuhanan, kemanusiaan, keindonesiaan, kebersamaan dan kesejahteraan sosial.

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada analisis yang telah dilakukan oleh penulis, pada disertasi ini dapat diambil sebuah kesimpulan:

1. Perlindungan hukum konsumen dalam transaksi *e-commerce* melalui kebijakan pemerintah untuk mendukung ekonomi digital belum berbasis nilai Kepastian hukum dan keadilan yang tidak kunjung terwujud dalam perlindungan hukum bagi konsumen/belum ada keadilan bagi konsumen *e-commerce* disebabkan oleh; 1). Jelas pada asas kemanfaatan masih belum dirasakan menyeluruh, karena penegakan hukumnya masih bersifat aduan selain pada tipe konsumen tertentu yang melakukan tindakan. 2). Dari manfaat yang dirasakan hanya oleh beberapa pihak, maka otomatis rasa keadilan tidak dapat diwujudkan pada setiap konsumen yang memerlukan perlindungan secara sama. 3). Keseimbangan juga masih mengalami kendala dalam usaha mewujudkannya, selama ini banyak kita jumpai beberapa data dan informasi yang tidak akurat mengenai barang atau jasa yang akan digunakan oleh konsumen, terutama pada segikualitas barang maupun jasa; sayangnya ketidak seimbangan atau ketidakadilan tersebut sulit untuk konsumen *e-commerce* untuk melakukan tindakan-tindakan hukum agar haknya didapatkan dengan baik. 4). Pada poin keselamatan dan keamanan khususnya bagi konsumen masih tetap mempunyai resiko tinggi,

khususnya berkaitan dengan penyalagunaan data pribadi pasca transaksi elektronik yang dilakukan; ini salah-satu problem yang hingga saat ini terus terjadi dan cukup cepat perubahan kejadiannya, baik bentuk, waktu maupun motif kepentingan oknumnya. 5). Pada poin yang terakhir ini, tentang kepastian hukum bagi konsumen *e-commerce*, menjadi salah-satu pertanyaan besar; khususnya bagi pemerintah dan para pihak berwenang. Karena sebagaimana kita ketahui, undang-undang yang ada masih belum mengatur secara spesifik mengenai perlindungan konsumen dengan transaksi elektronik.

2. Kelemahan pada tataran undang-undangan perlindungan konsumen *e-commerce* diantaranya; a. Pada lingkup ketentuan hukum mengenai pelaku usaha, UUPK khususnya masih terbatas pada pelaku usaha pada wilayah hukum Indonesia. b. Undang-undang perlindungan konsumen juga sebagaimana diketahui juga mengatur tentang klausula baku yakni setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan serta ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen. c. UU Perdagangan tersebut yang menyatakan bahwa “Kebijakan perdagangan disusun berdasarkan asas kepentingan nasional” artinya, pada perlindungan konsumen masih terbatas pada wilayah nasional hukum Indonesia. d. Pemerintah melalui UUIE no. 8 tahun 2011 jo Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun

2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik; secara spesifik juga belum mengatur tentang pengingkaran dalam suatu perjanjian yang dibuat melalui media elektronik atau dalam transaksi elektronik seperti pada *e-commerce*; sehingga terdapat kekosongan norma. e. 1). Bahwa perundang-undangan yang ada khususnya UUPK saat ini tidak mampu mengakomodir perkembangan di sektor teknologi. 2). Kelemahan berikutnya ialah karena undang-undang yang ada belum mampu memberikan perlindungan secara pasti mengenai data atau identitas pribadi. 3). Banyaknya pengaduan dari masyarakat; BPKN yang bertindak hanya sebagai penerima pengaduan, merasa tidak bisa berbuat lebih dan menimbulkan kebingungan di kalangan masyarakat karena beberapa badan/ komite mempunyai hak terkait perlindungan konsumen.

3. Hukum perlindungan konsumen di Indonesia masih terbatas pada konsumen dengan tipe transaksi konvensional. Sedangkan saat ini perkembangan dunia industri atau usaha jauh meninggalkan kenyataan peraturan perundang-undangan yang ada, terutama berkaitan dengan perlindungan konsumen. Sehingga mutlak dalam wilayah perlindungan konsumen *e-commerce* yang kegiatan transaksinya dapat terjadi hingga lintas yurisdiksi hukum yang ada; diperlukan adanya suatu pembaharuan hukum. Secara filosofis, konsumen tersebut merupakan individu yang mempunyai hak untuk tetap dapat memenuhi standar hidup melalui

kebutuhan dan pemenuhan kebutuhannya sendiri. Disamping itu, Indonesia yang mempunyai pandangan dasar kemasyarakatannya berdasar pada Pancasila, khususnya pada poin ‘Persatuan Indonesia Dan Keadilan Sosial Bagi Seluruh Rakyat Indonesia’ jelas merupakan kenyataan yang tidak dapat dikesampingkan kebutuhan perlindungan demi kepastian hukumnya. Hal ini sejalan dengan nilai-nilai filosofis Pancasila sebagai dasar dalam pandangan hidup bangsa Indonesia selain juga selaras dengan kehendak undang-undang dasar 1945 Pasal 28D ayat (1) menentukan bahwa ‘Setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama di hadapan hukum.’ Oleh karena itu, dibutuhkan kaidah-kaidah hukum baru sebagai perangkat terutama pada ranah materil hukum sebagai pedoman atau dasar dari perlindungan konsumen *e-commerce*. Karena sudah jelas keberadaan Undang-Undang Perlindungan Konsumen/ UUPK No. 8 tahun 1999, Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 dan Undang-Undang No. 7 tahun 2014 tentang Perdagangan sudah tidak relevan dengan kebutuhan konsumen dengan transaksi elektronik atau digital. Sehingga hukum harus difungsikan sebagai sarana pembaharuan masyarakat (*law as a tool social engeneering*) dalam menghadapi tantangan dan pola hidup yang terus berkembang terutama pada dunia digital.

B. Saran-Saran

1. Kepada para pihak pemangku jabatan khususnya di lingkungan Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), agar memperhatikan kenyataan-kenyataan di lapangan dalam membuat peraturan perundang-undangan khususnya dalam lingkup undang-undang perlindungan konsumen dengan transaksi digital/*online* yang juga dikenal dengan konsumen *e-commerce*. Karena jika telah berangkat dari fakta yang ada di lapangan yakni konsumen *e-commerce* di Indonesia saat ini masih belum mempunyai konsep perlindungan hukum yang kuat atay pasti, sehingga masih belum ada keadilan bagi para konsumen *e-commerce* yang mengalami kerugian/ dirugikan oleh pihak-pihak terkait transaksi *e-commerce*.
2. Kepada para pelaku bisnis dengan pola transaksi digital atau *online*, agar benar-benar memperhatikan etika berbisnis yang baik dan saling melindungi kepentingan bersama dan kerahasiaan data semua pihak mengingat di dalam transaksi *e-commerce* tidak hanya menyangkut kepentingan bisnis semata, namun terdapat hak dan kewajiban lain yang harus ditunaikan seperti menjaga kerahasiaan data para konsumennya dan lain sebagainya; meskipun belum ada ketentuan khusus dalam perlindungan konsumen *e-commerce*.
3. Untuk masyarakat umum khususnya yang bertindak sebagai konsumen dengan transaksi *online/e-commerce*; agar bersikap teliti, waspada dan extra-hati-hati berkaitan dengan transaksi yang dilakukan, sehingga tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan. Selain itu juga agar mempelajari dan

memahami dengan menyeluruh tentang hak dan kewajiban serta aturan-aturan lainnya yang berkaitan dengan pola transaksi *online* atau digital.

C. Implikasi Kajian

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikemukakan implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Implikasi teoritis
 - a. Diskusi mengenai perlindungan konsumen *e-commerce* khususnya di Indonesia dari berbagai disiplin dan pendekatan sebagai konsekuensi yang harus dipertanggung jawabkan oleh pemerintah selaku pihak yang bertanggung jawab karena kewenangannya dalam menentukan kebijakan khususnya kebijakan hukum; nyatanya hingga saat ini masih belum memenuhi tuntutan keadilan bagi para konsumen. Hal ini terlihat dari beberapa undang-undang yang masing multi tafsir dan universal; sehingga kenyataan konsumen tanpa perlindungan masih menjadi problem di Indonesia khususnya dalam transaksi konsumen *e-commerce*.
 - b. Peraturan perundang-undangan yang ada masih terdapat beberapa kelemahan saat diimplementasikan ke ranah perlindungan konsumen *e-commerce* sehingga para konsumen merasa belum mendapat perlindungan pada saat terjadi pelanggaran hukum oleh pihak pengusaha dengan transaksi *online*. Misalnya dalam UU ITE tidak secara spesifik

mengatur mekanisme pemrosesan kasusnya, dalam UU perdagangan masih lebih kepada transaksi konvensional dan beberapa badan yang berwenang dalam pengaduan kasus perlindungan konsumen *e-commerce* masih terlalu rumit dan multi tafsir di masyarakat. Hal inilah yang masih dirasa kebijakan pemerintah yang ada tidak mengakomodir kepentingan dan kebutuhan konsumen dalam transaksi *e-commerce*.

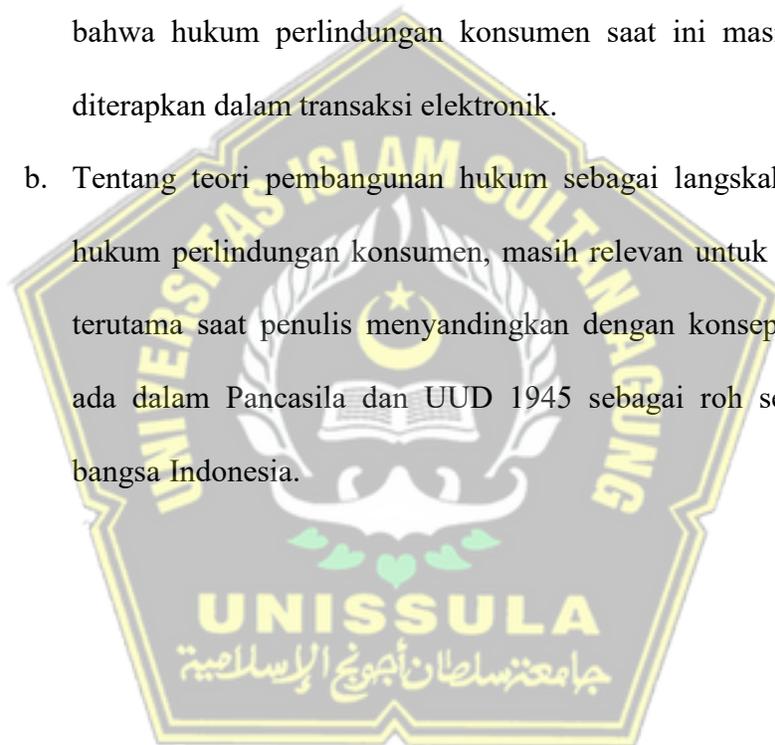
- c. Pada penelitian ini penulis juga memakai teori rekonstruksi perlindungan hukum konsumen dalam transaksi *e-commerce* dari pengembangan grand teori pembangunan hukum Prof. Dr. Kusumaat Madja. Berdasarkan analisa menggunakan teori ini, penulis menemukan fakta-fakta baru dan implikasi teori yang tidak hanya sebagai alat analisa. Diantara temuan tersebut secara implikatif, kenyataan hukum sebagai objek kajian dalam penelitian ini terjadi karena kesalahan dan ketidak adaan upgrad data sesuai dengan perkembangan jaman, terutama aktivitas dalam dunia digital, sehingga hukum yang ada saat ini tentang perlindungan konsumen tidak dapat mengakomodir perlindungan hukum konsumen dalam transaksi *e-commerce*.

2. Implikasi praktis

- a. Masyarakat saat ini tidak boleh tidak harus berhadapan dengan kenyataan digital yang merambah ke dunia transaksi elektronik.

Namun kenyataan lain mengatakan, bahwa transaksi yang dilakukan oleh konsumen dalam transaksi *e-commerce* tidak sejalan dengan kebutuhan dasar sebagai konsumen elektronik; misalnya kebutuhan perlindungan yang belum ada sehingga jika terjadi pelanggaran hukum penindakannya masih ngambang atau dasar hukumnya masih tari-menarik; hingga lembaga yang ada-pun berpendapat serupa, bahwa hukum perlindungan konsumen saat ini masih belum bisa diterapkan dalam transaksi elektronik.

- b. Tentang teori pembangunan hukum sebagai langkah rekonstruksi hukum perlindungan konsumen, masih relevan untuk dipergunakan, terutama saat penulis menyandingkan dengan konsep filosofi yang ada dalam Pancasila dan UUD 1945 sebagai roh sekaligus nafas bangsa Indonesia.



DAFTAR PUSTAKA

Daftar Buku/ Jurnal

- Abdul Halim Barakatullah, "*Urgensi Perlindungan Hak-Hak Konsumen Dalam Transaksi Di E-commerce*", Jurnal Hukum No 2 Vol 14 April 2007.
- Abdul Wahid dan Mohammad Labib, *Kejahatan Mayantara (Cyber Crime)*, Refika Aditama, Bandung, 2005.
- Abu Bakar Munir, *Cyberlaw: Policies and Challenges*, Butterworths Asia, 1999.
- Ahmadi Mini dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Ahmadi Mini, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, Rajagrafindo Persada, 2011.
- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo. 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Ahrnad M. Ramli, *Cyber Law dan HAKI dalam sistem Hukum Indonesia*, Refika Aditama, Bandung, 2004.
- Ali, Achmad. 1998. *Menjelajahi Kajian Empiris Terhadap Hukum*, Jakarta: Yarsif Watampone
- Adrianus Meliala, *Praktik Bisnis Curang*, Pustaka Sinar Harapan 1993
- Aliamsyah, M. 2009. *Pemanfaatan Sistem Informasi bagi Perancang Peraturan Perundang-undangan*, General: Legislasi Indonesia.
- Arsyad Sanusi, *Konvergensi Hukum dan Teknologi infonnasi, The Indonesian Research*, Jakarta, 2007.
- Atip Latifulhayat, "*Perlindungan Data Pribadi dalam Perdagangan Secara Elektronik (e- Commerce)*", Jurnal Hukum Bisnis, Vol. 18, Maret 2002.
- Az. Nasution, *Revolusi Teknologi Dalam Transaksi Bisnis Melalui Internet*, Jurnal Keadilan Volume I No.3 September 2001
- Bachsani Mustafa, *Sistem Hukum Indonesia Terpadu*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003.

- Bryan A. Garner, *Black's Law Dictionary*, ninth edition, St. Paul, West, 2009
- C.S.T. Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, Cet Ke-8, Jakarta: Balai Pustaka, 1989
- Dahlia. 2009. "Perlindungan Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli melalui Media Internet (*E-commerce*)" *Wacana Hukum*, Vol 8 No. 1 (2009)
- Dengen, Nataniel. 2017. *Sistem Informasi Undang-undang dan Transaksi Elektronik Berbasis WEB*, (Fakultas Ilmu Komputer: Universitas Mulawarman)
- Didik M. Arief Elisatris Gultom, *Cyber Law "Aspek Hukum Teknologi Informasi"*, Bandung: PT. Rafika Aditama 2005
- Didik M. Arief Mansur & Elisatris Gultom, *Cyberlaw Aspek Hukum Teknologi Informasi*.
- Dikdik M.& Elisatris Gultom, *Cyber Law "Aspek Hukum Teknologi Informasi"*, Refika Aditama, Bandung, 2005.
- Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, PT Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2003.
- Friedman, Lawrence M. *Sistem Hukum Perspektif Ilmu Sosial (The LegalSystem: A Social Science Perspective)*, (M. Khozim, Pentj), Bandung: Nusa Media, 2009
- Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001.
- Haim, Barkatullah Abdul. *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Transaksi ECommerce Lintas Negara di Indonesia*. Jakarta: FH UII Press, 2009
- Hans Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-commerce Perspektif Islam*, Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004.
- Hans Kelsen, *Dasar-Dasar Hukum Normatif*, Jakarta: Nusamedia, 2009
- Hasan Alwi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Ketiga, Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional, Balai Pustaka, 2002.
- Heru Saputra Lumban Gaol dan Fransisca Yanita Prawitasari. 2018. "Kedudukan Pelaku Usaha dan Konsumen dalam Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian terhadap Produk Mi Soun Mengandung Klorin)" *Yustika*, Vo. 21 No. 2 (2018)

- I Gusti Ngurah Wairocana, *Implementasi Good Governance Dalam Legislasi Daerah*, Fakultas Hukum Universitas Udayana.
- J. Angelo Corlett, *Dworkin's Theory of Law*, Associate Professor of Philosophy of *Law and Ethics*, San Diego State University: Department of Philosophy, 2000.
- Janus Sidabalok II, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Cetakan ke-1, Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2006
- Jay Folder & Patrick Quirk, *Electronic Commerce and the Law*, JohnWiley & Sons, Sidney, 2001.
- Jeffry F. Rayport dan Bernard Jaworski, *E-commerce*, Singapore: Drew & Napier, 2001.
- Jimly Asshiddiqie dan M. Ali Safa'at, *Teori Hans Kelsen Tentang Hukum*, Jakarta: Sekretariat Jenderal dan Kepaniteraan MK RI, 2006
- Kalakota & Whinston, *Frontiers of Electronic Commerce*, Addison Wesley Publishing Company Inc, Massachusetts, 1996.
- Kalakota & Whinston, *Frontiers of Electronic Commerce*, Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company Inc, 1996
- Kamlesh K. Bajaj & Debjani Nag, New Delhi: *The Cutting Edge of Business*, Tata McGraw-Hill, 2009.
- Kearney, A.T. 2015. "Lifting The Barriers of *E-commerce* in ASEAN". (CIMB ASEAN Research Institute)
- Kurniawan, *Hukum Perlindungan Konsumen: Problematika Kedudukan dan Kekuatan Putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)*, Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011
- Kurniawan. *Hukum Perlindungan Konsumen: Problematika Kedudukan dan Kekuatan Putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)*. Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011
- Lawrence W. Friedman, *American Law: An invaluable guide to the many faces of the law, and how it affects our daily our daily lives*, New York: W.W. Norton & Company, 1984

- M. Arsyad Sanusi, *Konvergensi Hukum Dan Teknologi Informasi*, The Indonesian Research, 2007.
- M. Suyatno, *Strategi Periklanan Pada E-commerce Perusahaan Top Dunia*, Yogyakarta: ANDI, 2003
- Marheni, Ni Putu Ria Dewi. *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Berkaitn Dengan Pencantuman Disclaimer Oleh Pelaku Usaha Dalam Situs Internet (Website)*
- Mariam Darus B, *Kompilasi Hukum Perikatan*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001.
- Mochtar Kusumaatmadja, *Fungsi dan Perkembangan Hukum dalam Pembangunan Nasional*, Bandung: Bina Cipta, 1995
- Mochtar Kusumaatmadja, *Pengantar Ilmu Hukum*, Jakarta: Alumni, 2009
- Notonagoro, *Beberapa Hal Mengenai Falsafah Pantjasila*, Jakrata: Pantjuran Tujuh, 1967
- Nasution, Az. 2001. "Revolusi Teknologi Dalam Transaksi Bisnis Melalui Internet", *Jurnal Keadilan* Volume I No.3 September 2001
- OECD, *"Guidelines on the Protection of Privasi and Transborder Flows and Personal Data"*, OECD Publication Services, Paris, 2001.
- OECD, *the Economic and Social Impact of Electronic Commerce: Preliminary Finding and Research Agenda*, Paris: OECD, 1999.
- Onno W Purbo, dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal E-commerce*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2001
- Onno W. Purbo dan Wahyudi Aang Arif, *Mengenal E-commerce*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 2001.
- Onno W. Purbo, *Mengenal E-commerce*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta, 2000.
- Peter Mahmud.M., *Penelitian Hukum*, Makalah, Fakultas Hukum Universitas, Jember, 2003.
- Philip Hadjon, *Perlindungan Hukum bagi Rakyat Indonesia*, Bina Ilmu, Surabaya, 1987.
- Philipus M. Hadjon, *Pengajian Ilmu Hukum Dogmatik (Normatif)*, Makalah Penataran, Fakultas Hukum Universitas Udayana, Denpasar, 1994.

- Philipus M. Hardjo, *Perlindungan Hukum bagi Rakyat Indonesia*, Surabaya: Bina Ilmu, 1988
- Purwadi, Ari. *Kebutuhan Akan Perangkat Hukum Perjanjian di Bidang Alih Teknologi*, Malang : Bayumedia, 2007
- R.A. Anderson & W.A. Krump, *Business Law*, Cincinnati: South-Western Publising Co, Tahun 1992.
- Rieke, Ustadiyanto, *Framework E-commerce*, Yogyakarta: Andi, 2001
- Ringkasan Buku Periodik Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2020-2024
- Riyeke Ustadiyanto, *Framework E-commerce*, Yogyakarta: Penerbit Andi 2001
- Sucipto Rahardjo, *Penegakan Hukum, Suatu Tinjauan Sosiologis*, Yogyakarta: Genta Publishing, 2009
- Sabian Usman, *Dasar-Dasar Sosiologi*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2009
- Soerjono Soekanto, *Beberapa Permasalahan Hukum Dalam Kerangka Pembangunan di Indonesia*, Jakarta: Universitas Indonesia, 1976
- Satjipto Rahardjo, *Hukum dan Masyarakat*, Bandung: Angkasa, 1980
- Az. Nasution, 'Revolusi Teknologi Dalam Transaksi Bisnis Melalui Internet', *Jurnal Keadilan*, 2001, Volume 1
- M. Agus Santoso, *Hukum, Moral & Keadilan Sebuah Kajian Filsafat Hukum*, Ctk. Kedua, Jakarta: Kencana, 2014
- Hyronimus Rhati, *Filsafat Hukum Edisi Lengkap Dari Klasik ke Postmodernisme*, Ctk. Kelima, Yogyakarta: Universitas Atma Jaya, 2015
- M. Agus Santoso, *Hukum, Moral & Keadilan Sebuah Kajian Filsafat Hukum*, Ctk. Kedua, Jakarta: Kencana, 2014
- Muhammad Fu'ad Abd al-Baqi, *al-Mu'jam al-Mufahras li Al-Fadh al-Qur'an al-Karim*, Bairut: Dar al-Fikr, 1987
- Wahbah Zuhayli, *Tafsir al-Munir*, Jilid IX, Beirut: Dar al-Fikr, 1991
- Majid Khadduri, *Teologi Keadilan Perspektif Islam*, Surabaya: Risalah Gusti, 1999
- M. Quraisy Shihab, *Wawasan Islam*, Bandung: Mizan, 1996

- Murtadha Muthahari, *Keadilan Ilahi, terjemahan, Agus Effendi*, Bandung: Mizan, 1992
- Sabian Usman, *Dasar-Dasar Sosiologi*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2009
- Soerjono Soekanto, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 2008
- Marcus Priyo Gunarto, *Kriminalisasi dan Penalisisasi Dalam Rangka Fungsionalisasi Perda dan Retribusi*, Semarang: Program Doktor Ilmu Hukum Universitas Diponegoro, 2011
- Salim,H.S dan Erlis Septiana Nurbani, *Penerapan Teori Hukum Pada Tesis dan Disertasi*, Jakarta: Rajawali Press, 2013
- Rohendi, Acep. 2015. “Perlindungan Konsumen dalam Transaksi *E-commerce* perspektif Hukum Nasional dan Internasional”, *Ecodemica*, Vol. 8 No. 2 (2015).
- Rongiyati, Sulasi. 2019. “Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Dagang melalui Sistem Elektronik” *Negara Hukum*, Vol. 10, No. 1
- Rusmawati, Dianne Eka. 2013. “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi *E-commerce*”, *Fiat Justisia Jurnal Ilmu Hukum* Volume 7 No. 2, Mei-Agustus 2013
- Sajipto Raharjo, *Ilmu Hukum, Bandung*: Citra Aditya Bakti, 2006
- Salim HS dan Erlies Septiana Nurbaini, *Penerapan Teori Hukum pada Penelitian Tesis dan Disertasi*, cet. 1, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2013
- Sanyoto, Liyani Dewi. 2017. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Pemakai Jasa Elektronik Dalam Transaksi *E-commerce*, *Jurnal Spektrum Hukum*, Vol. 14/No. 1/April 2017
- Sasongko, Wahyu. *Ketentuan-Ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Lampung: Unila, 2007
- Satjipto Rahardjo, *Sisi-Sisi Lain Dari Hukum Di Indonesia*, Jakarta: Kompas, 2003
- Setiono, Rule of Law, *Surakarta: Disertasi Fakultas Hukum*, Universitas Sebelas Maret, 2004

- Setyawan, Rizka Herry. *Fungsi dari Informasi bagi Perundang-undangan*, Fakultas Hukum : Universitas Sebelas Maret Surakarta, tt
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2006
- Shidarta, *Karakteristik Penalaran Hukum Dalam Konteks Ke-Indonesiaan*, Jakarta: CV Utomo, 2006
- Smith, T.R., S. Menon, J.L. Star, & J.E. Estes. *Requirements and Principles for the Implementation and Construction of Large-Scale Geographical Information Systems*, *Int. J. Geographical Information System* 1987
- Soedjono Dirdjosisworo, *Pengantar Ilmu Hukum*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008
- Soegiono, *Pentingnya Harmonisasi Pembentukan Peraturan Perundang-undangan, Kajian Kebijakan dan Hukum: Pusat Pengkajian dan Informasi*, 2001
- Sopiah Etta Mamang Sangadji, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: ANDI, 2013
- Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, Cet. XIV, Jakarta: Intermasa, 1979
- Sudaryatmo. *Hukum dan Advokasi Konsumen*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 1999
- Venkatesh, V., and Davis, F.D., 2000, "A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies," *Management Science*, Vol. 46, No.2, Februari
- Wahyuni, Sri. "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Pemilik Kartu Kredit dalam Transaksi E-commerce", Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara, 2019
- Wulandari, Yudha Sri. "Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli E-commerce" *Ajudikasi*, Vol. 2 No. 2 2018
- Yuliandari, *Asas-Asas Pembentukan Peraturan Perundang-undangan Yang Baik*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2009.
- Wawan Muhwan Hairi, *Pengantar Ilmu Hukum*, Jakarta: Pustaka Setia, 2012
- Zainal Asikin, *Pengantar Ilmu Hukum*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011

Peraturan Perundang-Undangan:

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 yakni tentang perubahan atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik/ UU ITE.

Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan

Undang-Undang No 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Penjelasan Pasal 2, 19.

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3821

Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen, UU No. 8 Tahun 1999, LN No. 42 Tahun 1999, TLN No. 3821.

Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2006 tentang Dewan Teknologi Informasi dan Komunikasi Nasional.

Burgerlijk Wetboek/ Civil Code Netherlands, Civil, commercial and family law, 1992

Website:

Redaksi WE *Online*, “Strategi Peningkatan Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga”<https://amp.wartaekonomi.co.id/berita248767/strategi-peningkatanperlindungan-konsumen-dan-tertib-niaga/>

Rio Christiawan, “Sahkah Perjanjian yang Dibuat dalam Bentuk Digital?”
<https://m.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/It54e1cbb95f00f/sahkahperjanjian-yang-dibuat-dalam-bentuk-digital/> diakses pada 4 Mei 2021.

Rizkinaswara, Leski. 2020. *Memasuki Era Digital, Indonesia Butuh UU Pelindungan Data Pribadi*, (Kementerian Komunikasi dan Informatika RI : Diektorat Jendral Aplikasi Informatika), 2020,
<https://aptika.kominfo.go.id/2020/02/masuki-era-digital-indonesia-butuh-uu-pelindungan-data-pribadi/> (Publish pada 05 Mei 2021)

John Ganesha Siahaan, *6 Asas Perundang-undangan*,<https://www.langitbabel.com/6-asasperundangundangan/#:~:text=Sedangkan%20dalam%20Pasal%205%20UU,d.%20dapat%20dilaksanakan%3B%20e.> (Publish pada 05 Mei 2021)
www.eplanning.pemkomedan.go.id



