

UPAYA PERLINDUNGAN HUKUM PADA KONSUMEN DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE* UNTUK MENDUKUNG PERTUMBUHAN EKONOMI DIGITAL DI INDONESIA

LEGAL PROTECTION FOR E-COMMERCE TRANSACTION'S CONSUMERS TO SUPPORT THE DIGITAL ECONOMY GROWTH IN INDONESIA

TETANOE BERNADA

Fakultas Hukum Universitas Pelita Harapan
Jl. MH Thamrin Boulevard 1100, Lippo Village, Kec. Tangerang, Banten
Email: bernada.bn1@gmail.com

Diterima : 10/09/2016

Revisi : 10/11/2016

Disetujui : 21/03/2017

ABSTRAK

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. 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.

Kata kunci : upaya perlindungan hukum, konsumen, *e-commerce*.

ABSTRACT

The business transaction method has changed gradually, from "real world" transformed to virtual world. This phenomenon provokes many legal problems for consumers which they are lacking of bargaining power. Consequently, they have a weak position in business transaction. The growth of e-commerce industry in Indonesia grew more rapidly in the middle of slowdown pace in economic. The value of e-commerce in Indonesia in 2016 is estimated to reach 30 billion US dollars or equivalent to Rp 395 trillion. The figure is predicted to rise to 130 billion US dollars or equivalent to Rp 1.714 trillion in 2020. The government should regulate the legal protection for consumer especially

based on its actualization and urgency. The aim of this is to fulfill legal certainty which is needed both for business transaction and to protect consumer's rights. Furthermore, the legal protection should be given in many aspects of law both simultaneous and comprehensive protection.

Keywords: *legal protection efforts, consumers, e-commerce*

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan industri *e-commerce* di Indonesia semakin pesat di tengah perlambatan laju ekonomi tanah air. Terlebih, kebanyakan pelaku bisnis *e-commerce* di tanah air berskala kecil dan menengah (UKM). Seperti yang kita ketahui, bisnis UKM menjadi usaha yang paling tahan banting di saat krisis ekonomi sekalipun.

Potensi industri *e-commerce* di Indonesia memang tidak dapat dipandang sebelah mata. Dari data analisis Ernst & Young, dapat dilihat pertumbuhan nilai penjualan bisnis online di tanah air setiap tahun meningkat 40 persen.¹ Ada sekitar 93,4 juta pengguna internet dan 71 juta pengguna perangkat telepon pintar di Indonesia. Tak hanya sekedar untuk mencari informasi dan *chatting*, masyarakat di kota-kota besar kini menjadikan internet untuk kegiatan *e-commerce* sebagai bagian dari gaya hidup mereka. Perilaku konsumtif dari puluhan juta orang kelas menengah di Indonesia menjadi alasan mengapa *e-commerce* di Indonesia akan terus berkembang. Menkominfo Rudiantara menaksir nilai *e-commerce* Indonesia pada 2016 ini 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.²

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat menimbulkan adanya suatu gaya baru dalam sistem perdagangan. Beberapa tahun terakhir perdagangan melalui media internet semakin marak terjadi di Indonesia. Bahkan transaksi jual beli di media internet menggunakan media sosial seperti *facebook* atau alat komunikasi *handphone* sebagai alat pemasarannya. Dengan perdagangan lewat internet ini berkembang pula sistem bisnis *virtual*, seperti *virtual store* dan *virtual company* di

¹ [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Digital_data_opportunities/\\$FILE/EY_Digital_data_opportunities.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Digital_data_opportunities/$FILE/EY_Digital_data_opportunities.pdf) ada hari Kamis, tanggal 23 Juni 2016 pukul 22.00 WIB.

² <http://tekno.kompas.com/read/2016/04/28/13551607/Jokowi.Dunia.Sudah.Melirik.Ekonm.Digital.Indonesia> pada hari Kamis, tanggal 23 Juni 2016 pukul 22.15 WIB.

mana pelaku bisnis menjalankan bisnis dan perdagangannya melalui media internet dan tidak lagi mengandalkan bisnis perusahaan konvensional yang nyata. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi menjadi motor penggerak bagi produktifitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha. Dalam rangka mengejar produktifitas dan efisiensi tersebut, pada akhirnya baik secara langsung atau tidak langsung, konsumenlah yang menanggung dampaknya. Karena itulah, perlindungan hukum terhadap konsumen dipandang sangat penting keberadaannya.

Teknologi yang diciptakan berkembang seiring dengan kebutuhan manusia untuk memudahkan hidup dari yang sebelumnya. Teknologi informasi dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk saling berkomunikasi, dimanfaatkan untuk penyebaran dan pencarian data, kegiatan belajar mengajar, memberi pelayanan, dan untuk melakukan transaksi bisnis.³

Sejarah umat manusia tidak dapat dilepaskan dari sejarah perkembangan peralatan, khususnya lagi perkembangan peralatan teknologi. Teknologi informasi telah mengubah cara-cara bertransaksi dan membuka peluang-peluang baru dalam melakukan transaksi bisnis. Di samping itu, perkembangan teknologi informasi telah menyebabkan dunia menjadi tanpa batas (*borderless*) dan menyebabkan perubahan social yang secara signifikan berlangsung demikian cepat. Teknologi informasi saat ini menjadi pedang bermata dua, karena selain memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan, kemajuan dan peradaban manusia, sekaligus menjadi sarana efektif perbuatan melawan hukum.⁴

Di masa depan diharapkan dunia akan menjadi sebuah *global village*, sehingga batas-batas negara menjadi *borderless*. Sementara itu, ekonomi global mengikuti logikanya sendiri. Dalam proses tersebut, dunia dimanfaatkan serta terjadi intensifikasi kesadaran terhadap dunia sebagai satu kesatuan utuh. Namun demikian, proses globalisasi yang memungkinkan adanya arus informasi bebas hambatan melalui internet, peningkatan lalu lintas arus barang dan orang secara internasional serta keanggotaan di

³ Hikmahanto Juwana, *Hukum Ekonomi Dan Hukum Internasional* (Jakarta: Lentara Hati, 2002).halaman 23.

⁴Ahmad M. Ramli, *Cyber Law Dan HAKI Dalam Sistem Hukum Indonesia* (Bandung: Refika Aditama, 2004). halaman 1.

dalam berbagai organisasi dunia, secara potensial memunculkan persoalan-persoalan hukum yang berdampak bagi masyarakat, yang mau tidak mau harus ditangani oleh para ahli hukum.⁵ Berbagai permasalahan yang muncul sebagai akibat dari teknologi informasi dan harus dihadapi oleh hukum semestinya telah cukup jelas dan dapat diduga.⁶

Perkembangan transaksi *e-commerce* tidak terlepas dari laju pertumbuhan internet karena *e-commerce* dimungkinkan ada melalui jaringan internet. Pertumbuhan pengguna internet yang sedemikian pesatnya merupakan suatu kenyataan yang membuat internet menjadi salah satu media yang efektif bagi pelaku usaha untuk memperkenalkan dan menjual barang atau jasa ke calon konsumen dari seluruh dunia. *E-commerce* merupakan model bisnis modern yang *non-face* (tidak menghadirkan pelaku bisnis secara fisik) dan *non-sign* (tidak memakai tanda tangan asli).⁷ Hadirnya *e-commerce* memungkinkan terciptanya persaingan yang sehat antara pelaku usaha kecil, menengah, dan besar dalam merebut pangsa pasar.⁸

Dalam transaksi *e-commerce*, diciptakan transaksi bisnis yang lebih praktis tanpa kertas (*paperless*) dan para pihak dapat tidak bertemu secara langsung (*face to face*) dalam melakukan transaksi *e-commerce*, sehingga dapat dikatakan *e-commerce* menjadi penggerak ekonomi baru dalam bidang teknologi. Namun, selain keuntungan tersebut, aspek negatif dari pengembangan ini adalah berkaitan dengan persoalan keamanan dalam bertransaksi dengan menggunakan media *e-commerce*. Saat ini telah banyak muncul bentuk penyelewengan yang cenderung merugikan konsumen dan menimbulkan berbagai permasalahan hukum dalam melakukan transaksi *e-commerce*.⁹

Masalah hukum yang menyangkut perlindungan hukum konsumen semakin rumit ketika konsumen melakukan transaksi *e-commerce* dengan *merchant* negara berlainan (*across border*). Di dalam jual beli melalui internet, seringkali terjadi kecurangan. Kecurangan tersebut dapat menyangkut keberadaan pelaku usaha, barang yang dibeli,

⁵ E.K.M. Masinambow, ed., *Hukum Dan Kemajemukan Budaya, Sumbangan Karangan Untuk Menyambut Hari Ulang Tahun Ke-70 Prof. Dr. T.O. Ithromi* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2000). Halaman 3

⁶ David Bainbridge, *Introduction to Computer Law*, 3rd Editio. (London: Pitman Publishing, 2000).halaman 1.

⁷ Niniek Suparni, *Masalah Cyberspace Problematika Hukum Dan Antisipasi Pengaturannya* (Jakarta: Fortune Mandiri Karya, 2001).Halaman 33.

⁸ Farizal F. Kamal, *Cyber Business*, cet. 3. (Jakarta: Elex Media Komputindo, 1999)..halaman 1.

⁹ Atip. Latifulhayat, "Perlindungan Data Pribadi Dalam Perdagangan Secara Elektronik (E-Commerce)," *Jurnal Hukum Bisnis* Vol. 18, no. Maret (2002).

harga barang, dan cara pembayaran oleh konsumen. Kecurangan yang menyangkut pelaku usaha, misalnya pelaku usaha (*virtual store*) yang bersangkutan merupakan toko yang fiktif.

Kecurangan yang menyangkut barang yang dikirimkan oleh pelaku usaha, misalnya barang tersebut tidak dikirimkan kepada konsumen atau terjadi keterlambatan pengiriman yang berkepanjangan, terjadi kerusakan atas barang yang dikirimkan atau barang yang dikirimkan cacat, dan lain sebagainya.¹⁰ Kecurangan lain adalah menyangkut pembayaran oleh konsumen yang disangkal kebenarannya oleh pelaku usaha. Misalnya, pelaku usaha hanya mengakui bahwa jumlah barang yang dipesan kurang dari yang tercantum di dalam pembelian yang dikirimkan secara elektronik atau harga per unit dari barang yang dipesan oleh konsumen dikatakan lebih tinggi dari pada harga yang dicantumkan di dalam pembelian (*purchase*). Dapat pula terjadi pelaku usaha mengaku belum menerima pembayaran dari konsumen, padahal kenyataannya konsumen sudah mengirim pembayaran untuk seluruh harga barang.¹¹ Dengan karakteristik *e-commerce* seperti itu hak-hak konsumen perlu dilindungi.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis tertarik untuk menganalisis permasalahan mengenai “bagaimana upaya perlindungan hukum pada konsumen dalam transaksi *e-commerce* untuk mendukung pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia?”.

Penelitian ini dilaksanakan untuk mencapai tujuan yang bersifat khusus, yaitu Untuk mengetahui upaya perlindungan hukum pada konsumen dalam transaksi *e-commerce* untuk mendukung pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia. Manfaat dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi kepentingan masyarakat dan pemerintah khususnya mengenai upaya perlindungan hukum pada konsumen dalam transaksi *e-commerce* untuk mendukung pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia.

¹⁰ Abdul Halim Barkatullah, “Tinjauan Hukum Bisnis E-Commerce” (Universitas Gadjah Mada, 2003). halaman 150.

¹¹ Mariam Darus. et.al. Badruzaman, *Kompilasi Hukum Perikatan* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, n.d.).halaman 137.

C. Metode Penelitian

Data yang terkait dengan penelitian hukum ini dianalisa secara deskriptif kualitatif dengan menjelaskan secara rinci metode-metode dan prosedur-prosedur dalam melakukan penelitian ini. Dalam penelitian ini pengolahan data dilakukan dengan mengumpulkan bahan-bahan kepustakaan, kemudian menyeleksi untuk mendapatkan data khusus yang berkaitan dengan objek permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini, kemudian mengklasifikasikannya secara yuridis, sistematis dan logis.

Dalam menyusun dan menganalisis data yang ada, digunakan cara penalaran deduktif (*deductive reasoning*). Selain itu, data yang kemudian ditafsirkan menggunakan metode interpretasi sistematis, yaitu menafsirkan makna dengan menghubungkan ketentuan hukum yang satu dengan nilai yang lain yang dinilai mempunyai hubungan yaitu antara ketentuan-ketentuan hukum yang dijadikan bahan baik primer maupun sekunder dalam penelitian ini.

Nilai ilmiah suatu pembahasan dan pemecahan masalah terhadap *legal issue* yang ditulis dalam penelitian ini sangat tergantung dengan cara pendekatan (*approach*). Penelitian hukum ini dimulai dengan penelusuran terhadap bahan-bahan hukum sebagai dasar untuk membuat suatu keputusan hukum (*legal decision making*) terhadap kasus-kasus hukum yang konkret. Pada masyarakat kompleks tertentu saja keputusan hukum tidaklah semata-mata disandarkan pada pertimbangan normatif hukum, tetapi juga memperhitungkan faktor-faktor non hukum.

Cara pendekatan (*approach*) yang digunakan untuk memungkinkan penelitian normatif untuk memanfaatkan hasil-hasil temuan ilmu hukum empiris dan ilmu-ilmu lain untuk kepentingan dan analisis serta eksplorasi hukum tanpa mengubah karakter ilmu hukum sebagai ilmu normatif. Dalam kaitannya dengan dalam suatu penelitian normatif, satu hal yang pasti adalah pendekatan menggunakan undang-undang (*statute approach*). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan 2 (dua) pendekatan, yaitu:

1. Pendekatan Undang-undang (*statute approach*)

Pendekatan undang-undang dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkutan dengan isu hukum yang sedang ditangani. Pendekatan perundang-undangan dalam penelitian hukum normatif memiliki kegunaan baik secara praktis maupun akademis. Bagi penelitian untuk kegiatan praktis, pendekatan undang-undang ini akan membuka kesempatan bagi peneliti untuk mempelajari adakah

konsistensi dan kesesuaian antara suatu undang-undang dengan undang-undang lainnya atau antara undang-undang dengan undang-undang dasar atau regulasi dan undang-undang. Hasil dari telaah tersebut merupakan suatu argumen untuk memecahkan isu yang dihadapi.

Bagi penelitian untuk kegiatan akademis, peneliti perlu mencari *ratio legis* serta dasar ontologis lahirnya undang-undang itu. Dengan mempelajari *ratio legis* dan dasar ontologis suatu undang-undang, peneliti sebenarnya mampu mengungkap kandungan filosofis yang ada di belakang undang-undang itu. Untuk memahami kandungan filosofis yang ada di belakang undang-undang itu, peneliti akan dapat menyimpulkan mengenai ada tidaknya benturan filosofis antara undang-undang dengan isu yang dihadapi.

2. Pendekatan Konseptual (*Conceptual Approach*)

Pendekatan konseptual beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang di dalam ilmu hukum. dengan mempelajari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin di dalam ilmu hukum, peneliti akan menemukan ide-ide yang melahirkan pengertian-pengertian hukum, konsep-konsep hukum, dan asas-asas hukum relevan dengan isu yang dihadapi. Pemahaman akan pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin tersebut merupakan sandaran bagi peneliti dalam membangun suatu argumentasi hukum dalam memecahkan isu yang dihadapi.

II. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan pesatnya perkembangan *e-commerce* menimbulkan dampak negatif bagi konsumen yang menempatkan konsumen dalam posisi tawar yang lemah. Beberapa permasalahan yang timbul yang berkenaan dengan hak-hak konsumen dalam transaksi *e-commerce*, antara lain:¹²

- a. Konsumen tidak dapat langsung mengidentifikasi, melihat, atau menyentuh barang yang akan dipesan;
- b. Ketidakjelasan informasi tentang produk yang ditawarkan dan/atau tidak adanya kepastian apakah konsumen telah memperoleh berbagai informasi yang layak diketahui, atau yang seharusnya dibutuhkan untuk mengambil suatu keputusan dalam bertransaksi;

¹² Kamal, *Cyber Business*. Hlm. 81

- 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 menggunakan *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 pengiriman barang bukan penerimaan barang;
- f. Transaksi yang bersifat lintas batas negara *borderless*, menimbulkan pertanyaan mengenai yurisdiksi hukum negara mana yang sepatutnya diberlakukan.

Jika dikaitkan antara hak-hak konsumen yang diakui secara universal dengan hak-hak konsumen pada transaksi *e-commerce*, maka hak-hak konsumen sangat riskan sekali untuk dilanggar dan menempatkan konsumen dalam transaksi *e-commerce* berada dalam posisi tawar yang lemah, apalagi konsumen transaksi *e-commerce* yang dilakukan lintas negara.

Narberth Reich & Norberth Reich,¹³ pernah merumuskan bahwa masalah yang sering dihadapi konsumen adalah meliputi sikap pelaku usaha yang bertindak curang pada saat kontrak jual beli dilakukan, seperti ketidakjelasan isi dari kontrak standar, produk cacat (*defective products*) dan ketidakpuasan atas jasa yang ditawarkan (*unsatisfactory services*), iklan yang menyesatkan, serta permasalahan layanan purna jual. Kasus-kasus yang berhubungan dengan transaksi *e-commerce*, khususnya mengenai cacat produk, informasi dalam *web-advertising* yang tidak jujur, atau keterlambatan pengiriman barang, sering dialami konsumen dalam kasus.

Mengingat kerangka kebijakan yang melindungi konsumen dalam berbagai macam transaksi di internet tampaknya belum dirumuskan oleh pemerintah Indonesia, maka sangatlah diperlukan kajian hukum terhadap hak konsumen dan tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi di internet, serta mekanisme penyelesaian yang

¹³ Norbert. Reich, "Protection of Consumers Economic Interests by the EC," *Sydney Law Review*, no. March (1992). Hlm. 25-42.

dapat dilakukan oleh konsumen.¹⁴ Praktik transaksi *e-commerce* banyak menimbulkan permasalahan-permasalahan yang cenderung merugikan konsumen dan menimbulkan berbagai permasalahan hukum dalam melakukan transaksi *e-commerce*.

Hampir sama dengan kontrak jual beli pada umumnya, kontrak jual beli *online* tersebut juga terdiri dari penawaran dan penerimaan. Sebab suatu kesepakatan selalu diawali dengan adanya penawaran oleh salah satu pihak dan penerimaan oleh pihak yang lain.¹⁵ Apabila transaksi *e-commerce* tersebut berlangsung di antara pihak-pihak khususnya perorangan, yang merupakan penduduk dua negara yang berbeda, maka akan timbul masalah dalam penyelesaian sengketa, apakah dilakukan dengan penerapan hukum negara tergugat atau berdasarkan hukum negara penggugat atau apakah seyogyanya didasarkan kepada negara pelaku usaha atau apakah didasarkan hukum negara dari konsumen.

Demikian pula mengenai pilihan pengadilan atau suatu badan arbitrase yang akan memeriksa sengketa tersebut, apabila para pihak tidak menentukan pilihan pengadilan atau suatu badan arbitrase terlebih dahulu, maka akan menjadi masalah jika timbul sengketa. Masalah yurisdiksi atau tempat di mana terjadinya transaksi, masalah pilihan hukum atau pilihan forum. Transaksi bisnis melalui media net atau telematika tidak menjelaskan tempat di mana transaksi itu terjadi. Hal ini sangat penting secara yuridis, karena berkaitan dengan yurisdiksi pengadilan yang berwenang jika timbul sengketa dan masalah pilihan hukum (*choice of law* atau *applicable law*). Oleh karena kebanyakan transaksi *e-commerce* dilakukan oleh para pihak yang berada pada yurisdiksi hukum negara yang berbeda, sementara dalam *terms and condition* pada saat kesepakatan secara online dibuat tidak secara tegas dan jelas menunjuk atau memuat klausul *choice of law*, maka menjadi persoalan hukum negara atau hakim manakah yang berwenang mengadili, jika dikemudian hari terjadi sengketa.¹⁶ Yurisdiksi adalah pengadilan mana yang berwenang memeriksa dan mengadili suatu

¹⁴ Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003). Hlm. 375.

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ Nindyo Pramono, *Revolusi Dunia Bisnis Indonesia Melalui E-Commerce Dan E-Business: Bagaimana Solusi Hukumnya*, Makalah disampaikan dalam Seminar Nasional Peluang E-Bisnis serta Kesiapan Hukumnya di Indonesia. (Yogyakarta, 2001). Hlm. 3

sengketa. Karena *e-commerce* tidak mempunyai batas-batas geografis, adanya komunikasi jarak jauh di mana siapapun dan dari manapun dapat mengakses *website*.

Dalam perdagangan melalui online, seseorang tidak mengetahui di negara mana informasi transaksi bisa diakses, sehingga yurisdiksi menjadi masalah utama yang penting dalam dunia maya (*cyberspace*).¹⁷ Dalam perspektif hukum perdata internasional, keterkaitan dengan kegiatan teknologi informasi adalah perlunya memperluas yurisdiksi nasional, hal ini mengingat ada permasalahan hukum yang muncul dan menjangkau yurisdiksi negara lain. Untuk itu diperlukan kerjasama lintas negara yang masuk dalam lingkup hukum internasional, kerjasama untuk suatu yang tidak terjangkau oleh hukum nasional suatu negara. Semua kerjasama ini tentunya perlu diwadahi dalam produk hukum. Dalam hukum, produk hukum yang tepat adalah perjanjian internasional. Perjanjian internasional akan mengikat negara-negara yang menandatangani atau meratifikasi.¹⁸

Dengan karakteristik *e-commerce* seperti ini konsumen akan menghadapi berbagai persoalan hukum dan peraturan perlindungan hukum bagi konsumen yang ada sekarang belum mampu melindungi konsumen dalam transaksi *e-commerce* lintas negara di Indonesia. Dalam transaksi *e-commerce* tidak ada lagi batas negara maka undang-undang perlindungan konsumen masing-masing negara seperti yang dimiliki Indonesia tidak akan cukup membantu, karena *e-commerce* beroperasi secara lintas batas (*borderless*). Dalam kaitan ini, perlindungan hukum bagi konsumen harus dilakukan dengan pendekatan internasional melalui harmonisasi hukum dan kerjasama institusi-institusi penegak hukum.¹⁹ Perlunya perangkat hukum yang dapat diterapkan, baik berupa undang-undang atau peraturan baru atau kaidah hukum yang disesuaikan dengan kebutuhan media ini.²⁰ Tanpa perlindungan dan kepastian hukum bagi konsumen, maka Indonesia hanya akan menjadi ajang *dumping* barang dan jasa yang

¹⁷ Yansen Darmanto, "Pilihan Hukum Dan Pilihan Forum Dalam Kontrak Internasional" (Universitas Indonesia, 2002). Hlm. 153

¹⁸ Juwana, *Hukum Ekonomi Dan Hukum Internasional*. Hlm. 39

¹⁹ Agus Budi, *Hukum Dan Internet Di Indonesia* (Yogyakarta: UII Press, 2003). Halaman 63

²⁰ Asrit Sitompul, *Hukum Internet Pengenalan Masalah Hukum Di Cyberspace* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2001). Halaman 2.

tidak bermutu, yang lebih mengkhawatirkan, kesejahteraan rakyat yang dicita-citakan pun jadi lebih sulit diwujudkan.²¹

Perlindungan hukum bagi para pihak pada intinya sama, yaitu adanya peran pemerintah untuk melindungi kepentingan pelaku usaha dan konsumen dalam kerangka perdagangan. Peranan pemerintah yang dimaksud di sini mencakup aspek nasional dan internasional. Artinya, tuntutan adanya, kepastian hukum dalam melakukan perikatan harus jelas dari segi aspek hukum nasional melalui pembentukan peraturan di bidang perlindungan hukum bagi konsumen, maupun aspek hukum internasional melalui perjanjian internasional atau harmonisasi hukum.

Di Amerika Serikat, sebuah komisi khusus telah dibentuk untuk menangani perlindungan hukum bagi konsumen dalam berbagai macam kegiatan di internet. Komisi tersebut adalah *Federal Trade Commission* (FTC) yang menjalankan fungsi sesuai dengan yang digariskan dalam *the Federal Trade Commission Act* untuk melindungi konsumen terhadap berbagai bentuk penipuan, kecurangan, dan praktik-praktik tidak sehat lainnya. FTC diberikan kewenangan yang luas untuk dapat mengajukan gugatan atas kepentingan konsumen.²² Dari praktek negara tersebut, maka negara Indonesia dapat mengambil pelajaran mengenai pentingnya perlindungan konsumen digital. Amerika Serikat sebagai negara yang ekosistem ekonomi digitalnya tumbuh cukup signifikan telah memberikan perhatian yang serius bagi perlindungan konsumen ekonomi digital melalui sebuah lembaga yang dibentuk secara khusus untuk menjalankan fungsi perlindungan konsumen bagi para konsumen ekonomi digital. Indonesia sebagai negara yang berencana untuk mendorong pertumbuhan ekonomi digital, perlu secara serius menciptakan ekosistem ekonomi digital yang mendukung pertumbuhan ekonomi digital dan perlindungan hukum bagi konsumen secara seimbang.

Sebagai sebuah sistem, penyelenggaraan perlindungan hukum bagi konsumen tidak dapat dilepaskan dari konteks pembangunan nasional. Dapat dikatakan adanya peran Undang-undang Perlindungan Konsumen dalam penyelenggaraan perlindungan hukum bagi konsumen. Latar belakang perlindungan hukum bagi konsumen, berdasarkan konsiderans UUPK dilandasi motif-motif yang dapat diabstraksikan sebagai

²¹ Sudaryatmo, *Hukum Dan Advokasi Konsumen* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2001). Halaman 84

²² Gene A Marsh, *Consumer Protection Law*, third edit. (Minn: West Group, 1999). halaman 19

berikut: mewujudkan demokrasi ekonomi; mendorong diversifikasi produk barang dan atau jasa sebagai sarana peningkatan kesejahteraan masyarakat luas pada era globalisasi, serta menjamin ketersediaannya; globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat luas serta kepastian mutu, jumlah, keamanan barang dan atau jasa; peningkatan harkat dan martabat konsumen melalui hukum (UUPK) untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha dalam suatu perekonomian yang sehat.

Perlindungan hukum oleh negara kepada konsumen yang memiliki posisi tawar yang lemah terasa sangat mendesak. Dalam transaksi perdagangan di internet di mana lalu lintas hubungan pelaku usaha dan konsumen semakin dekat dan terbuka, campur tangan negara, kerjasama antar negara dan kerjasama internasional sangat dibutuhkan, yaitu guna mengatur pola hubungan pelaku usaha, konsumen dan sistem perlindungan hukum bagi konsumen.²³ Perlindungan hukum terhadap hak-hak konsumen dalam transaksi *e-commerce* tidak dapat diberikan oleh satu aspek hukum saja, melainkan oleh satu sistem perangkat hukum yang mampu memberikan perlindungan yang simultan dan komprehensif.

Dengan demikian teknologi yang diciptakan oleh manusia tidak selalu menghasilkan hal-hal yang positif tetapi dapat juga menghasilkan berbagai dampak negatif. Disinilah salah satu arti penting perlunya peraturan di bidang teknologi informasi, untuk dapat memberikan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce*.

Perlindungan hukum bagi konsumen mutlak dilakukan oleh negara sesuai dengan Resolusi Majelis Umum PBB. Di Indonesia, signifikansi pengaturan hak-hak konsumen melalui undang-undang merupakan bagian dari implementasi sebagai suatu negara kesejahteraan, karena Undang-undang Dasar 1945 di samping sebagai konstitusi politik juga dapat disebut konstitusi ekonomi, yaitu konstitusi yang mengandung ide negara kesejahteraan yang tumbuh berkembang karena pengaruh sosialisme sejak abad sembilan belas.²⁴

²³ Ibid.

²⁴ Jimly Asshiddiqie, *Undang-Undang Dasar 1945: Konstitusi Negara Kesejahteraan Dan Realitas Masa Depan*, Pidato Pengukuhan Jabatan Guru Besar Tetap Madya (Jakarta, 1998). Halaman 1-2

Pasal 4 UUPK menetapkan 9 (sembilan) hak konsumen di Indonesia, yaitu:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/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 konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapatkan 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.

Hak-hak dalam UUPK di atas merupakan penjabaran dari Pasal-pasal yang bercirikan negara kesejahteraan, yaitu Pasal 27 ayat (2) yang berbunyi: “Tiap-tiap warga negara berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan” dan Pasal 33 UUD 45, yaitu: “(1) Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan; (2) Cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan yang menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara; (3) Bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung didalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.”

Betapa pentingnya hak-hak konsumen, sehingga melahirkan pemikiran yang berpendapat bahwa hak-hak konsumen merupakan “generasi keempat hak asasi manusia”, yang merupakan kata kunci dalam konsepsi hak asasi manusia untuk perkembangan di masa yang akan datang. (Jimly Asshiddiqie, 2000 : 12) Dalam penyelesaian sengketa untuk mempertahankan hak-hak konsumen diatur pada Pasal

45 UUPK, yang menyebutkan bahwa penyelesaian sengketa dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.

Penyelesaian sengketa di luar pengadilan dapat ditempuh melalui BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen) yang tugas dan wewenangnya antara lain meliputi pelaksanaan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi, yang selain sebagai media penyelesaian sengketa juga dapat menjatuhkan sanksi administratif bagi pelaku usaha yang melanggar larangan-larangan tertentu yang dikenakan bagi pelaku usaha. Kehadiran UUPK menjadi tonggak sejarah perkembangan hukum perlindungan konsumen di Indonesia. Diakui, bahwa undang-undang tersebut bukanlah yang pertama dan yang terakhir, karena sebelumnya telah ada beberapa rumusan hukum yang melindungi konsumen tersebar dalam beberapa peraturan perundang-undangan. Undang-undang ini mengatur tentang kebijakan perlindungan konsumen, baik menyangkut hukum materiil, maupun hukum formil mengenai penyelesaian sengketa konsumen.²⁵

Di samping Undang-Undang Perlindungan Konsumen, hukum konsumen “ditemukan” di dalam berbagai peraturan perundang-undangan yang berlaku.²⁶ Sebagai bagian dari sistem hukum nasional, salah satu ketentuan UUPK dalam hal ini Pasal 64 (Bab XIV Ketentuan Peralihan), dapat dipahami sebagai penegasan secara implisit bahwa UUPK merupakan ketentuan khusus (*lex specialis*) terhadap ketentuan peraturan perundang-undangan yang sudah ada sebelum UUPK, sesuai asas *lex specialis derogat legi generali*. Artinya, ketentuan-ketentuan di luar UUPK tetap berlaku sepanjang tidak diatur secara khusus dalam UUPK dan/atau tidak bertentangan dengan UUPK.²⁷

Sesuai dengan Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan lima prinsip yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu sebagai berikut:

²⁵ Inosentius Samsul, “Perlindungan Konsumen Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak” (Universitas Indonesia, 2004). Halaman 20

²⁶ AZ Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Diadit Media, 2002). Halaman 30

²⁷ Yusuf Shofie, *Pelaku Usaha, Konsumen, Dan Tindak Pidana Korporasi* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002). Halaman 29

***Upaya Perlindungan Hukum Pada Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce
Untuk Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Digital di Indonesia - Tetanoe Bernada***

1. Prinsip manfaat

Prinsip ini dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberi manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

2. Prinsip keadilan

Prinsip ini dilakukan agar partisipasi seluruh masyarakat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

3. Prinsip keseimbangan

Prinsip ini dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materil maupun spiritual.

4. Prinsip keamanan dan keselamatan konsumen

Prinsip ini dimaksudkan untuk memeberikan jaminan atas keamanan dana keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang digunakan.

5. Prinsip kepastian hukum

Prinsip ini dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, di mana negara dalam hal ini turut menjamin adanya kepastian hukum tersebut.

Di sisi lain, kewajiban bagi pelaku usaha (dalam hal ini adalah penjual *online*), sesuai Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah:

1. beritikad baik dalam melakukan usahanya;
2. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
3. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
4. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;

5. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
6. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
7. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen mendefinisikan hukum perlindungan konsumen sebagai keseluruhan asas dan kaidah hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan berbagai masalahnya dengan para penyedia barang dan/ atau jasa konsumen. Hubungan hukum yang terjadi antara pihak penyedia barang dan/ atau jasa dengan pihak konsumen pada akhirnya melahirkan suatu hak dan kewajiban yang mendasari terciptanya suatu tanggung jawab. Suatu tanggung jawab pada prinsipnya sama, yaitu merupakan bagian dari konsep kewajiban hukum. Norma dasar kemudian merumuskan kewajiban untuk mengikuti peraturan hukum, dan mempertanggungjawabkan kewajiban untuk mengikuti aturan-aturan hukum tersebut. Pada prinsipnya, pelaku usaha dapat dimintai tanggung jawab apabila timbul kerugian konsumen akibat tidak terlaksananya kewajiban hukum pada jenis transaksi dengan berbagai medium. Perlindungan hukum bagi para pihak pada intinya sama, yaitu adanya peran pemerintah untuk melindungi kepentingan produsen dan konsumen dalam kerangka perdagangan. Peranan pemerintah yang dimaksud di sini mencakup aspek nasional dan internasional. Aritinya, tuntutan adanya kepastian hukum dalam melakukan perikatan harus jelas dari segi aspek hukum nasional melalui pembentukan peraturan dibidang perlindungan konsumen, maupun aspek hukum internasional melalui perjanjian internasional. Kepentingan para pihak yang berada pada yuridiksi negara yang berbeda pun tentunya akan menyulitkan untuk menentukan hukum negara mana yang berlaku karena suatu kebijakan yang mendasari adanya suatu transaksi internet harus konsisten dan dapat diberlakukan secara global, mengingat kedudukan para pihak yang tidak berda dalam suatu yuridiksi negara

tertentu saja. Sementara itu dari sisi konsumen, diperlukan suatu bentuk perlindungan konsumen yang dapat mengakomodasi berbagai hak yang dimiliki konsumen.

Kerangka yang mendasari adanya prinsip tanggung jawab pelaku usaha lebih mendapat penekanan dalam penelitian ini karena terkait dengan kedudukan hukum yang lemah dari pihak konsumen. Sesungguhnya perikatan yang terkaji di antara para pihak merupakan wujud dari ketentuan yang tercantum dalam Pasal 1233 Jo. Pasal 1234 KUHPerdara, yaitu tiap-tiap perikatan lahir karena adanya persetujuan atau undang-undang, dan setiap perikatan adalah untuk memberikan sesuatu, untuk berbuat sesuatu, atau tidak berbuat sesuatu. Perikatan dalam suatu transaksi menimbulkan suatu janji bahwa satu pihak berjanji untuk melakukan sesuatu hal, sedangkan pihak lain berjanji menuntut pelaksanaan janji itu. Hal ini perlu ditekankan karena apabila salah satu pihak yang telah menyepakati isi perjanjian kemungkinan tidak memenuhinya, pihak tersebut dapat dikatakan wanprestasi. Untuk memahami konsep tanggung jawab dijalankan oleh para pelaku usaha dalam permasalahan yang dihadapi konsumen, tanggung jawab tersebut dibagi menjadi tiga bagian, yaitu sebagai berikut:

A. Tanggung Jawab atas Informasi

Pemikiran mengenai hak konsumen atas informasi diawali pada era globalisasi, yaitu ketika sekat dan batas antar bangsa telah kabur. Informasi telah menjadi komoditas yang diperhitungkan konsumen karena sering menjadi korban akibat tidak bersikap kritis serta tidak mempertanyakan keberadaan suatu informasi mengenai barang dan/atau jasa yang dikonsumsi, padahal lengkap atau tidaknya informasi ikut menentukan keputusan untuk membeli atau tidak membeli suatu produk. Pihak pelaku usaha harus dapat memberikan informasi yang memadai dan jelas bagi konsumen dalam memilih barang. Standar umum mengenai informasi yang harus diberitahukan kepada konsumen adalah mengenai harga, kualitas, dan keterangan-keterangan lain yang dapat membantu konsumen dalam memutuskan untuk membeli barang sesuai dengan kebutuhan dan kualitas barang. Pada gilirannya hal tersebut dapat membantu produsen untuk menetapkan bentuk atau standar produk yang ditawarkan kepada konsumen. Tentunya di sini prinsip *ceaveat venditor* memegang peranan penting di mana pelaku usaha harus dapat memberikan perlindungan kepada konsumen dari produk-produk yang tidak aman (*unsafe product*). Jadi, pelaku usaha harus berhati-

hati terhadap keluaran produk yang berasal dari produk industri yang dihasilkannya. Intinya yang paling penting adalah informasi harus terbebas dari manipulasi data. Sejalan dengan tujuan perlindungan konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 3 butir d, yaitu “menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi,”

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

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

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

Selain *product liability* yang merupakan pertanggungjawaban langsung, terdapat *tortious liability* dalam pertanggungjawaban produk (*product liability*), yaitu tanggung jawab yang didasarkan pada perbuatan-perbuatan melawan hukum. Unsur-unsur *tortious liability* dalam pertanggung jawaban produk ini adalah :

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

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

Undang Perlindungan Konsumen yang berupa kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen merupakan tanggung jawab konsumen.

C. Tanggung Jawab Atas Keamanan

Jaringan transaksi secara elektronik harus mempunyai kemampuan untuk menjamin keamanan dan keandalan arus informasi. Para pihak yang terlibat dalam transaksi harus mempunyai kepercayaan yang tinggi terhadap infrastruktur jaringan yang digunakan. Tentu saja pihak pelaku usaha perlu menyediakan jaringan sistem yang cukup memadai untuk mengontrol keamanan transaksi. Suatu transaksi bisnis memerlukan kepercayaan. Konsumen akan memilih melakukan transaksi dengan penjual yang mereka percaya karena menyangkut uang yang berikan. Transaksi bisnis yang tidak secara *face to face*, selain harus berdasarkan kepercayaan juga tergantung dari komunikasi yang menjadikannya penting untuk diketahui konsumen bahwa pesan telah dikirim dan diterima oleh dan/atau hanya kepada alamat yang benar tanpa kesalahan. Bagi penjual, tindakan ini juga penting untuk menjaga ini pesan gara tetap rahasia dan menghindari saingan dagangnya yang dapat saja mencampuri data tersebut. Sementara itu, perlindungan terhadap keamanan sebuah sistem komputer harus dilakukan. Hal tersebut untuk menyikapi keinginan konsumen untuk bertransaksi secara aman. Pengamanan dalam bertransaksi meliputi sistem kemanan komunikasi, keamanan komputer, keamanan dari segi fisik, keamanan individu yang terlibat, kemanan secara administratif, dan kemanan media yang digunakan. Keamanan yang diberikakan bertujuan untuk mencegah ancaman yang mungkin timbul sebelum benar-benar terealisasi, meminimalkan kemungkinan terjadinya ancaman tersebut, dan mengurangi akibat yang akan timbul setelah ancaman tersebut terealisasi. Jadi, sistem keamanan yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan jenis *business to consumer* dalam *e-commerce* adalah adanya mekanisme yang aman bagi cara pembayaran yang dilakukan konsumen pada suatu website.

Konsep tanggung jawab hukum merupakan bagian dari konsep kewajiban hukum. Prinsip tentang tanggung jawab merupakan bagian yang sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen. Dalam kasus-kasus pelanggan hak konsumen, diperlukan kehati-hatian dalam menganalisis siapa yang harus bertanggung jawab dan seberapa jauh suatu tanggung jawab dapat dibebankan kepada pihak-pihak terkait. Prinsip-prinsip umum tanggung jawab pelaku usaha dalam hukum yang dalam

praktik dapat dibedakan yang salah satunya dengan prinsip tanggung jawab bedasarkan unsur kesalahan (*fault liability/liability based on fault*). Prinsip ini menyatakan bahwa seseorang dapat dimintai pertanggungjawabannya secara hukum jika ada unsur kesalahan yang dilakukannya. Bila pihak penggugat gagal membuktikan adanya unsur kesalahan di pihak tergugat, gugatannya gagal. Padahal bagi konsumen (sebagai korban) pada umumnya awam terhadap proses dalam suatu industri, apabila menggunakan teknologi yang canggih. Jadi, bisa dikatakan akan mustahil untuk mampu membuktikan secara tepat di mana letaknya kesalahan yang menyebabkan “cacat barang dan/atau jasa” tersebut. Prinsip ini terkait erat dengan hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha yang mendasarkan pada kontrak bukan merupakan syarat.

Di Indonesia, prinsip ini tergambar dalam beberapa ketentuan di KUHPerdara, yaitu Pasal 1365, Pasal 1366, dan Pasal 1367 KUHPerdara. Pasal 1365 KUHPerdara mengharuskan terpenuhinya empat unsur pokok untuk dapat dimintai pertanggungjawaban hukum dalam perbuatan melawan hukum, yaitu adanya perbuatan, adanya unsur kelalaian, adanya kerugian yang diderita, dan adanya hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian. Pengertian perbuatan melawan hukum ini dapat dilihat dalam suatu yurisprudensi yang memberikan pengertian memperluas dari arti sempit sebelumnya. Perbuatan melawan hukum dalam arti sempit merupakan suatu perbuatan yang bertentangan dengan hak orang lain dan/atau bertentangan dengan kewajiban hukum sendiri yang ditentukan oleh undang-undang. Artinya, perbuatan yang tidak diatur dalam undang-undang walupun merugikan pihak lain bukan merupakan perbuatan melawan hukum. Oleh karena itu, tidak mungkin pihak pelaku usaha dimintai pertanggungjawabannya. Kerena tidak sesuai dengan perkembangan zaman maka sejak tanggal 31 Januari 1919, yurisprudensi dalam *Arrest Hoge Raad* kasus Cohen-Lindenbaum²⁸ memperluas pengertian perbuatan melawan hukum, yaitu perbuatan melawan diartikan sebagai suatu perbuatan atau kealpaan yang bertentangan dengan hak orang lain, atau bertentangan dengan kewajiban hukum si pelaku, atau bertentangan dengan kesusilaan dan keharusan yang harus

²⁸ <https://myslawlibrary.wordpress.com/2013/06/05/kasus-lindenbaum-cohen-1919/diakses-pada-hari-Kamis-tanggal-23-Juni-2016-pukul-22.10-WIB>.

diindahkan dalam pergaulan hidup terhadap orang lain atau benda. Jadi, terdapat empat unsur mengapa suatu perbuatan dikategorikan ke dalam perbuatan melawan hukum, yaitu:

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

III. PENUTUP

Konsumen dalam transaksi *e-commerce*, memiliki risiko rugi yang lebih besar daripada pelaku usaha atau *merchant*. Dengan kata lain, hak-hak konsumen dalam transaksi *e-commerce* sangat rentan, sehingga konsumen transaksi *e-commerce* berada dalam posisi tawar yang sangat lemah. Pentingnya suatu negara mengatur perlindungan hukum terhadap konsumen, umumnya didasarkan pada pertimbangan aktualitas dan urgensinya. Pengaturan hukum dalam transaksi *e-commerce* adalah untuk menciptakan tingkat kepastian yang diperlukan dalam transaksi bisnis dan melindungi konsumen transaksi *e-commerce* dalam rangka mendukung pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia

Peraturan perlindungan hukum bagi konsumen yang ada sekarang belum mampu melindungi konsumen dalam transaksi *e-commerce* lintas negara di Indonesia. Dalam transaksi *e-commerce* tidak ada lagi batas negara maka undang-undang perlindungan konsumen masing-masing negara, seperti yang dimiliki Indonesia tidak akan cukup membantu, karena *e-commerce* beroperasi secara lintas batas (*borderless*). Dalam kaitan ini, perlindungan hukum bagi konsumen harus dilakukan dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual melalui harmonisasi hukum dan kerjasama institusi-institusi penegak hukum. Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* yang timbul dari adanya hak dan kewajiban dari kedua belah pihak yang diatur dalam Undang-Undang No 8 Tahun 1999 terdapat dalam Pasal 2, Pasal 4 ayat (3) dan pada pasal 4 ayat (6) “hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen”, kewajibannya pelaku usaha harus didasari oleh Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Sebaiknya pihak konsumen yang hendak melakukan transaksi *e-commerce* kiranya lebih memperhatikan unsur kehati-hatian dalam melakukan transaksi, kenali terlebih dahulu alamat web yang menyediakan jasa jual beli di media internet serta pahami klausula baku yang diadakan oleh pihak pelaku usaha atau penjual serta memahami hak dan kewajiban penjual dan pembeli.

Sebaiknya negara membenahi peraturan perundang-undangan tentang perlindungan hukum bagi konsumen transaksi *e-commerce* dengan mempertimbangkan alternatif pemikiran yang ditawarkan dalam tulisan ini, untuk dapat memberikan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* yang lebih komprehensif guna mendukung pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia.

IV. DAFTAR PUSTAKA

- A Marsh, Gene. *Consumer Protection Law*. Third edit. Minn: West Group, 1999.
- Asshiddiqie, Jimly. *Undang-Undang Dasar 1945: Konstitusi Negara Kesejahteraan Dan Realitas Masa Depan*. Pidato Pengukuhan Jabatan Guru Besar Tetap Madya. Jakarta, 1998.
- Badruzaman, Mariam Darus. et.al. *Kompilasi Hukum Perikatan*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, n.d.
- Bainbridge, David. *Introduction to Computer Law*. 3rd Editio. London: Pitman Publishing, 2000.
- Barkatullah, Abdul Halim. "Tinjauan Hukum Bisnis E-Commerce." Universitas Gadjah Mada, 2003.
- Budi, Agus. *Hukum Dan Internet Di Indonesia*. Yogyakarta: UII Press, 2003.
- Darmanto, Yansen. "Pilihan Hukum Dan Pilihan Forum Dalam Kontrak Internasional." Universitas Indonesia, 2002.
- Juwana, Hikmahanto. *Hukum Ekonomi Dan Hukum Internasional*. Jakarta: Lentara Hati, 2002.
- Kamal, Farizal F. *Cyber Business*. Cet. 3. Jakarta: Elex Media Komputindo, 1999.
- Latifulhayat, Atip. "Perlindungan Data Pribadi Dalam Perdagangan Secara Elektronik (E-Commerce)." *Jurnal Hukum Bisnis* Vol. 18, no. Maret (2002).
- M. Ramli, Ahmad. *Cyber Law Dan HAKI Dalam Sistem Hukum Indonesia*. Bandung: Refika Aditama, 2004.
- Makarim, Edmon. *Kompilasi Hukum Telematika*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003.
- Masinambow, E.K.M., ed. *Hukum Dan Kemajemukan Budaya, Sumbangan Karangan Untuk Menyambut Hari Ulang Tahun Ke-70 Prof. Dr. T.O. Ihromi*. Jakarta:

**Upaya Perlindungan Hukum Pada Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce
Untuk Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Digital di Indonesia - Tetanoe Bernada**

Yayasan Obor Indonesia, 2000.

Nasution, AZ. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Diadit Media, 2002.

Pramono, Nindyo. *Revolusi Dunia Bisnis Indonesia Melalui E-Commerce Dan E-Business: Bagaimana Solusi Hukumnya*. Makalah disampaikan dalam Seminar Nasional Peluang E-Bisnis serta Kesiapan Hukumnya di Indonesia. Yogyakarta, 2001.

Reich, Norbert. "Protection of Consumers Economic Interests by the EC." *Sydney Law Review*, no. March (1992).

Samsul, Inosentius. "Perlindungan Konsumen Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak." Universitas Indonesia, 2004.

Shofie, Yusuf. *Pelaku Usaha, Konsumen, Dan Tindak Pidana Korporasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002.

Sitompul, Asrit. *Hukum Internet Pengenalan Masalah Hukum Di Cyberspace*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2001.

Sudaryatmo. *Hukum Dan Advokasi Konsumen*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2001.

Suparni, Niniek. *Masalah Cyberspace Problematika Hukum Dan Antisipasi Pengaturannya*. Jakarta: Fortune Mandiri Karya, 2001.

Paraturan Perundang-undangan

KUHPerdata

Undang-undang Dasar Republik Indonesia 1945

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3821.

Internet

https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/6441/Indonesia+Akan+Jadi+Pemain+Ekonomi+Digital+Terbesar+di+Asia+Tenggara/0/berita_satker pada hari Kamis, tanggal 23 Juni 2016 pukul 22.00 WIB.

<https://myslawlibrary.wordpress.com/2013/06/05/kasus-lindenbaum-cohen-1919/> diakses pada hari Kamis, tanggal 23 Juni 2016 pukul 22.10 WIB.

<http://tekno.kompas.com/read/2016/04/28/13551607/Jokowi.Dunia.Sudah.Melirik.Ekonom.Digital.Indonesia> diakses pada hari Kamis, tanggal 23 Juni 2016 pukul 22.15 WIB.

[http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Digital_data_opportunities/\\$FILE/EY_Digital_data_opportunities.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Digital_data_opportunities/$FILE/EY_Digital_data_opportunities.pdf) diakses pada hari Kamis, tanggal 23 Juni 2016 pukul 22.00 WIB.

<http://www.hukumonline.com> diakses pada hari Kamis, tanggal 23 Juni 2016 pukul 22.10 WIB.

