

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia telah mencapai hasil pesatnya perkembangan teknologi hingga saat ini, yaitu dengan adanya komputer, yang akan mempengaruhi semua metode dan pola berpikir di masa depan. Komputer memberikan berbagai manfaat dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari. Kemanusiaan telah berevolusi dari negara yang sepenuhnya tradisional menjadi negara yang sangat kontemporer. Persepsi masyarakat terhadap berbagai aktivitas yang dulunya dimonopoli oleh aktivitas fisik telah bergeser akibat kemajuan teknologi digital.

Internet adalah: “organisme biologis yang kooperatif, bentuk digital dari pengalaman manusia yang dapat menerima dan melayani beragam jenis informasi dan minat dari struktur karbon hingga pacuan kuda, menurut konsepsi yang lebih luas.” Selain itu, menyediakan alat elektronik seperti perangkat lunak, musik, gambar, multimedia, video, dan teks, serta sarana berbiaya rendah panggilan jarak jauh menjadi panggilan lokal. Berbeda dengan telepon, hanya menghubungkan satu saluran pada satu waktu, internet menawarkan koneksi yang dinamis dan terbuka ke sejumlah besar individu pada saat yang bersamaan.<sup>1</sup>

Internet telah menjadi metode informasi dan komunikasi global yang sangat mendominasi sebagai akibat dari pertumbuhan arus informasi dan komunikasi global. Hampir semua perusahaan dan kantor saat ini di seluruh dunia, termasuk pers (penerbitan), telah mengadopsi internet sebagai standar mutlak yang harus dimiliki agar kontak regional dan dunia dapat terjadi setiap saat. Secara umum, peran internet adalah untuk menawarkan jaringan komunikasi yang terstandarisasi dan

---

<sup>1</sup> Laurel Brunner dan Zoran Jevtic, *Mengenal Internet For Beginners*, Mizan, Bandung, 1998, hal. 2

mendefinisikan protokol jaringan untuk berinteraksi sehingga komputer yang terhubung ke internet dapat berbagi informasi tanpa dibatasi oleh jarak, ruang, atau waktu.

Media internet yang juga disebut sebagai *electronic commerce* atau perdagangan elektronik merupakan instrumen baru bisnis dan perdagangan yang dapat menunjukkan dimensi baru periode perdagangan global saat ini dengan sistem online dimana perdagangan dunia dapat dilakukan hanya dengan menggunakan media internet. Media ini dapat digunakan untuk melakukan berbagai operasi komersial. “Bagi pihak-pihak yang ingin melakukan transaksi bisnis atau perdagangan melalui internet, internet menawarkan sejumlah manfaat, antara lain kemampuan untuk membuat segala jenis transaksi menjadi lebih mudah, lebih cepat, dan dengan jangkauan global.”<sup>2</sup>

Sebagian besar masyarakat Indonesia mungkin masih asing dengan istilah perdagangan elektronik. Frasa ini tampaknya jarang digunakan dan secara eksklusif oleh tipe individu tertentu, terutama mereka yang memiliki tingkat pendidikan dan kekayaan yang tinggi. Saat ini, tidak ada definisi secara jelas dari frasa perdagangan elektronik (*e-commerce*). Ketersediaan “definisi istilah sangat penting dari sudut pandang ilmiah untuk secara jelas mendefinisikan batas atau area pemahaman yang

---

<sup>2</sup> Richardus Eko Indrajit, *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis Di Dunia Maya*, PT.Elex Media Komputindo, Jakarta, 2001, hal.10

sesuai mengenai topik yang dihadapi. Definisi yang tepat diperlukan untuk dapat mendefinisikan semua komponen yang diperlukan yang harus ada agar kata itu ada.”<sup>3</sup>

Konsumen perorangan atau badan usaha dapat melakukan transaksi, dan tidak ada batasan khusus bagi konsumen perorangan atau organisasi usaha dalam hal pengiriman atau pembayaran. Demikian pula, barang-barang yang tersedia untuk dibeli tidak terbatas pada pelanggan individu atau bisnis. Transaksi melalui *e-commerce* dilakukan secara cepat, tanpa kontak langsung antara produsen dan pelanggan, melainkan mengandalkan jaringan komputer untuk mempelajari barang yang dijual.

Produsen yang menjual barang di internet berusaha untuk menggambarkan atau memberikan informasi yang luas tentang produk mereka sehingga calon pelanggan dapat memutuskan untuk membelinya atau tidak. Ini untuk menghindari tuduhan penipuan, menurut perusahaan. Pembeli menampilkan keinginannya untuk membeli barang yang diinginkan dengan mengakses atau mencantumkan barang pesanan yang tersedia pada kolom yang harus ditulis atau diketik secara rinci oleh pemohon, dalam hal ini pembeli. Bidang tersebut meliputi:

1. Identitas pembeli
2. Barang yang dipesan.
3. Jumlah barang yang dipesan
4. Alamat yang akan menerima barang
5. Kesanggupan pembayaran
6. Melalui kartu kredit
7. Tunai
8. Cara pengiriman barang yang diinginkan.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Ibid

<sup>4</sup> Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2005, hal. 21

Layanan media elektronik, termasuk layanan media internet, tidak menempatkan dokumen sebagai bukti transaksi yang terjadi, melainkan memanfaatkan media elektronik, sehingga sulit dibuktikan jika ada klaim dari pelanggan yang menggunakan layanan media elektronik. Pelaku dalam transaksi *e-commerce* memiliki hak harus diperhatikan oleh pelaku korporasi, dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999. (UUPK). Berikut adalah hak konsumen sebagaimana dimaksud pada Pasal 4 UUPK:

1. Kenyamanan, keamanan, dan keselamatan saat membeli atau menggunakan produk dan jasa.
2. Memilih produk dan jasa serta menerimanya dengan nilai tukar serta syarat jaminan yang diberikan.
3. Mendapatkan informasi akurat, lengkap, dan benar tentang kondisi dan jaminan produk dan/atau jasa.
4. Mengungkapkan pikiran kekhawatirannya tentang barang dan jasa diterimanya.
5. Advokasi, perlindungan, dan penyelesaian yang efektif dari masalah perlindungan konsumen.
6. Konseling dan edukasi konsumen.
7. Memperlakukan atau melayani secara adil dan tidak diskriminatif.
8. Ganti rugi, dan penggantian produk maupun jasa diperoleh tidak sesuai perjanjian.
9. Diatur oleh peraturan perundang-undangan lainnya.

Perlindungan pelanggan dalam *e-commerce* merupakan pertimbangan penting karena beberapa aspek unik ditempatkan konsumen di posisi rentan atau bahkan merugikan, seperti:

1. Perusahaan Internet (pedagang Internet) tidak mempunyai alamat di wilayah tertentu, membuat sulitnya pelanggan untuk mengirim kembali pesannya tidak sesuai;
2. Sulit bagi pelanggan untuk menjamin layanan atau perbaikan lanjutan lokal;

3. Produk yang dibeli oleh pelanggan mungkin tidak sesuai dengan syarat lokal.<sup>5</sup>

Konsumen dapat menghadapi masalah hukum berkaitan dengan sistem pembayaran, kontrak, dan perlindungan data konsumen tertentu yang diberikan perusahaan sebagai akibat dari fitur *e-commerce*, karena *e-commerce* bekerja lintas batas, peraturan perlindungan konsumen. “Pembelian dan penjualan yang curang, masalah keberadaan para pihak, penyalahgunaan wewenang, integritas informasi, pengakuan saat mengirim dan menerima, dan masalah lain muncul saat membeli dan menjual barang melalui internet.”<sup>6</sup>

Hal ini menyebabkan tesis ini diajukan dengan judul, “Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik.”

## 1.2 Rumusan Masalah

Dasar latar belakang yang dikemukakan sebelumnya, rumusan masalah yang diangkat penelitian ini adalah:

1. Adakah perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi elektronik (*e-commerce*)?

---

<sup>5</sup> Atip Latifulhayat, *Cyber Law dan Urgensinya Bagi Indonesia*, Makalah disampaikan pada seminar tentang “Cyber Law” yang diselenggarakan oleh Yayasan Cipta Bangsa di Bandung pada 26 Juli 2000

<sup>6</sup> Sjamsul Arifin, *Peran Hukum Menghadapi Kejahatan Elektronik Bidang Perbankan*, dalam <http://www.untag-sby.ac.id>.

2. Adakah kendala yang dihadapi dalam perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi elektronik (*e-commerce*)?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang hendak terbagi menjadi dua, meliputi:

#### **1.3.1 Tujuan Akademis**

1. Menjadi syarat kelulusan menempuh Program Studi Magister Ilmu Hukum di Universitas Pelita Harapan.
2. Melatih dan mengembangkan kreatifitas berpikir gagasan ilmiah dan praktis sesuai spesialisasinya secara sistematis dan ilmiah.

#### **2.3.1 Tujuan Praktis**

1. Untuk mengetahui dan mengkaji perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi elektronik (*e-commerce*)
2. Untuk mengetahui dan mengkaji kendala dihadapi dalam perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi elektronik (*e-commerce*).

### **1.4 Metodologi Penelitian**

#### **1.4.1 Tipe Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penulisan tesis penelitian yuridis normatif. Penelitian normatif adalah penulisan menggunakan bahan atau data sekunder. Penelitian yuridis normatif, bahan pustaka berupa data dasar yang dalam

penelitian digolongkan sebagai data sekunder. Data sekunder dapat mencakup bahan hukum primer, sekunder dan tersier.<sup>4</sup>

#### 1.4.2 Pendekatan Masalah

Penelitian ini pendekatan masalah dilakukan *statues approach*. Sebuah penelitian normatif, pendekatan perundang-undangan diperlukan dijadikan pembahasan utama peraturan hukum yang berlaku, pendekatan perundang-undangan lebih baik dilengkapi dengan pendekatan lainnya agar terdapat pula pertimbangan hukum lainnya mendapatkan jawaban yang tepat permasalahan yang dijadikan pembahasan.<sup>5</sup>

Metode penelitian deskriptif bertujuan membuat deskriptif, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta, sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Metode ini mempelajari norma atau standar-standar. Selain itu, penelitian ini disebut sebagai *survey* normatif. Dijangkau pada penelitian deskriptif adalah waktu sekarang atau sekurang-kurangnya jangka waktu yang masih terjangkau dalam ingatan responden. Menggunakan metode ini akan terlihat gambaran permasalahan dalam penelitian dengan pengumpulan data-data yang terkait serta menggunakan studi kepustakaan.

---

<sup>4</sup>Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2001, hal. 73.

<sup>5</sup> Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2019, hal. 33

### 1.4.3 Sumber Penelitian Hukum

Dalam pengumpulan data dibutuhkan untuk analisa dan menjawab masalah hukum yang telah teridentifikasi, maka penulis menggunakan metode studi pustakaan (*library studi*). Kepustakaan akan melakukan cara mencari data yang berhubungan dengan penulisan berupa teori-teori dan perumusan yang telah ada dan berlaku, buku-buku, jurnal dan bahan pustaka lainnya.

Dalam penelitian ini, pengumpulan data digunakan penulis adalah menggunakan teknik studi kepustakaan guna pengumpulan sekunder. Data sekunder adalah data diperoleh dari bahan pustaka. Dalam penelitian hukum, teknik pengumpulan data mencakup:

1. Bahan primer, terdiri dari:
  - a. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata);
  - b. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
  - c. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
  - d. Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 mengenai Perdagangan
2. Bahan sekunder, terdiri dari:

Penjelasan dan petunjuk mengenai bahan primer, terdiri dari: berbagai literatur atau buku, berbagai seminar, lokakarya, simposium dan penelitian, jurnal, artikel berkaitan permasalahan dalam penelitian.



#### **1.4.4 Langkah Penelitian**

##### **1. Langkah Pengumpulan Bahan Hukum**

Bahan hukum melakukan studi pustaka dengan inventarisasi, klasifikasi, dan sistematisasi. Inventarisasi dilakukan pengumpulan bahan terkait transaksi elektronik. Bahan hukum tersebut diklasifikasikan secara memilah-milah sesuai rumusan masalah, untuk memudahkan dalam memahami bahan tersebut, dan disusun secara sistematis.

##### **2. Langkah Analisis**

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian yuridis normative maka metode ini menggunakan metode deduktif. Metode deduktif adalah analisis dari kesimpulan atau generalisasi yang diuraikan menjadi kongkrit atau fakta untuk menjelaskan kesimpulan atau generalisasi tersebut. Berawal dari sifat umum, peraturan perundang-undangan, doktrin, serta teori literatur. Bahan hukum yang diterapkan sesuai rumusan masalah menghasilkan jawaban. Untuk mendapatkan jawaban sah menggunakan penafsiran otentik dan sistematis. Penafsiran otentik adalah pasti mengenai arti kata yang ditentukan dalam peraturan undang - undang. Pengertian penafsiran sistematis adalah memperlihatkan atau memperhatikan susunan pasal yang berhubungan dengan pasal lainnya ada di dalam undang-undang atau pasal lain atau UU yang berhubungan dengan masalah yang sama.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> R Soeroso, Pengantar Ilmu Hukum, Sinar Grafika, Jakarta, 1996, hal. 107.

## **1.5 Pertanggungjawaban Sistemika**

Thesis ini berjudul “Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik” terdiri dari beberapa bab, dimana pada tiap bab terbagi lagi dalam sub bab membahas mengenai perlindungan hukum konsumen terhadap transaksi jual beli melalui media elektronik.

### **BAB I Pendahuluan**

Bab ini merupakan awal penulisan dengan mengemukakan latar belakang perihal perlindungan hukum bagi konsumen *e-commerce* yang belum memadai dan perlu dicarikan penyempurnaan. Kemudian dilanjutkan dengan rumusan masalah, tujuan penelitian, dan tipe penelitian yang digunakan yakni penelitian yuridis normatif yang dilakukan melalui studi pustaka.

**BAB II Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi elektronik *E-Commerce*.** Bab ini terbagi menjadi 3 sub bab:

**BAB II.1. Pengertian *e-commerce* dan pengertian perlindungan konsumen menurut UU ITE.** Sub bab ini mengemukakan pengertian *e-commerce* sebagaimana diatur dalam hukum positifnya yang melibatkan penjualan dan pembeli.

**BAB II. 2. Hak dan kewajiban konsumen serta penjual atau pengusaha dalam melakukan *e-commerce*.** Bab ini mengemukakan hak – hak dan kewajiban bagi konsumen maupun pengusaha beserta larangan bagi pengusaha yang merupakan perlindungan hukum bagi konsumen.

**BAB II.3. Analisis perlindungan hukum bagi konsumen dalam *e-commerce* UU Konsumen.** Bab ini membahas keberadaan perlindungan hukum sebagaimana diutarakan dalam hak, kewajiban dan larangan tersebut diatas.

**BAB III Upaya Perlindungan Hukum terhadap Konsumen terkait kendala yang dihadapi.** Bab ini terbagi dalam 2 sub bab :

**BAB III. 1. Penerapan perlindungan hukum bagi konsumen *e-commerce*.** Bab ini mengemukakan aplikasi dalam praktik perlindungan hukum bagi konsumen apabila terjadi pelanggaran atau larangan yang dilakukan pengusaha.

**BAB III. 2. Analisis kendala – kendala yang dihadapi.** Bab ini membahas kendala yang dihadapi dalam penerapan perlindungan konsumen *e-commerce* dalam praktik.

#### **BAB IV Penutup**

Dalam bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan jawaban permasalahan dikemukakan di atas. Saran merupakan rekomendasi atau preskripsi dalam penanganan kasus sejenis di masa yang akan datang.

## BAB II

### PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ELEKTRONIK *E-COMMERCE*

#### II. 1 Pengertian *E-Commerce* dan pengertian perlindungan konsumen Menurut UU ITE

Menurut Kotler & Amstrong *E-commerce* adalah “saluran online yang dapat dijangkau melalui komputer, digunakan oleh pebisnis dalam melakukan aktifitas bisnisnya dan digunakan konsumen untuk mendapatkan informasi menggunakan bantuan komputer diawali dengan memberi jasa informasi pada konsumen dalam penentuan pilihan.”<sup>7</sup> Menurut Wong *e-commerce* adalah “jual beli dan memasarkan barang serta jasa melalui sistem elektronik, seperti radio, televisi dan jaringan komputer atau internet.”<sup>8</sup>

Pada pendapat, saran tersebut diatas maka *e-commerce* adalah seperangkat teknologi, aplikasi, dan bisnis dinamis yang menghubungkan bisnis dan konsumen serta komunitas tertentu di mana barang dipertukarkan antara pengecer dan konsumen komoditas skala besar lainnya dan transaksi elektronik, dan proses di mana pengecer mengirim barang melalui pengangkutan dari suatu daerah sampai kepada konsumen dan terjalin hubungan yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak. Menurut Kotler terdapat empat jenis *e-commerce* berdasarkan karakteristiknya:<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih. Bahasa. Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit. Prenhalindo

<sup>8</sup> Wong, Jony. 2010. Internet Marketing for Beginners Jakarta: Elex Media. Komputindo.

<sup>9</sup> Amstrong, Gary & Philip, Kotler. Op. Cit.

1. *Business to business (B2B)*

- a. Mitra bisnis mengenal satu sama lain dan menjalin hubungan bisnis yang lama.
- b. Pertukaran data belangsung berulang dan telah disepakati bersama.
- c. Model yang umum digunakan adalah *peer to peer*, dimana processing intelligence dapat didistribusi oleh pelaku bisnis.

2. *Business to consumer (B2C)*

- a. Terbuka umum dimana informasi dapat disebarkan untuk umum juga.
- b. Servis digunakan untuk umum sehingga dapat digunakan oleh banyak orang.
- c. Servis digunakan berdasarkan permintaan, sehingga produsen mampu merespon dengan baik permintaan konsumen.
- d. Sistem pendekatan adalah client-server.

Menurut pasal 1 ayat 2 UU ITE, transaksi elektronik, yaitu:

“Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.”

Dalam pasal 3 UU ITE dijelaskan bahwa:

“Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan berdasarkan asas kepastian hukum, manfaat, kehati-hatian, iktikad baik, dan kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi.”

Pada pasal 4 UU ITE tujuan pemanfaatan teknologi dan informasi elektronik,

yaitu:

“Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan dengan tujuan untuk:

- a) Mencerdaskan kehidupan bangsa sebagai bagian dari masyarakat informasi dunia;
- b) Mengembangkan perdagangan dan perekonomian nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat.”

Selanjutnya, peraturan mengenai Transaksi Elektronik di atur dalam Pasal 17 sampai dengan Pasal 2 UU ITE. Dalam Pasal 17 UU ITE dijelaskan bahwa:

- 1) Penyelenggaraan Transaksi Elektronik dapat dilakukan dalam lingkup public ataupun privat.
- 2) Para pihak yang melakukan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib beritikad baik dalam melakukan interaksi dan/atau pertukaran Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik selama transaksi berlangsung.
- 3) Ketentuan lebih lanjut mengenai penyelenggaraan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Dalam pasal 21 UU ITE dijelaskan bahwa:

- 1) Pengirim atau Penerima dapat melakukan Transaksi Elektronik sendiri, melalui pihak yang dikuasakan olehnya, atau melalui Agen Elektronik.
- 2) Pihak yang bertanggung jawab atas segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur sebagai berikut:
  - a. Jika dilakukan sendiri, segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik menjadi tanggung jawab para pihak yang bertransaksi;
  - b. Jika dilakukan melalui pemberian kuasa, segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik menjadi tanggung jawab pemberi kuasa; atau
  - c. Jika dilakukan melalui Agen Elektronik, segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik menjadi tanggung jawab penyelenggara Agen Elektronik.
- 3) Jika kerugian Transaksi Elektronik disebabkan gagal beroperasinya Agen Elektronik akibat tindakan pihak ketiga secara langsung terhadap Sistem Elektronik, segala akibat hukum menjadi tanggung jawab penyelenggara Agen Elektronik

- 4) Jika kerugian Transaksi Elektronik disebabkan gagal beroperasinya Agen Elektronik akibat kelalaian pihak pengguna jasa layanan, segala akibat hukum menjadi tanggung jawab pengguna jasa layanan.
- 5) Ketentuan sebagaimana dimana pada ayat (2) tidak berlaku dalam hal dapat dibuktikan terjadinya, keadaan memaksa, kesalahan, dari/atau kelalaian pihak pengguna Sistem Elektronik.

Dalam UU ITE juga diatur mengenai penyelesaian sengketa yaitu terdapat dalam Pasal 18 ayat (4) dan (5) pada prinsipnya telah menyebutkan perihal forum dalam penyelesaian sengketa yakni:

- 4) Para pihak memiliki kewenangan untuk menetapkan forum pengadilan, arbitrase, atau Lembaga penyelesaian sengketa yang mungkin timbul dari Transaksi Elektronik internasional yang dibuatnya.
- 5) Jika para pihak tidak melakukannya pilihan forum sebagaimana dimaksud pada ayat (4), penetapan kewenangan pengadilan, arbitrase, atau Lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya yang berwenang menangani sengketa yang mungkin timbul dari transaksi tersebut, didasarkan pada asas Hukum Perdata Internasional.

Berita bohong, merupakan suatu berita yang tidak dapat dibuktikan kebenaran atau tidak sesuai dengan fakta yang sebenarnya, termasuk pula menceritakan secara tidak benar tentang suatu kejadian. Pasal 28 ayat (1) UU ITE dijelaskan bahwa:

“Setiap Orang dengan Sengaja, dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik.”

Ketentuan mengenai sanksi pidana terdapat dalam ketentuan pidana UU ITE, yaitu Pasal 45 ayat (2) yang berbunyi:

“Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal, 28 ayat (1) atau ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).”

## **II.2 Hak dan Kewajiban Konsumen serta Penjual atau Pengusaha dalam melakukan *e-commerce***

### **II.2.1 Hak dan Kewajiban Konsumen**

#### **a. Hak Konsumen**

Dalam pengertian hukum, umumnya yang dimaksud dengan hak adalah “kepentingan hukum yang dilindungi hukum. Kepentingan sendiri berarti tuntutan diharapkan untuk dipenuhi. Kemudian dikatakan bahwa hak adalah suatu tuntutan yang pemenuhannya dilindungi oleh hukum.”<sup>10</sup>

Menurut Pasal 4 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, hak konsumen adalah:

- (a) Hak atas nyaman, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/ atau jasa;
- (b) Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/ atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- (c) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa;
- (d) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/ atau jasa yang digunakan;
- (e) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- (f) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- (g) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- (h) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/ atau penggantian, apabila barang dan/ atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- (i) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangundangan lainnya.

---

<sup>10</sup> Sudikno Mertokusumo, 2005, Mengenal Hukum: Suatu Pengantar, Yogyakarta, Liberty, hal. 40



## **b. Kewajiban Konsumen**

Menurut Pasal 5 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, kewajiban konsumen adalah:

- (a) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan;
- (b) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- (c) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- (d) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

## **II.2.2 Hak dan Kewajiban Pengusaha**

### **a. Hak Pengusaha**

Adapun pengusaha atau pengusaha menurut Pasal 1 angka 3 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pelaku usaha adalah “perorangan atau badan usaha, berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.” Hak penjual transaksi jual beli adalah:

- (a) hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- (b) hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- (c) hak Melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;

- (d) hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- (e) hak – hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

#### **b. Kewajiban Pengusaha**

Pasal 7 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999

tentang Perlindungan Konsumen, kewajiban pelaku usaha adalah:

- 1) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan 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 diperdagangkan;
- 6) Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian.

### **II.3 Perlindungan Hukum Konsumen *E-Commerce* dalam UU Konsumen**

Hukum konsumen diartikan sebagai “keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah mengatur hubungan dan permasalahan penyediaan dan penggunaan barang dan/atau jasa penyedia dan penggunaannya dalam kehidupan bermasyarakat. Hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas dan kaidah mengatur dan melindungi

konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan barang dan/atau jasa konsumen antara penyedia dan penggunanya dalam kehidupan.”<sup>11</sup>

Memperhatikan Pasal 9 UUPK pada intinya dijelaskan bahwa: “Larangan tertuju pada perilaku pelaku usaha, menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa, secara tidak benar dan/atau seolah barang tersebut telah memenuhi standar mutu tertentu; memiliki potongan harga; keadaan baik atau baru; telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor; tidak cacat tersembunyi atau seolah dari wilayah tertentu. Demikian pula “perilaku” menawarkan, mempromosikan, mengiklankan barang dan/atau jasa menggunakan kata-kata yang berlebihan dan menawarkan sesuatu yang janji belum pasti. Bahwa pelanggaran atau larangan tersebut membawa perbuatan itu dikualifikasikan sebagai perbuatan melawan hukum.”<sup>12</sup>

Melindungi konsumen secara hukum dari iklan yang menyesatkan dalam UUPK, terutama melalui ketentuan Pasal 4 hingga Pasal 7 mengenai hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha. Dalam upaya UUPK melindungi pembeli, terdapatnya aturan mengenai larangan bagi pelaku usaha yang mengiklankan produknya larangan-larangan tersebut dapat dilihat dalam pasal - pasal.

Dalam pasal 8 UUPK dijelaskan bahwa:

- (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 perundangundangan;

---

<sup>11</sup> Az Nasution. Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar. Jakarta: Diadit Media, 2002. hal. 37.

<sup>12</sup> Ahmadi Mirun dan Sutarman Yodo. Hukum Perlindungan Konsumen, ctk Ke-8, Jakarta:Raja Grafindo Persada, 2014. hal. 90-91

- 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 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;
  - e. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
  - f. tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
  - g. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
  - h. 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;
  - i. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- (2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
- (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.
- (4) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Sesuai dengan UUPK, perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha telah diatur dalam Pasal 8. Ketentuan perbuatan yang dilarang sebagai seorang pelaku usaha telah dijelaskan. Dengan adanya ini, maka UUPK ini telah melindungi konsumen dari pelaku usaha yang beritikad buruk.

Dalam pasal 9 UUPK dijelaskan bahwa:

- (1) Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklan-kan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah:
  - a. barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;
  - b. barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;
  - c. barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesori tertentu;
  - d. barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;
  - e. barang dan/atau jasa tersebut tersedia;
  - f. barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;
  - g. barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
  - h. barang tersebut berasal dari daerah tertentu;
  - i. secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain; j. menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap;
  - j. menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.
- (2) Barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilarang untuk diperdagangkan.
- (3) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ayat (1) dilarang melanjutkan penawaran, promosi, dan pengiklanan barang dan/atau jasa tersebut.

Dalam pasal 10 UUPK dijelaskan bahwa:

Pengusaha menawarkan barang dan/atau jasa ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:

- a. harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
- b. kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
- c. kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
- d. tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
- k. bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Dari Pasal – Pasal tersebut, secara garis besar menjelaskan mengenai larangan – larangan bagi pelaku usaha dalam hal periklanan, Pasal 9 UUPK dan Pasal 10 UUPK pada prinsipnya menjelaskan mengenai larangan bagi pelaku usaha untuk menawarkan, mempromosikan, mengiklankan barang dan/atau jasa secara tidak benar dan berisikan mengenai pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan bagi konsumen.

Dalam pasal 11 UUPK dijelaskan bahwa:

Pelaku usaha dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang, dilarang mengelabui/menyesatkan konsumen dengan:

- a. menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah telah memenuhi standar mutu tertentu;
- b. menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi;
- c. tidak berniat untuk menjual barang yang ditawarkan melainkan dengan maksud untuk menjual barang lain;
- d. tidak menyediakan barang dalam jumlah tertentu dan/atau jumlah yang cukup dengan maksud menjual barang yang lain;
- e. tidak menyediakan jasa dalam kapasitas tertentu atau dalam jumlah cukup dengan maksud menjual jasa yang lain;
- f. menaikkan harga atau tarif barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral.

Pasal 11 mengatur tentang penjualan yang dilakukan melalui obral atau lelang.

Pasal 12 menegaskan bahwa pelaku usaha harus memiliki itikad baik dalam menjalankan usahanya.

Dalam pasal 12 UUPK dijelaskan bahwa:

“Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan, atau diiklankan.”

Dalam ketentuan Pasal 12 dan Pasal 13 ayat (1) UUPK masih berkaitan dengan larangan yang tertuju pada cara – cara penjualan yang dilakukan melalui sarana penawaran, promosi atau pengiklanan dan larangan untuk mengelabui atau menyesatkan konsumen.

Dalam pasal 13 UUPK dijelaskan bahwa:

- (1) Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana yang dijanjikannya.
- (2) Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan obat, obat tradisional, suplemen makanan, alat kesehatan, dan jasa pelayanan kesehatan dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain.

Pelaku usaha dalam menawarkan produknya ke pasaran, dilarang untuk mengingkari untuk memberikan hadiah melalui undian berhadiah. Kemudian melakukan pengumuman di media massa terhadap hasil pengundian agar masyarakat mengetahui hasil dari pengundian berhadiah tersebut, hal ini diatur dalam pasal 14 UUPK dijelaskan bahwa:

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah melalui cara undian, dilarang untuk:

- a. tidak melakukan penarikan hadiah setelah batas waktu yang dijanjikan;
- b. mengumumkan hasilnya tidak melalui media masa;
- c. memberikan hadiah tidak sesuai dengan yang dijanjikan;
- d. mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan.

Dalam memasarkan produknya, pelaku usaha dilarang untuk melakukan cara – cara penjualan dengan cara tidak benar dapat mengganggu secara fisik maupun psikis konsumen. Hal ini diatur dalam ketentuan pasal 15 UUPK dijelaskan bahwa:

“Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa dilarang melakukan dengan cara pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan baik fisik maupun psikis terhadap konsumen.”

Dalam pasal 16 UUPK dijelaskan bahwa Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa melalui pesanan dilarang untuk:

- a. tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan;
- b. tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi.

Dalam pasal 17 UUPK dijelaskan:

- (1) Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang:
  - a. mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa;
  - b. mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa;
  - c. memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa;
  - d. tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa;
  - e. mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan;
  - f. melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.
- (2) Pelaku usaha periklanan dilarang melanjutkan peredaran iklan yang telah melanggar ketentuan pada ayat (1).

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kata dasar mempunyai makna yaitu dasar, dasar cita-cita atau hukum dasar. Pada Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menjelaskan ada 5 asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu:



- 1) Asas Manfaat, untuk mengdeligasikan segala upaya perlindungan konsumen diselenggarakan sesuai dengan memberikan sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pengusaha secara keseluruhan.
- 2) Asas Keadilan, dimaksudkan agar masyarakat yang berpartisipasi dapat mewujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pengusaha agar memperoleh hak dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
- 3) Asas Keseimbangan, bermaksud meberikan keseimbangan antara kepentingan bagi konsumen, pengusaha, dan pemerintah dalam arti materiil maupun spiritual.
- 4) Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen, bermaksud memberikan jaminan keamanan dan keselamatan terhadap konsumen yang menggunakan, memakaian, dan memanfaatkan dan/atau yang mengkonsumsi atau menggunakan barang.
- 5) Asas Kepastian Hukum, bermaksud agar pengusaha maupun konsumen yang mengikuti peraturan hukum dan mendapatkan keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, selain itu negara menjamin kepastian hukum.<sup>13</sup>

Sebagaimana diketahui *e-commerce* atau transaksi elektronik menurut pasal 1 ayat 2 adalah “Perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer atau media elektronik;”

Jadi transaksi elektronik atau *e-commerce* adalah peringkatan jual beli dilakukan online atau digital dan tidak konvensional bagaimana yang diatur dalam hukum perdata. Untuk transaksi elektronik diatur dalam pasal 17 sampai dengan pasal 22 UU merupakan landasan bagi para pihak untuk bertransaksi elektronik, karena ketentuan pasal 17:

- (1) Penyelenggaraan Transaksi Elektronik dapat dilakukan dengan lingkup public, ataupun privat;
- (2) Setiap pihak melakukan kegiatan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib beritikad baik dalam berinteraksi dan/atau pertukaran Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik selama transaksi berlangsung;

---

<sup>13</sup> Happy Susanto. Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan. Jakarta:Visimedia, 2008. hal. 20-23.

(3) Ketentuan lebih lanjut mengenai penyelenggaraan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Berdasarkan ketentuan pasal 17 ayat 2 dimana para pihak yang melakukan transaksi elektronik selama transaksi berlangsung wajib memperhatikan hak dan kewajiban pelaku usaha. Penjualan beserta larangan – larangan bagi pelaku usaha sebagaimana tertuang dalam UUPK pasal 8 dengan pasal 16 UU Perlindungan Konsumen yang khusus ditujukan untuk pelaku usaha. Inilah yang dimaksud dengan kriteria beritikad baik dari pelaku usaha yang tertuang dalam pasal 4 UUPK. Disamping itu konsumen juga mempunyai kewajiban sebagaimana tertuang dalam pasal 5 UUPK diatas.

Dalam pasal 7 UU ITE disebutkan juga bahwa:

“Setiap Orang yang menyatakan hak, memperkuat hak yang telah ada, atau menolak hak Orang lain berdasarkan adanya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang ada padanya berasal dari Sistem Elektronik yang memenuhi syarat berdasarkan Peraturan Perundang – undangan.”

Transaksi elektronik atau *e-commerce* yang digunakan melalui sistem elektronik mempunyai persyaratan penting sebagaimana tertera dalam pasal 19 adalah “Para pihak yang melakukan Transaksi Elektronik harus menggunakan Sistem Elektronik yang disepakati.”

Ketentuan pasal 21 menyatakan dengan tegas adanya tanggung jawab bagi pelaku transaksi elektronik beserta dengan akibat hukumnya antara lain berupa ganti rugi pada umumnya pelanggaran yang terjadi dalam *e-commerce* yang merupakan tertuang

pada pasal 27 sampai dengan pasal 36 UU ITE. Khusus untuk perbuatan *e-commerce* umumnya sangat terkait dengan pasal 28 ayat 1 UU ITE adalah “Setiap Orang dengan sengaja, dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik.”

Atas dasar tersebut maupun pasal – pasal ada dalam UU Perlindungan Konsumen maka penyimpangan atas UU ITE maupun UU Perlindungan Konsumen oleh pelaku usaha merupakan sarana dimana konsumen telah diberikan perlindungan hukum baik secara pembayaran ganti rugi maupun dari aspek hukum pidana berupa ketentuan pidana. Seperti contoh ketentuan pasal 45 ayat 2 UU ITE adalah “Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal, 28 ayat (1) atau ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,- (satu miliar rupiah).”