



Perlindungan Hukum untuk Menjawab Kecemasan Konsumen dalam Transaksi *E-Commerce* sebagai Bentuk Kemajuan Teknologi dalam Bisnis

Dion Musthofa¹, Rani Apriani²

^{1,2}Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Singaperbangsa Karawang

Abstract

Received: 20 April 2025

Revised: 27 April 2025

Accepted: 01 Mei 2025

This research aims to explore legal protection in e-commerce, focusing on addressing consumer concerns during online transactions. The study employs a normative juridical method with a statutory approach to analyze the relevant regulations, particularly Indonesia's Consumer Protection Act and the Information and Electronic Transactions Act. By reviewing various legal sources and examining real-world cases, the study identifies key challenges faced by both consumers and businesses in e-commerce transactions, including issues of fraud, product mismatch, and inadequate consumer rights protection. The findings suggest that while Indonesian law provides a framework for protecting consumers, its enforcement remains inconsistent, leading to a lack of confidence among consumers. Furthermore, the legal protection afforded in cross-jurisdictional e-commerce transactions relies heavily on the contractual agreements between the parties involved. As a result, the study recommends stronger legal measures to ensure fair treatment and protection for consumers in Indonesia's growing e-commerce sector.

Keywords: *E-commerce, consumer protection, online transactions, legal framework, Indonesia, fraud prevention, cross-jurisdictional transactions.*

(*) Corresponding Author: dionmustofa125@gmail.com

How to Cite: Musthofa, D., & Apriani, R. (2025). Legal Protection to Address Consumer Anxiety in E-Commerce Transactions as a Form of Technological Advancement in Business. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(5.C), 43-54. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/10365>.

PENDAHULUAN

Teknologi sudah menjadi suatu standar kebutuhan hidup bagi sebagian mayoritas manusia untuk menunggangi kehidupannya dalam segala aspek agar menjadi lebih mudah dan efektif (Meria Utama, 2012). Hal tersebut disebabkan karena perkembangan teknologi yang cepat dan pesat sehingga dapat mempermudah segala bidang kehidupan terutama dalam ekonomi yakni perdagangan, dimana zaman sekarang untuk melakukan jual beli atau berdagang bisa tidak terbatas dengan ruang dan waktu lewat sebuah platform online atau “*Online Shopping*” dimana mekanisme ini disebut perdagangan online atau “*E-Commerce*” (Miguel-Ángel Galindo Martín dkk., 2008)

Terdapat 4 (empat) unsur yang berada dalam ekosistem *e-commerce* khususnya saat terjadinya transaksi *online* yakni Mediana berupa platform seperti *took/marketplace*; para pihak yakni penjual dan pembeli; sistem pembayaran/*payment gateway*; sistem pengiriman produk/*delivery sevice*. Unsur-unsur tersebut juga tidak terlepas dari adanya perkembangan teknologi sehingga semua dalam mekanisme perdagangan yang sebelumnya adalah konvensional menjadi modernisasi yang ditandai dengan tidak mengharuskan antara pihak pembeli dan penjual maupun dengan obyek perdagangannya tidak memerlukan waktu dan tempat secara langsung untuk memulai transaksi (Santoso, 2021)

Disamping dari adanya kemudahan yang ditawarkan *e-commerce* nyatanya terdapat efek negatif yang ditimbulkan khususnya bagi konsumen dalam *e-commerce* yaitu seperti ketidaksesuaian suatu barang yang di jelaskan dalam pilihan produk dengan apa yang didapatkan oleh kosumen, lain hal yang menjadi suatu negatif bagi konsumen adalah terjadinya suatu penipuan yang memiliki berbagai metode, ada juga mekanisme yang gagal sehingga uang sudah terkirim namun barang tidak diterima oleh pembeli pada waktu yang sudah ditentukan sehingga hal tersebut menjadi pertanyaan bagaimana kerugian yang dialami konsumen tersebut dipertanggung jawabkan dan siapa yang memiliki hak untuk bertanggung jawab. Dengan adanya konekuensi tersebut tentunya telah memberikan gambaran negatif yang sangat mengerikan bagi pihak konsumen diluar dari kemudahan mencari dan mendapatkan barang yang di inginkan dan cenderung pihak konsumen tidak mendapati posisi yang proporsioal dengan penjual terkait dengan hak-haknya itu (Barkatullah & Djumadi, 2018).

Efek negatif yang berpotensi menyerang konsumen itu telah memberikan kecemasan bagi para pihak terhadap ekosistem *e-commerce* di Indonesia, sehingga secara langsung telah membuat perhatian hukum memberikan jawabanya lewat di terbitkannya Undang-Undanag Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan (Undang-Undang tersebut akan disingkat menjadi UU PK dalam penelitian ini) Konsumen berguna untuk mengkomodir permasalahan-permasalahan yang timbul dalam dunia *e-commerce* serta lebih luas lagi mencakup aspek perdagangan dan aspek persaingan usaha. Akan tetapi, UU PK dianggap belum serius membenahi permasalahan yang ada dalam perdagangan *online* atau *e-commerce* sehingga sumber hukum lain diberikan lewat Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Teknologi (yang seterusnya Undang-Undang tersebut disingkat menjadi UU ITE dalam penelitian ini). Dengan hadirnya sumber-sumber hukum tersebut yang dianggap dapat membereskan efek-efek negatif yang ada dalam *e-commerce* namun pada faktanya dampak negatif tersebut belum juga dapat di bereskan maka penelitian ini tertarik untuk memberikan deskripsi terhadap perlindungan yang seharusnya di berikan kepada konsumen dari adanya sumber hukum sampai dengan resolusi dari permasalahan yang ada.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berdasarkan metode penelitian yuridis normatif dengan menggunakan pendekatan *statue approach* atau studi perundang-undangan sehingga penelitian ini ber-spesifikasi deskriptif analitik. Yuridis normatif akan berfungsi memberikan penjelasan terkait hukum yang dianggap sebagai norma sehingga membutuhkan pendekatan hukum yang berlaku sehingga penelitian akan lebih deskriptif yang nantinya bisa memberikan penjelasan secara akurat terkait topik permasalahan dengan hukum yang ada (S dkk., 2024). Secara otomatis dari penggunaan metode penelitian tersebut maka jenis penelitiannya adalah kualitatif sehingga tipe sumber bahan hukumnya berjenis sekunder yang terdiri dari dokumen atau literatur dan terbagi menjadi 3 (tiga) sub-bab jenis sumber bahan hukum sekunder yakni primer; sekunder; dan tersier (Pratama & Apriani, 2023)

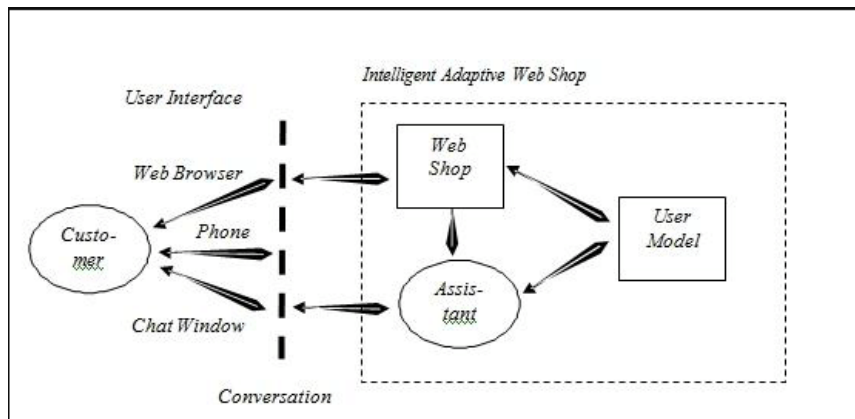
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Dinamika Ekosistem *E-Commerce* secara Global di Indonesia

E-commerce di artikan sebagai sebuah aktifitas yang berkaitan dengan perdagangan dari segi penawaran, pemasaran, penjualan, pembelian, negosiasi dan lain sebagainya tidak berbeda dengan dunia perdagangan secara konvensional yang membedakan hanya saja *e-commerce* di lakukan secara elektronik (Bramantyo & Rahman, 2019). *E-commerce* yang dijalankan secara elektronik ini secara sederhana lewat internet sangat jauh berbeda dengan konvensional yang jika dalam konvensional penjual dan pembeli bertemu dan saling melihat langsung produk-produknya tersebut namun dalam *e-commerce* tersebut hal-hal tadi bukanlah suatu hal yang bisa dilakukan.

Selain itu juga, karena mudahnya akses internet di belahan dunia telah menciptakan bidang *e-commerce* sangat luas dan banyak sehingga tempat media platform untuk memulai *e-commerce* tidak terbatas dan tidak monoton contohnya ada Marketplace dari Facebook, terdapat Shopee dari PT. Shopee, ada juga Tokopedia dari PT. Tokopedia, ada juga untuk skala Internasional Amazon.com, Alibaba.com, dan lain sebagainya. Di antara platform-platform yang disampaikan tersebut pada dasarnya mereka menggunakan sistem informasi yang dijalankan menggunakan suatu program seperti yang diterangkan lewat gambar berikut ini:



Gambar 1. Struktur Web untuk *E-Commerce*

Penjelasan Gambar 1		
Setelah <i>Conversation</i>		
Nama Bagian	Deskripsi	Komponen
Antarmuka Pengguna (<i>User Interface</i>)/UI	Bagian untuk pengguna bisa berinteraksi dengan sistem <i>e-commerce</i> . UI biasanya berupa situs web yang dirancang dengan navigasi yang intuitif untuk memudahkan pengguna dalam mencari produk, melakukan	Halaman produk, halaman checkout, formulir pendaftaran, dan fitur pencarian.

	pembelian, dan mengakses layanan lainnya.	
<i>Sebelum Conversation</i>		
Aplikasi (<i>Application Layer</i>)	Bagian yang menangani logika bisnis dan proses yang mendukung fungsi <i>e-commerce</i> . Ini termasuk pengelolaan transaksi, pengolahan pesanan, dan implementasi logika penjualan.	Sistem manajemen konten (CMS), modul pengelolaan pesanan, dan modul pembayaran.
Basis Data (<i>Database Layer</i>)	Bagian yang bertanggung jawab untuk penyimpanan dan pengelolaan data yang diperlukan oleh sistem. Ini mencakup informasi tentang produk, pelanggan, pesanan, dan transaksi.	Basis data relasional atau non-relasional yang menyimpan data produk, informasi pelanggan, dan catatan transaksi.
Infrastruktur (<i>Infrastructure Layer</i>)	Bagian yang mendukung pengoperasian sistem <i>e-commerce</i> secara keseluruhan. Ini termasuk server web, server aplikasi, dan server basis data, serta jaringan yang menghubungkan semuanya.	Server, jaringan, penyimpanan data, dan perangkat keras yang mendukung pengoperasian situs <i>e-commerce</i> .
Keamanan dan Perlindungan Data (<i>Security and Data Protection</i>)	Dalam <i>e-commerce</i> , menjaga keamanan data pelanggan dan transaksi adalah krusial. Bagian ini mencakup berbagai mekanisme untuk melindungi data dari ancaman dan memastikan transaksi yang aman.	Enkripsi data, sistem deteksi intrusi, dan sertifikat SSL untuk keamanan transaksi.
Integrasi dan Interoperabilitas (<i>Integration and Interoperability</i>)	Sistem <i>e-commerce</i> sering perlu terintegrasi dengan sistem lain seperti sistem pembayaran, sistem pengelolaan inventaris, dan sistem pengiriman. Integrasi ini memastikan alur informasi yang lancar antara berbagai sistem.	API untuk sistem pembayaran, sistem manajemen logistik, dan sistem ERP (<i>Enterprise Resource Planning</i>).

Tabel 1. Deskripsi Struktur Web untuk *E-Commerce*

Berdasarkan Gambar 1 dan Table 1 di atas, terdapat empat cara di mana konsumen dapat berinteraksi dengan penjual di dunia e-commerce: (1) Melalui situs web; (2) Melalui browser; (3) Melalui telepon; (4) Melalui obrolan. Semua informasi yang dimiliki konsumen akan disimpan dalam model pengguna, dan data ini digunakan oleh perusahaan untuk membangun profil konsumen sebagai database. Informasi tersebut sangat bernilai bagi penjual karena memungkinkan mereka untuk meningkatkan layanan dan memenuhi kebutuhan konsumen (Åberg & Shahmehri, 2000). Selain itu juga agar suatu *e-commerce* dapat berjalan dengan baik terdapat sistem informasi yang di lakukan baik saat di tampilkan untuk konsumen maupun di balik layer saat sebelum di tampilkan kepada konsumen sehingga pada kesimpulannya untuk memberikan kenyamanan dan keamanan dalam suatu *platform online shop* terdapat mekanisme-mekanisme yang di perlukan dan di eksekusi oleh pengelola *platform online shop* itu sendiri salah satunya lewat beberapa sistem yang digunakan.

Hal ini dapat menjadi jembatan ilmu pengetahuan terkait *e-commerce* dengan hukum yang menjadi norma serta fakta empirisnya pada masyarakat, sehingga nantinya dari permasalahan teknikan seperti bagian yang sebelum di konversi tersebut dapat di pelajari dan menjadi salah satu hal kritical dalam pandangan untuk menentukan hukum itu sendiri. Walau kompleksitas yang terlihat namun bisa disimpulkan beberapa penjelasan bahwasannya sebuah mekanisme teknikal untuk dapat sebuah platform berjalan dengan baik dan dapat digunakan dengan mudah oleh konsumen berada pada bagian sebelum *conversion* dimana dalam bagian tersebut tidak semua orang memiliki pengetahuan terhadapnya, hal tersebut di karenakan pembetulan sebuah *platform* di dasari karena adanya *program or system* yang berjalan, kemudian setelah masalah teknikal tersebut sudah rampung dan selesai maka hasil dari bagian sebelum *conversion* tersebut adalah sebuah *platform* yang berisikan seperti gambar, visual, produk, fitur, dan lain sebagainya yang tentunya menjadi penggunaan bagi konsumen, sehingga bagian sebelum yang di konversi tersebut sangat mempengaruhi secara teknis bagian setelah konversi sehingga nantinya dan juga saat ini dapat terlihat UU ITE cenderung mengatur dalam bagian sebelum konversi seperti sistem informasi, program, bahasa komputer dan lain sebagainya.

Walaupun demikian, diluar mekanisme teknis tersebut terdapat beberapa faktor yang menyebabkan kekhawatiran dan keuntungan bagi para konsumen, yakni:

Keuntungan dalam menggunakan Platform berbelanja	
E-Commerce	Konvensional
Cepat dalam transaksi	Lama dalam transaksi
Luas dalam memilih penyedia Jasa/Barang	Tidak Luas dalam memilih penyedia Jasa/Barang
Banyak pilihan informasi barang	Informasi barang cenderung sulit ditemukan
Adanya fitur ulasan untuk penggunaan barang dan/atau jasa atau bagi penyediannya	Ulasan cenderung sulit ditemukan

Harga fleksibel	Harga cenderung sulit ditentukan
Tidak dapat bertemu barang dan/atau jasa atau dengan penyedia secara langsung sehingga harus sangat berhati-hati dalam menilainya	Barang dan/atau jasa serta penyediaanya dapat ditemukan sehingga sangat mudah menilainya

Tabel 2. Keuntungan dan Kerugian bila Menggunakan *E-Commerce*

Dari tabel tersebut, dapat diketahui bahwa kemudahan dalam mengakses informasi dan transaksi yang lebih efisien adalah keuntungan utama bagi konsumen menggunakan *e-commerce*. Hal ini membuat bisnis elektronik menarik bagi konsumen karena mempermudah proses transaksi, sehingga konsumen tidak perlu menghabiskan banyak energi untuk bertemu penjual secara langsung untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan. Namun, tabel penggunaan *e-commerce* menunjukkan bahwa seringkali konsumen dirugikan oleh masalah keamanan. Ini terjadi karena konsumen mungkin tidak mengenal penjual atau belum bertemu langsung dengan mereka, sehingga menimbulkan kekhawatiran mengenai keamanan saat bertransaksi dengan penjual yang belum dikenal.

Konsumen menghadapi beberapa masalah dan tantangan dalam transaksi *e-commerce*, yaitu:

- 1) Masalah keamanan yang terus menjadi isu utama. Konsumen sering kali khawatir tentang potensi penipuan dan transaksi palsu yang masih terjadi di *e-commerce*.
- 2) Sering terjadi ketidaksesuaian antara produk yang dijual dan produk yang diterima oleh konsumen. Masalah ini masih sering muncul dan menjadi tantangan bagi konsumen.
- 3) Kelancaran transaksi bergantung pada dukungan dari sektor perbankan. Konsumen memerlukan layanan perbankan untuk transaksi *e-commerce*, sehingga hal ini sangat tergantung pada kualitas layanan perbankan.

Adapun kerangka hukum yang relevan untuk melindungi konsumen meliputi: penegakan hukum yang efektif oleh pemerintah; negara melalui lembaga terkait harus melakukan pengawasan ketat terhadap pelaku usaha di *e-commerce*; penyediaan mekanisme penyelesaian sengketa yang baik, tepat, dan efisien khusus untuk kasus-kasus *e-commerce*.

Tujuan Hukum terhadap Hak-Hak Konsumen dalam Kegiatan Transaksi di E-Commerce

Tujuan hukum itu sendiri dikatakan sebuah cita-cita kenapa hukum itu ada dan di butuhkan, salah satu dari wujud tujuan atau cita hukum itu sendiri adalah memberikan kepastian serta perlindungan hukum bagi semua subyek hukum atau masyarakat tanpa terkecuali sehingga dari adanya kepastian hukum atau perlindungan hukum itu dapat menciptakan suatu keadilan, kesejahteraan dan kemaslahatan yang baik bagi semua kalangan masyarakat tanpa memandang secara obyektif saja.

Adanya UU PK dan UU ITE menandakan bahwasannya hukum dipandang sebagai norma akan tetapi bukan dari segi formalnya keberadaan hukum itu bisa menjadi norma, namun dilihat dari segi substansial pada suatu peraturan tersebutlah dapat di bicarakan bahwa hukum itu menjadi norma yang berlaku di masyarakat. Hal ini dapat terlihat dengan adanya Undang-Undang Dasar, Ketetapan MPR, Undang-Undang, Peraturan Pemerintah, Peraturan Presiden, Peraturan Kementrian,

Peraturan Daerah baik dalam tingkat Provinsi, Kota atau Kabupaten yang tersirat menjadi syarat penting bagi kehidupan bermasyarakat yang memberikan pandangan bahwasannya hukum itu adalah norma (Rianto Adi, 2012).

Kemudian, dengan adanya hukum itu sendiri tentunya telah melahirkan secara otomatis sebuah perlindungan khususnya untuk Konsumen dalam UU PK, bentuk dari perlindungan hukum itu berbentuk sebuah hak yang termasuk kedalam beberapa tujuan dari hak-hak tersebut, sebagai berikut ini:

- 1) Hak untuk terhindar dari kerugian dalam transaksi, sampai penggunaan suatu barang dan/atau jasa;
- 2) Hak untuk memperoleh barang dan/atau jasa beserta dengan harga-nya yang masuk akal;
- 3) Hak untuk dapat menerima suatu pemecahan masalah yang terjadi;
- 4) Hak untuk dapat berposisi secara setara dalam tawar menawar.

Dengan adanya hak-hak tersebut dan adanya dasar hukum yang mempayungi perlindungan hukum bagi konsumen maka tentunya ada beberapa upaya guna memberikan penegakan dalam menjaga hak-hak bagi konsumen sebagai berikut:

- 1) Menciptakan sistem perlindungan hukum untuk konsumen yang dapat mencakupi unsur akses, informasi dan juga kepastian dari penegakan hukum itu sendiri;
- 2) Menjaga kualitas produk dan sistem dengan memberikan kepastian hukum yang jelas dan lebih baik lewat UU PK;
- 3) Memberikan perlindungan hukum bagi para pihak yang menerima suatu praktik bisnis negatif seperti penipuan dan penyesatan;
- 4) Membuat ekosistem yang terintegrasi dengan penyelenggara e-commerce dengan penegak hukum, pembinaan bagi semua pihak serta pengaturan yang komprehensif.

Kemudian merujuk pada UU PK terkait hak-hak konsumen serta pengimplementasian hukum itu sendiri dalam substansialnya terdapat dalam beberapa pasal, yang pertama terdapat dalam Pasal 3 disebutkan tentang perlindungan konsumen itu sendiri yang mengartikan adanya peningkatan yang dibutuhkan akan kesadaran bahaya dari transaksi dalam dunia perdagangan khususnya *e-commerce* sehingga konsumen perlu memahami hak-hak para pihak.

Lebih jelas dan khusus lagi, dalam Pasal 4 secara eksplisit telah memberikan batasan-batasan hak konsumen yakni pada kesimpulannya meliputi kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam setiap aktifitas dari awal sampai akhir suatu transaksi dan penggunaan barang/dan atau jasa yang mengindikasi bahwasannya jika terdapat suatu pelanggaran hak yang menyebabkan keamanan, kenyamanan, dan keselamatan konsumen tersebut hilang secara sebagian maupun keseluruhan maka itu dapat di tuntutan suatu upaya ganti rugi (Ridwan & Rizky, 2019). Jika di aplikasikan kedalam *e-commerce* maka semua Tindakan, perbuatan serta Teknik yang dimiliki oleh pelaku usaha dalam mencari keuntungan di dunia *e-commerce* haruslah memperhatikan keamanan, kenyamanan, dan keselamatan konsumen dari barang dan/atau jasanya yang mereka tawarkan kepada konsumen.

Perlindungan hukum yang di tunjukan untuk konsumen dalam UU PK tidak hanya sebatas dalam pemberian hak namun juga dengan memberikan batasan kepada pelaku usaha dengan memberikan poin-poin tentang kewajiban-kewajiban yang tidak boleh untuk dilanggar. Hal tersebut secara eksplisit di tuangkan kedalam

Pasal 7 UU PK dimana pasal tersebut menjelaskan apa saja yang menjadi kewajiban pelaku usaha seperti pelaku usaha wajib mempunyai itikad baik atau perlakuan yang baik dalam menghadapi konsumen atau menyiapkan produk yang akan di jualkan kepada konsumen sehingga kewajiban ini terintegrasi dengan hak konsumen yang berada pada Pasal 4 UU PK yakni keamanan, kenyamanan, dan keselamatan. Lanjut, dengan adanya kewajiban tersebut secara tidak langsung pelaku usaha harus memastikan produknya itu sendiri memiliki kualitas standar yang baik dan juga sudah menyiapkan dirinya jika terdapat resiko kerugian yang dialami oleh konsumen akibat dari penggunaan/konsumtif barang dan/atau jasa milik pelaku usaha.

Selain dengan adanya peraturan tentang pembatasan hak dan kewajiban bagi kedua belah pihak disetiap-setiap kesalahan yang di ciptakan oleh masing-masing pihak memiliki berbagai macam Langkah penyelesaian serta berbagai macam jenis pidana. Contoh yang dapat dilihat dari jenis pidana dalam perlindungan konsumen adalah terdapat pada Pasal 62 UU PK dimana pasal tersebut memberikan turunan bagi siapa saja yang melanggar Pasal 8-13 UU PK maka mendapati ancaman pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan denda Rp. 2,000,000,000 (dua miliar rupiah) sehingga Tindakan represif yang dimiliki UU PK tidak lah jauh berbeda dengan tindak pidana yang lainnya.

Penyelesaian Sengketa Konsumen sebagai Langkah Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Dunia Perdagangan

Dalam *e-commerce* khususnya pada bagian transaksi sudah tidak memiliki batasan dari segi ruang dan waktu bahkan transaksi lintas mata uang secara *online* atau *virtual* sudah sering di gunakan sehingga hal ini akan menjadi sulit dalam penegakan hukumnya mengingat setiap negara memiliki hukum yang berbeda-beda (Riswandi, 2003). Sehingga membuat sistem peradilan cukup sulit untuk di terapkan dan di nilai kurang efisien sehingga munculah konsep peradilan yang tidak lewat lembaga peradilan litigasi namun melalui lembaga peradilan non-litigasi yang lebih fleksible dan memiliki jangkauan luas bisa secara nasional maupun multi-nasional. Selain itu, jalur non-litigasi dalam menyelesaikan permasalahan-permasalahan bisnis tidak memiliki waktu yang lama seperti halnya menggunakan litigasi sehingga akan berpotensi menghambat proses bisnis masing-masing pihak yang bersengketa.

Jalur non-litigasi ini di istilahkan juga sebagai *Alternative Restorative Dispute* atau Alternatif Penyelesaian Sengketa (yang dalam penelitian ini disingkat menjadi ADR), dimana ADR itu sendiri memiliki bentuk dan jenis yang berbeda-beda tergantung kebutuhan dan kelebihannya seperti yang akan disampaikan berikut ini:

- 1) Konsultasi, pada umumnya bentuk dari ADR yang ini adalah non-formal artinya tidak melibatkan pihak ke-3 (tiga) atau *third party* dari sebuah lembaga non-litigasi yang berwenang, akan tetapi bentuk ini adalah tahapan awal yang wajib di tempuh oleh para pihak yang bersengketa;
- 2) Negosiasi, merupakan suatu bentuk dari ADR selanjutnya lanjutan dari Konsultasi. Dalam bentuk ini atau tahapan ini akan melibatkan para pihak yang memiliki sengketa sama seperti Konsultasi tanpa adanya pihak ke-3 (tiga) yang ikut campur guna menemukan solusi bagi para pihak secara mandiri, perbedaan yang mencolok antara konsultasi dan negosiasi ini adalah

untuk negosiasi ini akan di catat secara formal hasil dari kegiatan negosiasi ini dan apabila berhasil hasilnya akan di simpan untuk menghindari adanya wanprestasi, dan apabila masih tidak di temukan titik damai maka catatan negosiasi ini bisa di ajukan kepada lembaga non-litigasi;

- 3) Konsiliasi, salah satu bentuk ADR lainnya yang sama-sama untuk menyelesaikan sengketa antar pihak menggunakan pihak ke-3 (tiga) atau *third party* yakni seorang konsiliator. Konsiliator akan menjadi penengah antar pihak dan memiliki fungsi untuk hanya memberikan rekomendasi-rekomendasi dalam perselisihan yang terjadi;
- 4) Mediasi, bentuk ADR lainnya yang sama-sama bertujuan untuk menyelesaikan sengketa para pihak lewat *third party* yakni Mediator. Tidak jauh berbeda dari Konsiliator hanya saja Mediator akan cenderung obyektif menilai permasalahan dan apabila sudah diujung kegiatan mediasi maka hasilnya akan di catat untuk di serahkan ke pengadilan;
- 5) Penilaian Ahli, bentuk ADR sama seperti bentuk lainnya, yang berbeda adalah adanya suatu problematic di lapangan yang jika membutuhkan pihak paling ahli dalam bidangnya maka pilihan ini sangat lah tepat untuk para orang yang bersengketa. Tidak jauh berbeda dengan konsiliasi dan mediasi, menggunakan jasa penilaian ahli juga akan sama-sama mendapatkan catatan yang bisa di lanjutkan ke litigasi;
- 6) Arbitrase, tingakt ADR yang paling akhir dan yang paling efisien dimana menggunakan *third party* yakni Arbiter untuk membantu menyelesaikan sengketa. Sistem acaranya juga sangat khusus karena semi-litigasi sehingga ada persidangan yang wajib di lakukan oleh para pihak yang bersengketa, dan hasil akhir dari putusan arbiter ini setara dengan putusan pengadilan litigasi pada umumnya yakni bersifat *final and binding* atau bersifat akhir dan mengikat.

Diskusi

Melihat dari pembahasan hasil pada penelitian ini dapat di ketahui bahwasannya Indonesia mematuhi Hukum bukan semata-mata karena ada sanksi yang meliputinya, namun hukum menjadi norma dalam kehidupan bermasyarakat guna mencapai keadilan, ketertiban, dan kesejahteraan rakyat. Hukum itu hadir bukan semata-mata hanya untuk memberikan keadilan dan ketertiban maupun kesejahteraan dengan substansi-substansinya namun tentunya terdapat tujuan esensi dari hukum itu sendiri yakni memberikan perlindungan hukum dan kepastian hukum.

Terlepas dari nilai dan kehadiran hukum, Indonesia dengan masyarakatnya yang memiliki latar belakang beraneka ragam saat ini tengah menghadapi perkembangan global khusus dalam aspek teknologi yang menuju bersamaan dengan aspek ekonomi secara empirikalnya adalah perdagangan. Perkembangan global dalam bidang teknologi telah membawa Indonesia menghadapi era Digital khususnya dalam dunia perdagangan yang kini kerap di sebut dengan *e-commerce*.

E-commerce telah membawa perbedaan yang signifikan dalam ekosistem perekonomian dan mekanisme perdagangan secara menyeluruh pada masyarakat karena cenderung di nilai dengan adanya *e-commerce* siklus perdagangan di bawa ke arah yang lebih terbaharukan, luas, cepat dan mudah seperti yang di sampaikan pada Table 1. Namun, dalam Tabel 1 juga menunjukkan adanya potensi negatif yang

dapat merusak ekosistem *e-commerce* tersebut dan di dominasi oleh perlakuan-perlakuan negatif yang merugikan konsumen.

Sehingga dari pada hal tersebut, nampaknya pemerintah sebelumnya sudah menciptakan peraturan perundang-undangan yakni UU PK sebagai dasar perdagangan dan perlindungan bagi pihak konsumen dari bahaya-bahaya yang dapat merugikan. Kerugian yang kerap di alami konsumen memang cukup banyak namun yang paling mudah di temukan dalam kalangan masyarakat adalah adanya suatu transaksi yang tidak sesuai seperti apa yang di sampaikan pihak pelaku usaha dalam *platform e-commerce* seperti di Shopee. Hal ini menimbulkan suatu pertanyaan di mana kah letak hak yang di janjikan UU PK bagi konsumen atau memang konsumen tersebut belum memiliki kapasitas untuk memahami bahwasannya mereka sebagai konsumen memiliki hak-hak yang telah di maktubkan dalam Pasal 4 UU PK dengan tujuan dari perlindungan konsumen itu sendiri yang berada dalam Pasal 3 UU PK.

Permasalahan yang kerap timbul tersebut lebih jelasnya adalah banyaknya atau maraknya pengiriman barang yang di terima oleh konsumen akan tetapi konsumen tersebut merasa ini bukan barang yang di pesan dengan di buktikan pada sistem *platform* Shopee tersebut, namun seringkali konsumen kesulitan menemukan solusi dari permasalahannya tersebut karena cenderung nilai dari barang yang di maksud dalam permasalahan dan bagi sebagian besar permasalahan yang sama tidak memiliki nominal yang besar. Akan tetapi, hal ini melanggar konsep dasar hukum yang pada dasarnya memberikan akses ke semua individu tanpa terkecuali untuk dapat di lindungi hukum maupun mendapati fasilitas hukum seperti ganti kerugian yang tidak dapat di tergantungkan pada nominal.

Pada dasarnya kegiatan pelaku usaha tersebut telah melanggar Pasal 4 UU PK tentang Hak konsumen khusus dalam huruf (h) yakni berhak mendapatkan kompensasi atau ganti kerugian/penggantian apabila barang dan/atau jasa yang di terima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Namun, menarik kembali ke atas pada huruf (c) pihak pelaku usaha juga tidak mengindahkan hak untuk mendapatkan informasi yang jelas kepada pembeli sehingga pembeli juga memiliki kekeliruan dalam memesan barang dan merasa di tipu atau di sesatkan.

Akan tetapi dalam UU PK yang merujuk pada kerugian yang dialami konsumen akibat adanya hak yang dilanggar ini tidak memiliki poin yang jelas sehingga di nilai pemberian hukuman itu kabur dan tidak efisien untuk nilai-nilai transaksi yang kecil. Kemudian, jalur non-litigasi juga dianggap masih kurang efisien jika untuk menyelesaikan hal-hal yang di nilai transaksinya cukup kecil. Namun, merujuk pada pembedaan secara empiris terhadap pelaku usaha tersebut masih menunjukkan angka yang kecil karena tidak adanya aturan alternatif lain untuk suatu kasus tersebut.

Secara obyektif, pelaku usaha yang melakukan kesalahan dalam transaksi sehingga mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan janji di acnam dengan Pidana Penjara paling lama 5 (lima) tahun atau Pidana denda paling banyak Rp. 2,000,000,00 (dua miliar rupiah).

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa perlindungan hukum dalam transaksi jual beli online sudah diatur secara komprehensif di Indonesia melalui UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan UU No. 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Namun, penerapan perlindungan tersebut sering kali masih belum optimal, terutama dalam mengatasi masalah penipuan, ketidaksesuaian produk, dan ketidakpastian hukum dalam transaksi lintas yurisdiksi. Oleh karena itu, diperlukan upaya penegakan hukum yang lebih kuat serta penyempurnaan regulasi guna meningkatkan rasa aman bagi konsumen dan memastikan bahwa hak-hak mereka terpenuhi secara proporsional dalam ekosistem e-commerce yang terus berkembang di Indonesia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan artikel ini dengan baik. Artikel ini tidak akan terwujud tanpa dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan rasa hormat dan terima kasih yang mendalam, saya ingin menyampaikan penghargaan kepada mereka yang telah berkontribusi dalam penyelesaian artikel ini.

Pertama-tama, saya mengucapkan terima kasih yang tulus kepada orang tua saya, yang selalu memberikan dukungan moral, cinta, dan doa tiada henti selama proses penulisan ini. Mereka adalah sumber inspirasi dan kekuatan saya dalam setiap langkah yang saya ambil.

Ucapan terima kasih sebesar-besarnya saya sampaikan kepada Rani Apriani, S.E., S.H., M.H., selaku dosen pengampu mata kuliah Pengantar Hukum Bisnis saya yang telah memberikan bimbingan, saran, dan kritik yang sangat berharga dalam penyusunan artikel ini. Wawasan dan pengetahuan yang diberikan sangat membantu saya dalam memperdalam pemahaman saya mengenai perlindungan hukum dalam jual beli online.

Saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada teman-teman saya yang selalu memberikan motivasi, dukungan, dan diskusi yang membangun selama proses penulisan ini. Kehadiran mereka sangat berarti dalam menjaga semangat saya untuk menyelesaikan artikel ini.

Tidak lupa, saya ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada pegawai perpustakaan yang telah membantu saya dalam menyediakan berbagai referensi dan literatur yang relevan dan sangat membantu dalam proses penelitian saya.

Saya juga berterima kasih kepada penulis jurnal terdahulu yang telah memberikan pemikiran dan hasil penelitian yang menjadi sumber referensi penting dalam artikel ini. Karya-karya mereka telah memberikan fondasi yang kokoh bagi penelitian saya.

Akhir kata, terima kasih saya sampaikan kepada para ahli hukum yang telah berbagi pandangan dan wawasan terkait perlindungan hukum dalam e-commerce, yang sangat memperkaya perspektif saya dalam menulis artikel ini. Semua kontribusi tersebut sangat berharga dalam penyelesaian artikel ini.

Semoga artikel ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan studi hukum, khususnya terkait perlindungan hukum dalam jual beli online.

DAFTAR PUSTAKA

- Åberg, J., & Shahmehri, N. (2000). The role of human Web assistants in e-commerce: an analysis and a usability study. *Internet Research*, 10(2), 114–125. <https://doi.org/10.1108/10662240010322902>
- Barkatullah, A. H., & Djumadi. (2018). Does self-regulation provide legal protection and security to e-commerce consumers? *Electronic Commerce Research and Applications*, 30, 94–101. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2018.05.008>
- Bramantyo, R. Y., & Rahman, I. (2019). Legal Protection of E-Commerce Consumers in Online Transactions in Indonesia. *American Journal of Social Sciences and Humanities*, 4(2), 358–368.
- Meria Utama. (2012). *Hukum Ekonomi Internasional*. PT. Fikahati Aneska.
- Miguel-Ángel Galindo Martín, Joaquín Guzman Cuevas, & Domingo Ribeiro Soriano. (2008). *Entrepreneurship and Business* (M.-A. Galindo, J. Guzman, & D. Ribeiro, Ed.; 1 ed.). Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/978-3-540-70902-2>
- Pratama, D. E., & Apriani, R. (2023). ANALISIS PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN BAGI PENONTON BOLA DALAM TRAGEDI DI STADION KANJURUHAN. *SUPREMASI HUKUM*, 19(1), 1–15. <https://doi.org/10.33592/jsh.v19i1.2921>
- Rianto Adi. (2012). *Sosiologi Hukum: Kajian Hukum Secara Sosiologis* (1 ed.). Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Ridwan, M., & Rizky, S. M. (2019). The Importance in Providing Country of Origin Information on E-Commerce Platforms to Fulfill Consumer Rights in Indonesia. *Veteran Law Review*, 2(1), 46–57. <https://doi.org/10.35586/velrev.v2i1.778>
- Riswandi, B. A. (2003). *Hukum dan internet di Indonesia*. UII Press.
- S, G. N., Faridah, H., Masrifah, & Pratama, D. E. (2024). Tanggung Jawab Pidana terhadap Masyarakat yang Mengajak Orang Lain untuk Golput dalam Pemilu. *Krtha Bhayangkara*, 18(2), 328–342. <https://doi.org/10.31599/krtha.v18i2.755>
- Santoso, V. A. (2021). Legal Protection on E-Commerce Transactions: Problems and Challenges in Global Business. *Semarang State University Undergraduate Law and Society Review*, 1(2), 101–112. <https://doi.org/10.15294/lsr.v1i2.50552>