



Jurnal Mercatoria

Available online <http://ojs.uma.ac.id/index.php/mercatoria>

Dikirim: 10 September 2022; Ditinjau: 08 September 2023; Diterima: 14 Desember 2023

Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi *E-commerce* sebagai Tantangan Bisnis di Era Global

Legal Protection for Consumers in E-commerce Transactions as A Business Challenge in The Global Era

Dewi Sulistianingsih* Melliniarini Dibura Utami, & Yuli Prasetyo Adhi

Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

*Corresponding Email: dewisulistianingsih21@mail.unnes.ac.id

Abstrak

Tulisan ini bertujuan untuk menganalisis hak-hak konsumen dalam transaksi *e-commerce*, dan analisis hukum terkait penyelesaian sengketa dalam transaksi melalui *e-commerce*. Masalah difokuskan analisis pada hak-hak konsumen dan penyelesaian sengketa di luar pengadilan dalam sengketa perdagangan *e-commerce*. Untuk menganalisis permasalahan yang ada maka digunakan metode yuridis normatif yang berdasarkan pada norma-norma positif. Data-data dikumpulkan melalui studi kepustakaan dan dianalisis secara kualitatif. Kajian ini menyimpulkan bahwa *electronic commerce* atau yang disebut dengan *e-commerce* merupakan pasar tanpa batas yang dapat melampaui semua batas, seperti perbedaan waktu, perbedaan bahasa, perbedaan mata uang dan perbedaan peraturan. Masyarakat umumnya melakukan *e-commerce* karena banyaknya kemudahan yang ada di dalamnya, banyaknya pengguna juga semakin bervariasi. Negara telah mengatur mengenai perlindungan dalam transaksi *e-commerce* yaitu melalui Undang-undang Perlindungan Konsumen. Transaksi *E-Commerce* tanpa batas yang melampaui perbedaan regional jika terjadi dapat diselesaikan melalui Alternatif Penyelesaian Sengketa, yang di dalamnya terdapat berbagai bentuk seperti negosiasi, mediasi, konsiliasi, konsultasi, *expert judgement*, dan arbitrase. Praktik penyelesaian sengketa pada *e-commerce* dengan Alternatif penyelesaian sengketa menjadi pilihan tepat bagi para pelaku usaha dan konsumen yang membutuhkan penyelesaian yang cepat, murah, dan bersifat rahasia. Penyelesaian sengketa menggunakan alternatif penyelesaian sengketa memiliki keuntungan bagi kedua belah pihak yang bersengketa dengan didasari itikad baik kedua belah pihak.

Kata Kunci: *E-commerce*; Alternatif Penyelesaian Sengketa; Konsumen.

Abstract

This paper aims to analyze consumer rights in *e-commerce* transactions, and legal analysis related to dispute resolution in *e-commerce* transactions. The problem focused on the analysis of consumer rights and out-of-court dispute resolution in *e-commerce* trade disputes. To analyze the existing problems, a normative juridical method is used which is based on positive norms. The data were collected through literature study and analyzed qualitatively. This study concludes that *electronic commerce* or what is called *e-commerce* is a borderless market that can transcend all boundaries, such as time differences, language differences, currency differences and regulatory differences. People generally like *e-commerce* because of the many conveniences in it, the number of users is also increasingly varied. The state has regulated the protection in *e-commerce* transactions, namely through the Consumer Protection Act. Unlimited *E-Commerce* transactions that exceed regional differences if they occur can be resolved through Alternative Dispute Resolution (ADR), which includes various forms such as negotiation, mediation, conciliation, consultation, expert judgment, and arbitration. Alternative dispute resolution (ADR) is a non-litigation dispute resolution method because if it is resolved by litigation, it will definitely take longer and will not produce a win-win solution. Dispute resolution using alternative dispute resolution has advantages for both parties to the dispute based on the good faith of both parties.

Keywords: *E-commerce*; Alternative Dispute Resolution; Consumer

How to Cite: Sulistianingsih, D. Utami, M.D, & Adhi, Y.P. (2023). Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi *E-commerce* sebagai Tantangan Bisnis di Era Global. *Jurnal Mercatoria*, 16 (2): 119-128.

PENDAHULUAN

Teknologi yang semakin berkembang akan selalu dibutuhkan oleh manusia, sehingga memberikan fasilitas kehidupan dari sebelumnya (Juwana, 2002). Teknologi semakin maju, semakin mudah hidup yang kita rasakan. Dengan kemajuan teknologi yang tidak hanya menguntungkan bidang ilmu pengetahuan tetapi juga ekonomi, memanfaatkan teknologi yang canggih dalam melaksanakan perdagangan biasa disebut dengan *e-commerce* (Galindo, 2009). Salah satu bukti nyata ekonomi menguntungkan yaitu munculnya. *E-Commerce* salah satu transaksi modern untuk memasarkan barang atau jasa karena ini adalah sebuah perantara di era digital.

Ada empat komponen yang diperlukan dalam transaksi *online* yaitu: (1) Toko/*Marketplace*, (2) Penjual dan Pembeli, (3) *Payment Gateway*, (4) *Delivery Service* (Santoso, 2021). Dengan munculnya *E-Commerce* berteknologi canggih yang telah menggeser perdagangan konvensional atau perdagangan langsung dimana penjual dan pembeli bertemu langsung di suatu tempat yang disebut pasar. Dampak kemajuan teknologi adalah kemudahan dalam mengakses informasi bagi konsumen sehingga konsumen akan lebih kritis dan memilih dalam menentukan produk yang akan dibelinya, sedangkan untuk kemajuan teknologi memberikan dampak positif yaitu lebih mudah dalam memasarkan produk sehingga dapat menghemat waktu dan energi (Santoso, 2021).

Selain kemudahan *E-Commerce* juga memberikan dampak negatif terutama bagi konsumen, seperti halnya ketika kita membeli barang melalui toko *online* tetapi ketika barang tersebut tidak sama apa yang dituliskan, dideskripsi dan gambar pada etalase *e-commerce*, atau lebih parahnya sering ditipu konsumen. seperti sudah mentransfer uang barang tidak dikirim. Jika

ada kasus seperti di atas apakah konsumen bisa meminta ganti rugi? dan jika dimana konsumen harus meminta pertanggungjawaban? sedangkan konsumen belum bertemu dengan penjual. Hal-hal seperti inilah yang membuat transaksi perdagangan elektronik berbahaya. Persaingan di era sekarang juga menghasilkan peningkatan serta akan memberikan pada sebuah produk dan meningkatkan efisien yang lebih baik serta tinggi (Mansyur, 2012) (Matompo, 2020) (Disemadi et al., 2020). Perkembangan *e-commerce* yang cukup meresahkan yaitu terjadinya penipuan. Penipuan pada kegiatan jual beli *online* ini merupakan salah satu dari kejahatan *cyber* yang terjadi dalam ranah *e-commerce* (Agustani & Setiawan, 2021).

Perkembangan *e-commerce* telah mereformasi perdagangan yang bersifat tradisional menjadi digital. Hal ini membuat konsumen dalam transaksi *e-commerce* menghadapi risiko yang lebih besar, dan konsumen memiliki posisi tawar yang lemah dalam hal hak-hak mereka (Barkatullah & Djumadi, 2018). Dengan berbagai permasalahan di dunia *e-commerce* yang semakin kompleks, sebaiknya konsumen berhati-hati dan mencari tahu tentang toko *online* yang aman agar tidak pernah melakukan penipuan atau potensi penipuan dan agar konsumen tidak kecewa ketika melakukan transaksi *online* dan konsumen diharapkan mengetahui tentang undang-undang yang melindunginya adalah Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pentingnya dalam peraturan perlindungan hukum terhadap konsumen ini tidak bermaksud mempersulit ataupun memberikan kelemahan bagi pelaku usaha tersebut tetapi diperlukan untuk memajukan persaingan pelaku usaha yang baik dan sehat.

UU Nomor 8 Tahun 1999 direvisi pada tahun 1999 yang artinya rumusan undang-undang ini sebelum tahun 1999, pada akhir

tahun 90-an *e-commerce* belum meningkat penggunaannya karena zaman 90-an teknologi belum sepraktis dan canggih seperti sekarang ini. Meski demikian, UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tetap mendapatkan perlindungan bagi konsumen yang akan melakukan transaksi *online*. Ada beberapa tantangan bagi konsumen pada UU ITE mengenai transaksi elektronik, dimana perlindungan bagi konsumen setiap transaksi *e-commerce*, Selain UU Perlindungan Konsumen, transaksi elektronik juga tertulis dalam UU Nomor 19 Tahun 2016 yang menggantikan Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi *Online* atau yang lebih dikenal dengan UUIE (Santoso, 2021).

Tulisan ini memfokuskan pada permasalahan mengenai bagaimana hak-hak konsumen sebagai bentuk perlindungan hukum dalam melakukan transaksi *e-commerce* apabila produk tidak sesuai dan bagaimana resolusi penyelesaian sengketa dalam transaksi melalui *e-commerce*. Selain itu juga melihat potensi-potensi yang ada bahwa pentingnya bagi pemerintah untuk memberikan regulasi kepada perlindungan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis mengenai perlindungan konsumen dalam *e-commerce* dan resolusi penyelesaian sengketa yang terjadi dalam *e-commerce*.

Beberapa penelitian terdahulu sebagai bukti kebaruan dari tulisan ini yaitu: penelitian dari Alexandra Exelsia Saragih (Saragih, Bagaskara, & Mulyadi, 2023) yang menganalisis pihak-pihak yang bertanggung jawab dalam transaksi *e-commerce* dan langkah yang dapat digunakan pelanggan termasuk tindakan hukum. Artikel ini menjadi *state of art* karena berkaitan dengan perlindungan hukum pada transaksi *e-commerce*. Perbedaan dengan penulis yaitu pada fokus penelitiannya, dimana penulis lebih pada tantangan *e-commerce* di era

global. Artikel dari Topik Hidayat (Hidayat, Jeffry A. Ch. Likadja, 2023) yang berjudul: Perlindungan Hukum Data Pribadi Konsumen dalam Perdagangan Elektronik. Artikel ini memfokuskan pada perlindungan data pribadi dalam transaksi *e-commerce*. Artikel ini berbeda dengan artikel yang ditulis oleh penulis yang lebih memfokuskan diri pada perlindungan hukum pada konsumen dalam transaksi *e-commerce* dan tatangannya di era global. Penelitian dari Riyadus Solikhin, yang berjudul: Perkembangan dan Urgensi Penerapan *Online Dispute Resolution (ODR)* dalam Penyelesaian Sengketa Perdagangan Elektronik di Indonesia (Solikhin, 2023). Penelitian tersebut memfokuskan diri pada sistem penyelesaian sengketa *e-commerce* dengan menggunakan ODR, sedangkan penelitian penulis upaya penyelesaian dengan ODR merupakan salah satu cara penyelesaian sengketa dalam transaksi *e-commerce* di era global. Lain dari itu penyelesaian sengketa dalam *e-commerce* dapat menggunakan alternatif penyelesaian sengketa seperti negosiasi, mediasi, dan konsiliasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode Yuridis Normatif, yaitu pendekatan terhadap hukum positif atau peraturan perundang-undangan, yang artinya pendekatan ini merupakan pendekatan yang menganalisis, dan peraturan perundang-undangan telah menjelaskan adanya permasalahan dalam perlindungan konsumen yang akan menggunakan transaksi pada *e-commerce*. Spesifikasi penelitian ini meliputi penelitian deskriptif analitis, yang akan menjelaskan seluruh yang berkaitan dengan Perlindungan Hukum Konsumen yang hendak menggunakan Transaksi *e-commerce*, selain itu akan dianalisis untuk menciptakan hasil upaya hukum yang lebih efektif sehingga dapat melindungi konsumen yang melakukan transaksi *e-commerce* di Indonesia. Metode yang

digunakan untuk menganalisis data adalah kualitatif normatif yaitu dari bahan hukum yang dikumpulkan sesuai dengan permasalahan hukum yang relevan dipelajari kemudian dianalisis secara kualitatif sehingga menghasilkan suatu kesimpulan yang digunakan untuk menjawab permasalahan yang dibahas.

Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan metode dan pendekatan dalam penelitian hukum dimana dalam penelitian ilmiah metodologi memiliki peran penting dalam perolehan daya dari segi objektif, valid serta nantinya akan memberikan perpecahan masalah yang telah ada.

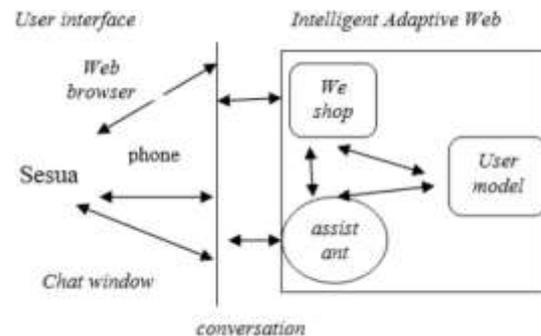
HASIL DAN PEMBAHASAN Pandangan *E-Commerce* dan Perkembangannya di Indonesia dalam Perspektif Global

Sebelum menjelaskan peraturan perundang-undangan yang berlaku terkait masalah perlindungan konsumen khususnya bagi konsumen yang telah menggunakan transaksi *e-commerce*, kita akan menganalisis dulu apa yang disebut dengan *e-commerce*. *E-commerce* yaitu suatu tindakan untuk melakukan sebuah pembelian, penjualan, pemasaran barang ataupun jasa yang akan menggunakan sebuah elektronik contohnya *gadget* ataupun barang elektronik lainnya seperti komputer begitu juga menggunakan jejaring internet (Brammantyo & Rahman, 2019).

E-commerce adalah sebuah tanpa wajah bisnis modern (tidak menampilkan bisnis secara fisik) tanpa tanda (tidak menggunakan tanda tangan asli (Suparni, 2009). Media yang terkenal di dunia *e-commerce* adalah *World Wide Web* (www) yaitu beberapa contoh ada media sosial seperti facebook, twitter, instagram, dan berbagai media sosial lainnya yang memiliki banyak pengguna. Web *e-commerce* akan selalu memberikan peningkatan dan *upgrade* untuk

menyempurnakan *e-commerce* sehingga pelaku usaha akan merasa keuntungan menggunakannya demi penjualan yang meningkat.

Berikut ini akan disajikan gambaran umum mengenai struktur sistem *e-commerce* berbasis web.



Gambar 1. Struktur Sistem *e-commerce* Berbasis Web (Åberg & Shahmehri, 2000)

Sesuai dengan gambar di atas bahwa konsumen dapat berinteraksi dengan penjual di dunia *e-commerce* melalui empat cara: (1) *Web*; (2) *Browser*; (3) Telepon; (4) Obrolan. Semua informasi yang dimiliki konsumen akan disimpan dalam model pengguna dan informasi ini dijadikan perusahaan dalam hal ini penjual sebagai *database* profil konsumen. Informasi tersebut sangat berharga bagi penjual hal ini dikarenakan penjual dapat meningkatkan pelayanan agar dapat memuaskan konsumen (berg, J., & Shahmehri, 2000; Rumata & Sastrosubroto, 2017). Faktor pendorong tumbuhnya perdagangan elektronik adalah: (1) Globalisasi dan liberalisasi perdagangan; (2) Persaingan semakin tajam; (3) Perkembangan teknologi; (4) Pengurangan gol fisik; (5) Publisitas. Sedangkan faktor yang menghambat perkembangan perdagangan elektronik adalah: (1) Faktor investasi; (2) Faktor teknis; (3) Faktor organisasi; (4) Faktor jaringan (Desruelle, Paul, 2001).

Tabel 1. Manfaat dan Kerugian yang ditimbulkan *e-commerce* untuk Pembeli oleh Gartner & Smith

Manfaat	Kerugian
---------	----------

Lebih cepat dalam pembelian.	Masalah keamanan.
memberikan umpan balik pada pemasok, vendor, dan biro iklan tingkat ketersediaan layanan pelanggan peningkatan kepercayaan.	semua pembeli tidak selalu menggunakan teknologi/ <i>e-commerce</i> yang sama.
Metode pembelian lebih cepat.	Masalah hukum yang timbul.
Pilihan produk/jasa semakin meningkat.	Bukan pengalaman berbelanja di dunia nyata.
Memiliki lebih banyak akses ke informasi.	Tidak selalu semua orang memiliki akses untuk menggunakan E-Commerce
Dapat perbaiki harga.	Semoga informasi berlimpah.
Akses hal yang mudah bagi pemula.	Konsumen takut dengan penjual yang tidak dikenal.

Sumber: (Gaertner & Smith, 2001)

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa pada tabel keuntungan didapatkan bahwa kemudahan akses informasi dan transaksi yang lebih efisien merupakan keuntungan bagi konsumen, oleh karena itu bisnis elektronik diminati oleh konsumen karena kemudahan dalam bertransaksi sehingga konsumen tidak memerlukan banyak buang energi karena konsumen tidak perlu datang menemui penjual untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan. Sedangkan pada tabel kerugian ternyata konsumen sering dirugikan karena masalah keamanan hal ini terjadi karena konsumen tidak mengenal penjual atau belum bertemu dengan penjual, maka dari itu konsumen menjadi tidak yakin dengan keamanan jika bertransaksi dengan penjual yang belum mengetahui (Kesuma & Triputra, 2020) (Dijan Widijowati et al., 2019).

Konsumen memiliki permasalahan dan tantangan yang dihadapi dalam

transaksi *e-commerce*, yaitu: pertama, masalah keamanan akan selalu menjadi tantangan bagi konsumen. Konsumen akan terus dibayangi dengan masih adanya penipuan dan transaksi palsu yang terjadi di *e-commerce*. Kedua, banyaknya produk yang beredar sering terjadi ketidaksesuaian produk yang dijual dengan produk yang diterima oleh konsumen. Permasalahan ini kerap terjadi dan masih menjadi tantangan bagi konsumen. Ketiga, kelancaran dan dukungan dari dunia perbankan. Konsumen menggunakan bantuan perbankan untuk melakukan transaksi di *e-commerce*, maka ini sangat tergantung dengan keunggulan dunia perbankan.

Kerangka hukum yang relevan yang dapat mempengaruhi perlindungan hukum bagi konsumen yaitu: pertama, penegakan hukum yang optimal yang dapat dilakukan oleh pemerintah. Kedua, negara melalui institusi terkait melakukan upaya pencegahan dengan selalu melakukan pengawasan yang ketat bagi pelaku usaha di *e-commerce*. Ketiga, menyediakan sarana penyelesaian sengketa yang baik, tepat dan efisien khusus untuk penyelesaian sengketa *e-commerce*.

Hak-Hak Konsumen sebagai Bentuk Perlindungan Hukum dalam Melakukan Transaksi *E-commerce* Apabila Produk Tidak Sesuai

Setelah memahami tentang *e-commerce*, selanjutnya kita akan membahas pasal-pasal yang terdapat dalam UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berkaitan dengan transaksi konsumen di dunia *e-commerce*. Memahami suatu norma hukum tidak cukup melalui hukum itu sendiri. Hukum dikatakan eksplisit karena substansinya.

Syaratnya dilansir secara tegas dalam kalimat-kalimat yang memiliki arti yang jelas seperti Undang-Undang Dasar, undang-undang, PP, Keputusan Presiden, dan peraturan-peraturan lain yang berlaku

saat ini, dirumuskan secara tertulis (Adi, 2012). Perlindungan hukum bagi konsumen yaitu memberikan dan melindungi hak-hak konsumen. Meskipun sangat beragam, hak konsumen secara luas dapat dibagi menjadi tiga hak yang menjadi prinsip dasar, yaitu:

1. Hak yang akan bermanfaat yaitu akan mencegah adanya kerugian bagi konsumen dari segi harta benda ataupun kerugian pribadi.
2. Hak untuk memberikan barang dan atau jasa sehingga menghasilkan harga yang wajar.
3. Hak menghasilkan adanya solusi dan memecahkan masalah yang sedang dihadapi (Miru, 2013).
4. Perlindungan hukum bagi konsumen terhadap masyarakat yang mengutamakan posisi tawar yang lemah (Sudaryatmo, 1999).

Pengaturan hukum perlindungan bagi konsumen dilakukan dengan cara:

1. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mencakup akses dan informasi, serta menjamin kepastian hukum.
2. Melindungi kepentingan konsumen khususnya dan kepentingan pelaku usaha. peningkatan kualitas barang dan jasa.
3. Memberikan perlindungan hukum kepada konsumen dari praktik bisnis yang menipu dan menyesatkan.
4. Mengintegrasikan penyelenggaraan, pembinaan, dan pengaturan perlindungan hukum bagi konsumen dengan bidang perlindungan di bidang lain (Imaniyati & Syawali, 2000).

Perlindungan hukum bagi konsumen tertuang dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999. Pada pasal 3 menyebutkan bahwa dalam transaksi melalui *e-commerce* adanya peningkatan kesadaran konsumen untuk melindungi dirinya, menghindari adanya akses negatif pemakaian ataupun jasa, meningkatkannya hak yang dimiliki konsumen, serta

memberikan perlindungan hukum kepada konsumen yang mengandung adanya kepastian hukum bagi konsumen. Pasal 4 menyebutkan bahwa hak-hak yang dimiliki konsumen berdasarkan Undang-undang Perlindungan Konsumen meliputi hak atas kenyamanan, keamanan, keselamatan, dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Sehingga apabila dalam suatu transaksi *e-commerce* konsumen merasa tidak nyaman atau bahkan konsumen merasa keselamatannya terancam dalam mengkonsumsi barang atau jasa yang diperoleh melalui transaksi *online*, konsumen dapat meminta ganti rugi kepada penjual. Selain itu, konsumen juga berhak untuk memilih barang atau jasa serta memperoleh barang atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang menjelaskan. Sehingga apabila dalam transaksi *e-commerce* konsumen tidak mendapatkan barang yang sesuai dengan nilai tukar yang wajar maka konsumen dapat meminta ganti rugi atau penggantian kepada penjual karena menjual barang yang tidak sesuai dengan nilai tukar yang wajar (Ridwan & Rizky, 2019).

Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa pelaku usaha harus baik dalam melakukan kegiatan, hal ini berarti penjual tidak dapat menipu konsumen karena baik dalam melakukan kegiatan. Selibuhnya, pelaku usaha memberikan hak konsumen yaitu penjelasan informasi yang benar, jelas, detail dan jujur tentang dan jaminan barang atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan. Jadi apabila penjual bertransaksi tidak jujur dalam memberikan informasi barang yang akan dibeli konsumen lebih baik barang yang dikembalikan konsumen atau meminta ganti rugi jika tidak sesuai dengan yang dijual pada saat transaksi, karena dalam Pasal 7, Penjual juga tidak boleh melakukan tindakan yang tidak benar dan tidak jujur

apalagi diskriminatif dalam melayani konsumen.

Pelaku usaha juga harus memberikan bukti jaminan kualitas dari barang atau jasa yang dihasilkan atau diperoleh. Penjual atau pelaku usaha harus memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji atau mencoba barang atau jasa dan memberikan jaminan atau garansi atas barang atau jasa yang dibuat atau berlaku. Dalam hal terjadi kerugian akibat penggunaan, penggunaan dan penggunaan barang atau jasa atau, penjual harus memberikan tanggung jawab dengan mengganti kerugian barang atau jasa yang didapat oleh konsumen.

Selain itu, apabila barang atau jasa yang diterima konsumen tidak sesuai dengan kesepakatan maka konsumen berhak menerima ganti rugi atau penggantian bahan pangan yang cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi yang lengkap dan benar. Pelaku usaha yang melakukan hal-hal yang dilarang seperti penjelasan di atas yaitu diancam dengan larangan memperdagangkan barang atau jasa serta wajib menarik diri dari peredaran. bila pelaku usaha tidak memenuhi kewajibannya, maka pelaku usaha tersebut pelaku dapat dipidana dengan Pasal 62 UU Perlindungan Konsumen yang berbunyi: pelaku yang melanggar ketentuan Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) a, b, c, e, Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

Adapun tantangan yang dihadapi oleh konsumen ketika melakukan transaksi melalui *e-commerce* dengan adanya penipuan apabila melakukan pembelian di *marketplace* barang yang tidak sesuai keinginan tetapi sudah melakukan transaksi, selain itu barang yang bergaransipun tidak dapat dibuktikan garansinya. Dari factor-faktor tersebut juga

masih sangat minim masalah keamanannya.

Indonesia juga memberikan *support* bertransaksi *online* untuk mempermudah tetapi ada beberapa oknum yang melakukan penipuan tersebut maka dari itu Indonesia memberikan payung hukum pada pasal 28 ayat 1 UU ITE menjelaskan bahwa adanya kerugian konsumen dalam bertransaksi *online*.

Resolusi Penyelesaian Sengketa dalam Transaksi Melalui E-Commerce

Pada transaksi *E-commerce* tidak ada batas negara, maka UU Perlindungan Konsumen di masing-masing negara yang dimiliki oleh Indonesia tidak akan cukup membantu, karena *e-commerce* beroperasi lintas batas, sehingga perlindungan hukum terhadap konsumen harus dilakukan dengan pendekatan internasional (Riswandi, 2003).

Peluang untuk menyelesaikan sengketa bisnis di luar pengadilan sangat cocok mengingat banyak bisnis, baik nasional maupun internasional, ingin menyelesaikan sengketa dengan cepat. Faktanya ada kecenderungan jika konflik terjadi melalui pengadilan akan memakan waktu lama. Hal semacam ini terjadi karena perjalanannya cukup panjang, yaitu dari Pengadilan Negeri, Pengadilan Tinggi, dan Mahkamah Agung, baik melalui kasasi maupun peninjauan kembali, kepada putusan yang memiliki kekuatan hukum.

Alternatif Penyelesaian Sengketa (ADR) adalah upaya penyelesaian sengketa di luar litigasi (non litigasi). Berikut adalah pengertian umum tentang bentuk-bentuk ADR yang dirangkum dari literatur berikut:

1. Konsultasi adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh para pihak dengan melakukan diskusi dan meminta pendapat tentang sengketa yang dihadapi. Pihak Konsultan memberikan saran dan masukan kepada kliennya sesuai dengan kebutuhan kilennya dalam menyelesaikan sengketa yang dihadapi.

2. Negosiasi merupakan suatu tindakan yang dilakukan para pihak yang bersengketa tanpa ada pihak luar atau pihak lain yang ikut dalam penyelesaian sengketa tersebut. Negosiasi dilakukan antar para pihak untuk menyelesaikan sengketa secara damai dan *win-win solution*.
3. Konsiliasi adalah penyelesaian sengketa dengan campur tangan pihak ketiga (konsiliator). Konsiliator memiliki tugas memberikan rekomendasi langkah-langkah yang harus ditempuh untuk menyelesaikan sengketa yang dihadapi oleh para pihak. Konsiliator adalah pihak ketiga yang membantu para pihak menyelesaikan sengketa yang dihadapi.
4. Mediasi adalah suatu cara penyelesaian sengketa di luar pengadilan yang dibantu oleh seorang mediator. Mediator bersifat objektif dan tidak memihak salah satu pihak yang bersengketa. Hasil kesepakatan dari mediasi tersebut yaitu akta perdamaian atau perjanjian perdamaian.
5. Penilaian Ahli adalah suatu cara yang dilakukan oleh para pihak yang bersengketa dengan meminta bantuan ahli (seorang pakar di bidangnya) untuk solusi dari masalah yang ada.
6. Arbitrase adalah sistem penyelesaian sengketa dengan menggunakan arbiter sebagai pihak ketiga. Hasil dari sidang arbitrase berupa putusan arbitrase.

Untuk salah satu penyelesaian masalah yaitu perundingan dan mediasi dilakukan dengan cara membahas perbedaan yang timbul antara para pihak yang bersengketa melalui “musyawarah untuk mufakat” penyelesaian sengketa akan selesai jika para pihak mempunyai itikad baik. Sedangkan penyelesaian sengketa dengan menggunakan arbitrase, merupakan pilihan yang menarik, terutama bagi para pengusaha. Bahkan arbitrase dinilai sebagai “pengadilan” yang independen untuk menyelesaikan sengketa

sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka. perbedaan sengketa melalui arbitrase terlihat pada pencantuman klausula arbitrase dalam kontrak bisnis (Muryati & Heryanti, 2011).

Prosedur dasar dalam proses penyelesaian sengketa melalui arbitrase *online* yaitu:

1. Kesepakatan untuk menyelesaikan sengketa melalui arbitrase *online*.
2. Pemberitahuan kepada para pihak dan perhitungan waktu penyelesaian sengketa oleh pemberi.
3. Pemohon harus membuat dokumen yang berisi klaim atas situs administrasi.
4. Perhatikan permintaan-permintaan terhadap yang diminta oleh pemberi.
5. Jawaban atas gugatan permintaan pihak yang diminta.
6. Jawaban untuk menjawab pertanyaan.
7. Perpanjangan jangka waktu.
8. Menggunakan bahasa perjanjian yang digunakan dalam arbitrase.
9. Tempat putusan dapat ditentukan oleh para pihak, jika para pihak tidak menentukan maka akan ditentukan oleh arbiter.
10. Memberitahukan isi putusan (Mansyur & Kamil, 2014).

SIMPULAN

Teknologi telah banyak melakukan perubahan, tidak berharap dengan dunia perdagangan, dengan peningkatan teknologi dunia perdagangan yang sedemikian rupa sehingga menghasilkan suatu transaksi tanpa batas atau biasa disebut dengan *e-commerce*. Orang pasti menyukai transaksi ini karena cepat, mudah, efisien, tidak perlu bertemu langsung yang dapat menghemat waktu dan tenaga. Dengan berkembangnya transaksi *e-commerce*, permasalahan yang menjadi kompleks terutama mengenai hak-hak konsumen yang sering dilanggar oleh penjual atau pelaku usaha. Di Indonesia sendiri sudah ada peraturan yang mengatur tentang Perlindungan

Konsumen. Peraturan dalam UU Perlindungan konsumen tidak akan melindungi para konsumen saja tetapi juga melindungi pelaku usaha *e-commerce*. *E-commerce* sendiri merupakan transaksi gratis yang tidak mengenal batasan baik negara, mata uang bahasa, oleh itu jika terjadi sengketa satu cara yang dapat dilakukan maupun jalur non litigasi karena seperti yang kita pahami bahwa jalur litigasi sering memakan waktu yang lama. Meski sudah ada undang-undang yang harus mengatur tentang perlindungan konsumen, namun pemerintah membuat sistem yang bisa mendeteksi semua pelaku usaha *e-commerce* dan mengumpulkannya dalam satu wadah kesalahan, sehingga apabila terjadi pelanggaran hak selain konsumen, pelaku usaha dapat langsung mempersingkat perbuatannya. Demikian pula konsumen yang harus mengidentifikasi diri untuk menjamin hak-hak pelaku usaha yang bertransaksi dengannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Åberg, J., & Shahmehri, N. (2000). The role of human Web assistants in e-commerce: An analysis and a usability study. *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*, 10(2), 114–125. <https://doi.org/10.1108/10662240010322902>
- Adi, R. (2012). *Sosiologi Hukum: Kajian Hukum Secara Sosiologis*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Agustani, R.D. & Setiawan, A.N. (2021). Tindak Pidana Penipuan Pada Transaksi E-Commerce di Masa Pandemi Covid-19. *Era Hukum*, 19(1), 183–202. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/erahukum.v19i1.11155>
- Barkatullah, A.H. & Djumadi. (2018). Does Self-Regulation Provide Legal Protection And Security To E-Commerce Consumers? Barkatullah, A. H. (2018). *Does Self-Regulation Provide Legal Protection and Security to e-Commerce Consumers?. Electronic Commerce Research and Applications*, 30, 94–101., 30, 94–101. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1567422318300565>
- Brammantlyo, R., & Rahman, I. (2019). Legal Protection of E-Commerce Consumers in Online Transactions in Indonesia. *American Journal of Social Sciences and Humanities*, 4(2), 358–368. <https://doi.org/10.20448/801.42.358.368>
- Desruelle, P. and Burgelman, J. (2001), "The impact of e-commerce on the value chain", *info*, Vol. 3 No. 6, pp. 485-497. <https://doi.org/10.1108/146366901110422267>.
- Disemadi, H. S., Prananingtyas, P., & Sari, R. K. (2020). Legal Regulation and Protections for the Parties in the Franchise Business Agreements in Indonesia. *Hang Tuah Law Journal*, 3(2), 202. <https://doi.org/10.30649/htlj.v3i2.151>
- Gaertner, N. & Smith, M. (2001). E-commerce in a Web-based environment: Auditing relative advantages in the Australian health sector. *Managerial Auditing Journal*, 16(6), 347–365. <https://doi.org/10.1108/026869001110395497>
- Galindo, M.A. (2009). *Entrepreneurship and Business: A Regional Prespective*. Springer Berlin Heidelberg. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-540-70902-2_1.
- Hidayat, T., A. Ch. Likadja, J. ., & E. Derozari, P. . (2023). Perlindungan Hukum Data Pribadi Konsumen Dalam Perdagangan Elektronik. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 2(5), 1087–1103. <https://doi.org/10.59188/jcs.v2i5.323>
- Imaniyati, N.S. & Syawali, H. (2000). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Mandar Maju.
- Juwana, H. (2002). *Hukum Ekonomi dan Hukum Internasional*. Lentera Hati.
- Kesuma, D.A. & Triputra, Y.A. (2020). Urgency of Consumer Legal Protection and E-Commerce Dispute Resolution Through Arbitration in the Asian Market. *Proceedings of the 2nd Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2020)*, 478(Ticash), 1147–1161. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201209.182>
- Mansyur, M. A. (2012). *Peran Hukum Dalam Menjawab Perkembangan Ekonomi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Mansyur, M.A. & Kamil, H. (2014). Kajian Hukum Online Dispute Resolution (Odr) Di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999. *Jurnal Pembaharuan Hukum*, 1(2), 111. <https://doi.org/10.26532/jph.v1i2.1461>
- Matompo, O.S. (2020). Legal Protection of Online Business Transaction (E-Commerce) During the Covid-19 Pandemic in Indonesia. *Legal Standing: Jurnal Ilmu Hukum*, 4(1), 146.

- <https://doi.org/10.24269/lis.v4i1.2660>
- Miru, A. (2013). *Prinsip-prinsip perlindungan hukum bagi konsumen di Indonesia*. Raja Grafindo Persada.
- Ridwan, M. & Rizky, S.M. (2019). The Importance in Providing Country of Origin Information on E-Commerce Platforms to Fulfill Consumer Rights in Indonesia. *Veteran Law Review*, 2(1), 46–57.
<https://doi.org/10.35586/velrev.v2i1.778>
- Muryati, D.T. & Heryanti, B.R. (2011). Pengaturan dan Mekanisme Penyelesaian Sengketa Nonlitigasi di Bidang Perdagangan. *Jurnal Dinamika Sosbud*, 13(1), 49–65.
- Riswandi, B.A. (2003). *Hukum dan Internet Indonesia*. UII Press.
- Santoso, V.A. (2021). Legal Protection on E-Commerce Transactions: Problems and Challenges in Global Business. *Semarang State University Undergraduate Law & Society Review*, 1(2), 101–112.
<https://doi.org/10.15294/lisr.v1i2.50552>.
- Saragih, A.E, Bagaskara, M.F, & Mulyadi. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce. *Civilia: Jurnal Kajian Hukum Dan Pendidikan Kewarganegaraan*, 2(2).
file:///C:/Users/user/Downloads/document-15.pdf.
- Solikhin, R. (2023). Development and Urgency of Implementation Online Dispute Resolution (ODR) in Electronic Commerce in Indonesia. *Padjadjaran Law Review*, 11(1), 66–80.
file:///C:/Users/user/Downloads/1235-Article Text-5799-1-10-20230701.pdf
- Sudaryatmo. (1999). *Hukum Dan Advokasi Konsumen*. Citra Aditya Bakti.
- Suparni, N. (2009). *Cyberspace: Problematika & Antisipasi Pengaturannya*. Sinar Grafika.
- Widijowati, R.D. IdwanMariza, P., & Loin, R. (2019). Analysis Juridical of Transactions Through the Internet (E-Commerce) Related with Consumer Protection Law. *KnE Social Sciences*, 3(14), 491.
<https://doi.org/10.18502/kss.v3i14.4333>