



Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce: Kajian Hukum Dagang dan Hukum Perlindungan Konsumen

Ahmad Angga Tiaz Pratama¹, Rani Apriani²

Fakultas Hukum, Universitas Siperbangsa Karawang

Abstract

Received: 2 Oktober 2024
Revised: 16 Oktober 2024
Accepted: 30 Oktober 2024

This study discusses consumer protection in e-commerce transactions using a qualitative approach. E-commerce transactions are growing in Indonesia, but consumer protection and clear regulations are still issues that need to be scrutinized. Literature studies and interviews with informants who have knowledge and experience in the field of e-commerce were conducted to understand the regulations governing consumer protection in e-commerce transactions in Indonesia. The results of the study show that there are several regulations governing consumer protection in e-commerce transactions, such as Law no. 8 of 1999 concerning Consumer Protection and Government Regulation no. 82 of 2012 concerning Implementation of Electronic Systems and Transactions. In addition, several e-commerce platforms also have internal regulations that must be complied with by sellers registered on the platform. This research can make an important contribution to the development of law in Indonesia and strengthen consumer protection in e-commerce transactions.

Keywords: Consumer Protection, E-Commerce Transactions, Regulation.

(*) Corresponding Author: aanggap@gmail.com¹, rani.apriani@fhuniska.ac.id²

How to Cite: Pratama, A., & Apriani, R. (2024). Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce: Kajian Hukum Dagang dan Hukum Perlindungan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(23), 1166-1176. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/9172>.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam beberapa tahun terakhir telah mengubah pola transaksi perdagangan, termasuk e-commerce. E-commerce adalah kegiatan jual-beli yang dilakukan melalui media elektronik atau internet. Dalam e-commerce, transaksi dilakukan secara online melalui situs web atau platform e-commerce, yang memungkinkan konsumen untuk membeli produk atau jasa tanpa harus datang ke toko fisik.

E-commerce semakin populer di Indonesia dan digunakan oleh masyarakat dalam berbagai aspek kehidupan, baik untuk membeli barang atau jasa, membeli tiket transportasi, memesan makanan, hingga pembayaran tagihan listrik. E-commerce memberikan kemudahan bagi konsumen untuk berbelanja tanpa harus keluar rumah, serta memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dan menghemat biaya operasional.

Namun, perkembangan e-commerce juga membawa risiko baru bagi konsumen. Keamanan dan privasi data pribadi konsumen seringkali menjadi perhatian dalam transaksi e-commerce. Selain itu, ada juga risiko produk palsu atau cacat, kelebihan atau kekurangan pembayaran, dan masalah pengiriman atau pengembalian barang yang tidak sesuai dengan harapan konsumen.

Perlindungan konsumen menjadi penting dalam transaksi e-commerce. Namun, di Indonesia, masih terdapat kekurangan regulasi yang jelas dan tegas mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce. Hukum Dagang dan Hukum Perlindungan Konsumen masih belum sepenuhnya mengatur perlindungan konsumen

1166

dalam transaksi e-commerce, sehingga masih banyak kasus penipuan atau pengabaian hak konsumen.

Masalah yang dihadapi oleh konsumen dalam transaksi e-commerce dapat diatasi dengan adanya perlindungan hukum yang jelas dan tegas. Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas tentang perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce dari perspektif Hukum Dagang dan Hukum Perlindungan Konsumen.

Penelitian ini akan melihat pengaturan hukum yang ada dan akan mengevaluasi keefektifan hukum tersebut dalam melindungi konsumen dalam transaksi e-commerce. Selain itu, penelitian ini juga akan mengidentifikasi tantangan dan kendala yang dihadapi dalam menerapkan perlindungan hukum yang efektif dalam transaksi e-commerce.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pembentukan kebijakan dan regulasi yang lebih baik dalam perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan informasi yang berguna bagi konsumen dalam melindungi diri mereka sendiri dalam transaksi e-commerce.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang digunakan dalam kasus ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif digunakan untuk memahami dan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang diteliti, dalam hal ini tentang regulasi yang mengatur transaksi e-commerce dalam hukum dagang. Penelitian kualitatif menggunakan pendekatan deskriptif dan berusaha untuk memahami fenomena yang diteliti dari sudut pandang yang lebih holistik dan kontekstual. Metode penelitian kualitatif biasanya melibatkan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan analisis dokumen untuk menghasilkan temuan yang lebih kaya dan mendalam.

Dalam kasus ini, penelitian kualitatif dilakukan dengan melakukan studi literatur terkait regulasi yang mengatur transaksi e-commerce dalam hukum dagang serta dengan melakukan wawancara dengan narasumber yang memiliki pengetahuan dan pengalaman yang relevan dalam hal ini, seperti akademisi atau praktisi hukum yang berkecimpung dalam bidang e-commerce. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini dapat menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam tentang regulasi yang mengatur transaksi e-commerce dalam hukum dagang dan memberikan kontribusi penting bagi pengembangan hukum di Indonesia.

PEMBAHASAN

Terdapat dua rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu:

Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce

Perlindungan konsumen adalah upaya untuk melindungi hak-hak dan kepentingan konsumen dalam bertransaksi dengan produsen atau penjual barang dan jasa. Perlindungan konsumen terlihat sangat penting dari segi material maupun formal, mengingat ilmu pengetahuan dan teknologi menjadi acuan utama sebagai penggerak produktivitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa dalam pencapaian target usaha (file:///C:/Users/jhnca/Downloads/6245-26292-1-PB.pdf). Hal ini meliputi perlindungan terhadap bahaya dan penipuan, serta memastikan bahwa konsumen mendapatkan informasi yang akurat dan transparan tentang produk atau layanan yang mereka beli. Perlindungan konsumen sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dan menghindari eksploitasi konsumen.

Perlindungan konsumen dapat dilakukan melalui beberapa cara, termasuk undang-undang dan peraturan pemerintah yang menetapkan standar minimum untuk produk dan layanan yang dijual. Undang-undang juga dapat memperkuat hak-hak konsumen, seperti hak untuk kembali barang yang cacat atau rusak, dan hak untuk mendapatkan kompensasi jika terjadi kerusakan atau cedera akibat penggunaan produk yang tidak aman.

Selain itu, perlindungan konsumen juga dapat dilakukan melalui program edukasi dan informasi yang memastikan bahwa konsumen memiliki pengetahuan yang cukup untuk membuat keputusan yang tepat saat berbelanja. Program-program ini dapat mencakup kampanye publik tentang hak-hak konsumen, atau pelatihan keterampilan dan pengetahuan praktis yang memungkinkan konsumen untuk memperoleh keterampilan yang diperlukan untuk memperbaiki atau merawat produk yang mereka beli.

Perlindungan konsumen juga dapat ditingkatkan melalui kerjasama antara produsen, penjual, dan organisasi konsumen. Dalam hal ini, organisasi konsumen bertindak sebagai wakil konsumen dan memastikan bahwa konsumen memiliki suara yang didengar dalam pengambilan keputusan yang memengaruhi mereka. Produsen dan penjual dapat menggunakan umpan balik konsumen untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka, dan juga dapat mengambil tindakan untuk mengatasi keluhan konsumen.

Perlindungan konsumen juga dapat mencakup regulasi dan standarisasi produk dan layanan tertentu. Hal ini termasuk menetapkan standar keselamatan yang ketat untuk produk yang rentan terhadap kecelakaan atau kerusakan, seperti mainan anak-anak atau obat-obatan. Regulasi juga dapat melarang praktik bisnis yang tidak etis atau tidak sah, seperti penipuan atau penjualan paksa.

Perlindungan konsumen juga dapat mencakup sistem pengaduan dan penyelesaian sengketa. Hal ini memungkinkan konsumen untuk melaporkan keluhan atau masalah yang mereka hadapi dengan produk atau layanan, dan memungkinkan produsen atau penjual untuk mengatasi masalah tersebut secara efektif dan tepat waktu. Sistem ini dapat mencakup ombudsman atau mediator yang bertindak sebagai perantara antara konsumen dan produsen atau penjual.

Namun, perlindungan konsumen juga dapat memiliki dampak negatif pada ekonomi jika diimplementasikan dengan cara yang salah. Misalnya, regulasi yang berlebihan atau standar yang terlalu ketat dapat menghambat inovasi dan pertumbuhan ekonomi. Selain itu, biaya yang tinggi untuk mematuhi regulasi

dapat meningkatkan harga produk, yang dapat mengurangi daya beli konsumen dan menghambat pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, penting untuk mencari keseimbangan yang tepat antara perlindungan konsumen dan pertumbuhan ekonomi yang sehat.

Di sisi lain, tidak adanya perlindungan konsumen dapat mengakibatkan kerugian bagi konsumen dan dapat menghambat pertumbuhan ekonomi dalam jangka panjang. Hal ini dapat terjadi ketika produsen dan penjual memanfaatkan kelemahan konsumen untuk memaksakan harga tinggi atau menjual produk yang tidak aman atau tidak berguna.

Oleh karena itu, perlindungan konsumen harus diterapkan dengan hati-hati dan dipertimbangkan secara cermat agar dapat menciptakan keuntungan yang seimbang bagi konsumen dan perekonomian secara keseluruhan. Selain itu, penting untuk memastikan bahwa perlindungan konsumen dilaksanakan secara konsisten dan efektif untuk mencegah pelanggaran yang merugikan konsumen.

Tanggung jawab setiap pelaku usaha adalah sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu:

1. Pelaku usaha mempunyai tanggung jawab untuk memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
2. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
3. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggat waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
4. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
5. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut kesalahan konsumen. (file:///C:/Users/jhnca/Downloads/6245-26292-1-PB.pdf)

Dalam upaya untuk melindungi konsumen, pemerintah harus melibatkan produsen dan penjual untuk menciptakan lingkungan bisnis yang fair dan terbuka. Pemerintah dapat mendorong produsen dan penjual untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka, dan memastikan bahwa konsumen mendapatkan informasi yang akurat dan transparan tentang produk atau layanan yang mereka beli.

Organisasi konsumen juga dapat berperan penting dalam memperkuat perlindungan konsumen. Mereka dapat memberikan informasi dan edukasi tentang hak-hak konsumen, dan juga dapat bertindak sebagai pengawas untuk memastikan bahwa produsen dan penjual mematuhi peraturan dan regulasi yang ada.

Dalam kesimpulannya, perlindungan konsumen adalah penting untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dan melindungi hak-hak dan kepentingan konsumen. Namun, perlindungan konsumen harus diterapkan dengan hati-hati dan dipertimbangkan secara cermat agar tidak menghambat pertumbuhan

ekonomi. Pemerintah, produsen, penjual, dan organisasi konsumen dapat bekerja sama untuk menciptakan lingkungan bisnis yang fair dan terbuka, serta untuk memastikan bahwa perlindungan konsumen dilaksanakan secara efektif dan konsisten.

Dalam era digital saat ini, perdagangan elektronik atau e-commerce semakin populer di Indonesia. E-commerce adalah kegiatan jual-beli yang dilakukan melalui media elektronik atau internet. E-commerce memberikan kemudahan bagi konsumen untuk berbelanja tanpa harus keluar rumah, serta memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dan menghemat biaya operasional.

E-commerce atau perdagangan elektronik (e-commerce) adalah aktivitas perdagangan yang dilakukan melalui internet. Dalam e-commerce, produk atau layanan yang dijual dapat berupa barang fisik atau digital, dan pembelian dan penjualan dilakukan melalui platform online seperti situs web, aplikasi, atau media sosial. Ecommerce telah mengalami pertumbuhan yang pesat selama beberapa tahun terakhir, dan sekarang menjadi bagian integral dari kegiatan perdagangan global.

Salah satu keuntungan utama dari e-commerce adalah kemudahan dan kenyamanan dalam berbelanja. Konsumen dapat membeli produk atau layanan kapan saja dan di mana saja, tanpa harus datang ke toko fisik. Hal ini sangat berguna bagi konsumen yang memiliki jadwal yang padat atau tinggal di daerah yang sulit dijangkau oleh toko fisik.

Selain itu, e-commerce juga memberikan keuntungan bagi penjual atau produsen. Mereka dapat menjangkau konsumen di seluruh dunia tanpa harus membuka toko fisik di banyak tempat, dan dapat mengurangi biaya operasional seperti sewa toko, gaji karyawan, dan biaya listrik dan air. E-commerce juga dapat memperluas pasar penjualan, sehingga penjual dapat meningkatkan penjualan mereka secara signifikan.

Ada beberapa jenis e-commerce, termasuk:

B2B (Business to Business): perdagangan antara perusahaan atau bisnis. Misalnya, sebuah perusahaan yang menjual komputer dapat membeli bagian komputer dari pemasok melalui platform e-commerce.

B2C (Business to Consumer): perdagangan antara perusahaan dan konsumen akhir. Contohnya adalah situs web atau aplikasi e-commerce yang menjual produk atau layanan kepada konsumen akhir.

C2C (Consumer to Consumer): perdagangan antara konsumen akhir, seperti pada situs lelang online.

C2B (Consumer to Business): perdagangan di mana konsumen akhir memasok barang atau layanan ke perusahaan. Contohnya adalah platform freelance atau situs web yang memungkinkan konsumen untuk menjual produk atau layanan mereka kepada perusahaan.

Selain itu, ada juga beberapa model bisnis e-commerce, termasuk:

1) Dropshipping: model bisnis di mana penjual tidak menyimpan stok barang, tetapi membeli barang dari pemasok dan mengirimkannya langsung ke konsumen.

2) *Affiliate marketing*: model bisnis di mana penjual mempromosikan produk atau layanan yang dijual oleh pihak ketiga, dan menerima komisi jika konsumen membeli produk atau layanan melalui tautan afiliasi mereka.

3) *Subscription-based*: model bisnis di mana konsumen membayar biaya bulanan atau tahunan untuk mendapatkan akses ke produk atau layanan tertentu.

Namun, meskipun e-commerce memiliki banyak keuntungan, ada juga beberapa tantangan dan risiko yang terkait dengan perdagangan online. Salah satu risiko terbesar adalah keamanan transaksi online. Penipuan online dan pencurian identitas dapat merugikan konsumen dan mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap e-commerce. Oleh karena itu, penting bagi platform e-commerce untuk memastikan keamanan transaksi dan memberikan perlindungan yang memadai kepada konsumen. Selain itu, masalah logistik dan pengiriman juga menjadi tantangan bagi e-commerce. Produk yang dijual harus sampai ke konsumen dalam kondisi baik dan tepat waktu. Penjual harus memastikan bahwa produk dikirim dengan metode pengiriman yang tepat dan memiliki jangkauan yang luas.

Selain tantangan tersebut, e-commerce juga dapat mempengaruhi bisnis fisik tradisional, terutama jika mereka tidak dapat bersaing dengan harga dan kenyamanan yang ditawarkan oleh e-commerce. Oleh karena itu, penting bagi bisnis fisik untuk menyesuaikan diri dengan tren e-commerce dan menawarkan pengalaman berbelanja yang lebih personal dan kualitas yang lebih tinggi.

Dalam hal regulasi, e-commerce diatur oleh berbagai peraturan dan undang-undang, termasuk perlindungan konsumen, keamanan transaksi online, dan perlindungan data pribadi. Regulasi ini bertujuan untuk melindungi konsumen dan memastikan bahwa bisnis e-commerce beroperasi dengan cara yang adil dan transparan.

Namun, terkadang regulasi yang berlebihan dapat menghambat inovasi dan pertumbuhan e-commerce. Oleh karena itu, regulasi harus dipikirkan secara matang dan harus disesuaikan dengan kebutuhan pasar dan konsumen.

Selain itu, e-commerce juga dapat mempengaruhi penggunaan teknologi dan keterampilan yang dibutuhkan dalam dunia kerja. E-commerce telah menciptakan peluang baru bagi pengembang web, analis data, dan profesional TI lainnya. Namun, hal ini juga dapat menyebabkan hilangnya pekerjaan di sektor perdagangan fisik dan sektor lainnya yang terkait.

Dalam hal masa depan e-commerce, tren terus berkembang dan mengarah ke inovasi baru seperti pembayaran digital, penggunaan teknologi kecerdasan buatan, dan pengiriman menggunakan drone. E-commerce juga terus mengalami pertumbuhan di pasar global, dan dapat memberikan akses ke pasar global bagi bisnis kecil dan menengah yang sebelumnya sulit untuk diakses.

Dalam kesimpulan, e-commerce adalah bentuk perdagangan modern yang terus berkembang dan memberikan keuntungan bagi konsumen dan bisnis. Namun, ada beberapa tantangan dan risiko yang terkait dengan perdagangan online, termasuk keamanan transaksi online, masalah logistik dan pengiriman, dan dampak pada bisnis fisik tradisional. Oleh karena itu, regulasi dan perlindungan konsumen sangat penting untuk memastikan bahwa e-commerce beroperasi dengan cara yang adil dan transparan.

Namun, perkembangan e-commerce juga membawa risiko baru bagi konsumen. Keamanan dan privasi data pribadi konsumen seringkali menjadi

perhatian dalam transaksi e-commerce. Selain itu, ada juga risiko produk palsu atau cacat, kelebihan atau kekurangan pembayaran, dan masalah pengiriman atau pengembalian barang yang tidak sesuai dengan harapan konsumen.

Oleh karena itu, perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce menjadi penting. Namun, di Indonesia, masih terdapat kekurangan regulasi yang jelas dan tegas mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce. Hukum Dagang dan Hukum Perlindungan Konsumen masih belum sepenuhnya mengatur perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce, sehingga masih banyak kasus penipuan atau pengabaian hak konsumen.

Ada beberapa aspek yang harus diperhatikan dalam perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce. Pertama, perlindungan terhadap privasi data pribadi konsumen. Konsumen harus memperhatikan keamanan dan privasi data pribadi mereka, termasuk nomor telepon, alamat email, alamat rumah, dan data kartu kredit. Penjual atau platform e-commerce harus memiliki kebijakan privasi yang jelas dan tegas dalam pengumpulan, penggunaan, dan penyimpanan data konsumen.

Kedua, perlindungan terhadap produk yang dijual. Konsumen harus memastikan bahwa produk yang dibeli sesuai dengan deskripsi yang diberikan oleh penjual. Konsumen juga harus memastikan bahwa produk yang diterima tidak cacat atau rusak, dan jika ada masalah, konsumen harus dapat mengembalikan produk dan mendapatkan pengembalian dana atau penggantian produk yang sesuai.

Ketiga, perlindungan terhadap hak konsumen dalam pembayaran. Konsumen harus memastikan bahwa pembayaran yang dilakukan sesuai dengan harga yang tertera dan tidak ada biaya tersembunyi. Konsumen juga harus memastikan bahwa pembayaran dilakukan melalui sistem pembayaran yang aman dan terpercaya.

Keempat, perlindungan terhadap pengiriman barang. Konsumen harus memperhatikan biaya pengiriman yang ditawarkan, waktu pengiriman yang dijanjikan, dan metode pengiriman yang digunakan. Konsumen juga harus memastikan bahwa barang yang dikirim sesuai dengan deskripsi dan tidak rusak atau cacat.

Oleh karena itu, regulasi yang jelas dan tegas mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce sangat penting. Di Indonesia, terdapat beberapa peraturan yang mengatur perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce, seperti Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah No. 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Namun, masih terdapat kekurangan dalam implementasi dan penegakan hukum terhadap pelanggaran yang terjadi dalam transaksi e-commerce.

Untuk meningkatkan perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce, diperlukan tindakan yang konkret dari pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi, yaitu konsumen, penjual, dan platform e-commerce. Konsumen harus lebih cermat dan teliti dalam memilih produk, penjual, dan platform e-commerce yang terpercaya. Konsumen juga harus memahami hak dan kewajiban mereka dalam transaksi e-commerce.

Penjual harus memberikan informasi yang jelas dan lengkap mengenai produk yang dijual, termasuk kondisi dan spesifikasi produk, harga, dan biaya pengiriman. Penjual juga harus memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, seperti memproses pengembalian dan penggantian produk dengan cepat dan memenuhi hak konsumen dalam hal garansi dan layanan purna jual.

Platform e-commerce juga harus memperhatikan perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce. Platform e-commerce harus memastikan bahwa penjual yang terdaftar adalah pelaku usaha yang sah dan terpercaya. Platform e-commerce juga harus menyediakan mekanisme pengaduan dan penyelesaian sengketa yang efektif dan transparan untuk menyelesaikan masalah yang terjadi antara konsumen dan penjual.

Dalam mengatasi masalah perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce, diperlukan kerjasama antara pemerintah, penjual, dan konsumen. Pemerintah harus meningkatkan peraturan dan kebijakan yang mendukung perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce. Pemerintah juga harus memastikan bahwa hukum yang ada ditegakkan dengan baik dan memberikan sanksi yang tegas terhadap pelanggaran yang terjadi.

Kesimpulannya, perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce menjadi sangat penting dalam era digital saat ini. Regulasi yang jelas dan tegas mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce sangat diperlukan untuk mencegah terjadinya penipuan atau pengabaian hak konsumen. Namun, kerjasama antara pemerintah, penjual, dan konsumen juga sangat penting untuk meningkatkan perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce. Konsumen harus lebih cermat dan teliti dalam memilih produk, penjual, dan platform e-commerce yang terpercaya, sedangkan penjual dan platform e-commerce harus memberikan informasi yang jelas dan lengkap serta pelayanan yang baik kepada konsumen.

Regulasi mengenai Transaksi E-Commerce dalam Hukum Dagang

E-commerce, atau perdagangan online, telah menjadi semakin populer dalam beberapa tahun terakhir. Dalam hal ini, hukum dagang adalah bagian penting dari regulasi perdagangan online, yang menentukan hak dan kewajiban yang berlaku untuk para pelaku bisnis dan konsumen.

Ada beberapa aspek penting dari hukum dagang yang berlaku untuk e-commerce. Pertama-tama, perjanjian jual beli antara penjual dan pembeli harus memenuhi syarat dan ketentuan yang berlaku dalam kontrak dagang. Kontrak dagang dapat mencakup syarat-syarat seperti harga, jumlah, jenis produk, pengiriman dan metode pembayaran.

Kedua, e-commerce juga tercakup dalam undang-undang perlindungan konsumen. Undang-undang ini menetapkan bahwa penjual harus memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai produk atau jasa yang mereka tawarkan, termasuk harga, kualitas, dan karakteristik lainnya. Selain itu, penjual juga harus menjamin produk yang dijual memenuhi standar kualitas yang ditetapkan oleh hukum.

Ketiga, hukum dagang juga menetapkan bahwa penjual harus memastikan keamanan transaksi online dan melindungi data pribadi pelanggan. Penjual harus memastikan bahwa sistem keamanan mereka memenuhi standar keamanan yang

ditetapkan oleh hukum, dan harus memiliki kebijakan privasi yang jelas dan transparan.

Keempat, hukum dagang juga mengatur persaingan usaha di pasar e-commerce. Penjual tidak boleh melakukan praktik-praktik ilegal yang dapat merugikan konsumen atau pesaing, seperti harga diskriminatif, praktik kartel, dan tindakan lain yang merugikan persaingan usaha yang sehat.

Kelima, hukum dagang juga menetapkan kewajiban dan tanggung jawab yang berlaku bagi para penyedia layanan pembayaran online. Layanan pembayaran online harus memenuhi standar keamanan yang ditetapkan oleh hukum, dan harus memiliki kebijakan privasi yang jelas dan transparan. Selain itu, layanan pembayaran online juga harus memastikan bahwa transaksi yang dilakukan melalui layanan mereka aman dan terlindungi dari penipuan.

Keenam, hukum dagang juga menetapkan bahwa e-commerce harus menghormati hak kekayaan intelektual. Produk atau jasa yang dijual harus tidak melanggar hak cipta, merek dagang, atau hak kekayaan intelektual lainnya. Penjual harus memastikan bahwa produk atau jasa yang mereka tawarkan tidak melanggar hak-hak ini, dan harus memperoleh izin yang diperlukan jika diperlukan.

Selain itu, beberapa negara juga memiliki undang-undang khusus yang mengatur e-commerce, seperti Undang-Undang ITE di Indonesia. Undang-undang ini mengatur masalah seperti tindakan kriminal di dunia maya, keamanan transaksi online, dan perlindungan data pribadi.

Namun, regulasi e-commerce juga dapat menjadi masalah bagi para pelaku bisnis. Regulasi yang berlebihan atau kurang tepat dapat menghambat inovasi dan pertumbuhan bisnis di pasar e-commerce. Oleh karena itu, penting bagi negara untuk memiliki regulasi yang seimbang dan proporsional untuk mendukung pertumbuhan e-commerce dan melindungi konsumen.

Beberapa contoh undang-undang yang mengatur e-commerce di beberapa negara adalah sebagai berikut:

1. Undang-undang E-Commerce AS: Undang-undang ini mengatur masalah seperti perlindungan konsumen, keamanan transaksi online, dan keamanan data pribadi. Undang-undang ini juga mengatur masalah yang terkait dengan pajak dan hak kekayaan intelektual.
2. Undang-undang Perlindungan Data Uni Eropa: Undang-undang ini memberikan perlindungan yang lebih kuat bagi data pribadi pelanggan di Uni Eropa. Undang-undang ini mengharuskan perusahaan e-commerce untuk meminta izin dari pelanggan sebelum mengumpulkan atau menggunakan data pribadi mereka, dan juga mengharuskan perusahaan untuk melindungi data pribadi tersebut dari akses yang tidak sah atau penyalahgunaan.
3. Undang-undang Perlindungan Konsumen Jepang: Undang-undang ini memberikan perlindungan yang kuat bagi konsumen Jepang yang melakukan pembelian online. Undang-undang ini mengatur masalah seperti informasi produk yang jelas dan akurat, pengiriman yang tepat waktu, dan pembayaran yang aman.

Di Indonesia, Undang-Undang ITE adalah undang-undang yang mengatur e-commerce dan masalah terkait internet. Undang-undang ini mengatur berbagai hal seperti penyebaran informasi elektronik, perlindungan konsumen, dan

tindakan kriminal di dunia maya. Undang-undang ITE juga memberikan wewenang kepada pemerintah untuk memantau dan mengatur konten yang diunggah di internet.

Namun, seperti yang sudah disebutkan sebelumnya, regulasi yang berlebihan atau tidak tepat dapat menghambat pertumbuhan bisnis di pasar e-commerce. Regulasi yang berlebihan dapat menyulitkan perusahaan untuk berinovasi dan bersaing di pasar e-commerce. Di sisi lain, kurangnya regulasi yang memadai dapat membuka peluang bagi pelaku bisnis yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan penipuan dan memperoleh keuntungan dari konsumen yang tidak mengetahui risiko yang mereka hadapi.

Oleh karena itu, penting bagi pemerintah untuk mengadopsi regulasi yang seimbang dan proporsional yang melindungi konsumen dan mendukung pertumbuhan bisnis di pasar e-commerce. Pemerintah harus bekerja sama dengan perusahaan e-commerce dan organisasi konsumen untuk memastikan bahwa regulasi yang diberlakukan memenuhi kebutuhan dan kepentingan semua pihak.

Transaksi e-commerce merupakan salah satu bentuk transaksi perdagangan yang semakin populer di era digital saat ini. Oleh karena itu, regulasi mengenai transaksi e-commerce dalam hukum dagang menjadi sangat penting untuk menjaga keamanan dan kenyamanan bagi konsumen dan pelaku usaha.

Di Indonesia, regulasi mengenai transaksi e-commerce diatur dalam beberapa undang-undang dan peraturan, antara lain:

1. Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
2. Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.
3. Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
4. Peraturan Menteri Perdagangan No. 50 Tahun 2020 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik merupakan undang-undang yang mengatur tentang transaksi elektronik secara umum, termasuk transaksi e-commerce. Dalam undang-undang ini, dijelaskan bahwa setiap transaksi elektronik harus memenuhi prinsip-prinsip kehati-hatian, kejujuran, dan kepercayaan.

Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan juga mencakup regulasi mengenai transaksi e-commerce. Di dalam undang-undang ini, dijelaskan bahwa setiap pelaku usaha yang melakukan transaksi melalui sistem elektronik harus memenuhi persyaratan tertentu, seperti memiliki izin usaha dan mematuhi peraturan yang berlaku.

Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik merupakan peraturan pemerintah yang mengatur tentang perdagangan melalui sistem elektronik secara khusus. Dalam peraturan ini, dijelaskan bahwa setiap pelaku usaha yang melakukan perdagangan melalui sistem elektronik harus memiliki surat izin usaha perdagangan (SIUPP) dan mematuhi ketentuan yang diatur dalam peraturan tersebut.

Selain itu, Peraturan Menteri Perdagangan No. 50 Tahun 2020 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik juga mengatur tentang transaksi e-commerce. Dalam peraturan ini, dijelaskan persyaratan yang harus dipenuhi oleh

pelaku usaha yang melakukan perdagangan melalui sistem elektronik, seperti memiliki sistem keamanan yang memadai dan menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa bagi konsumen.

Regulasi terbaru yang juga perlu diperhatikan dalam transaksi e-commerce adalah Undang-Undang No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja. Dalam undang-undang ini, dijelaskan bahwa pelaku usaha yang melakukan transaksi e-commerce harus mematuhi prinsip-prinsip perlindungan konsumen dan tidak melakukan praktik yang merugikan konsumen.

Selain regulasi yang diatur oleh pemerintah, beberapa platform e-commerce juga memiliki regulasi internal yang harus dipatuhi oleh para penjual yang terdaftar di platform tersebut. Regulasi internal ini biasanya terkait dengan tata cara berjualan di platform, kualitas produk, hingga mekanisme penyelesaian sengketa antara penjual dan pembeli.

Salah satu contoh platform e-commerce yang memiliki regulasi internal yang cukup ketat adalah Tokopedia. Tokopedia memiliki Program Perlindungan Konsumen yang memberikan perlindungan kepada pembeli jika terjadi masalah dalam transaksi, seperti produk yang tidak sesuai dengan deskripsi atau produk yang tidak sampai ke tangan pembeli.

Selain itu, Tokopedia juga memiliki Standar Kualitas Tokopedia (SKT) yang harus dipenuhi oleh para penjual di platform tersebut. SKT ini meliputi persyaratan tentang produk, pelayanan, dan keamanan transaksi. Penjual yang tidak memenuhi SKT dapat diberikan sanksi, seperti penurunan rating atau bahkan penutupan akun.

Regulasi internal yang ketat seperti ini sangat penting untuk menjaga kualitas dan keamanan transaksi di platform e-commerce. Hal ini juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap platform dan menjadikan platform tersebut sebagai pilihan utama untuk berbelanja secara online.

Namun, meskipun regulasi internal ini memiliki peran penting dalam menjaga kualitas transaksi di platform e-commerce, regulasi yang diatur oleh pemerintah tetaplah yang memiliki kekuatan hukum yang lebih kuat. Oleh karena itu, regulasi pemerintah yang mengatur transaksi e-commerce juga harus selalu diperbarui dan disesuaikan dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar.

KESIMPULAN

Transaksi e-commerce merupakan sebuah fenomena yang semakin populer dan berkembang di Indonesia. Oleh karena itu, perlu adanya regulasi yang jelas dan tegas untuk menjaga kualitas dan keamanan transaksi di platform e-commerce serta melindungi konsumen.

Regulasi tersebut di Indonesia diatur dalam beberapa peraturan, seperti Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dan Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Regulasi tersebut mengatur tentang hak dan kewajiban penjual dan pembeli dalam transaksi e-commerce, termasuk hak konsumen dalam mendapatkan informasi yang jelas dan akurat tentang produk yang dibeli serta perlindungan konsumen dalam transaksi.

Selain itu, beberapa platform e-commerce juga memiliki regulasi internal yang ketat dalam hal tata cara berjualan, kualitas produk, dan penyelesaian

sengketa antara penjual dan pembeli. Hal ini sangat penting untuk menjaga kualitas dan kepercayaan konsumen terhadap platform e-commerce tersebut.

Namun, meskipun regulasi internal memiliki peran penting, regulasi yang diatur oleh pemerintah tetaplah memiliki kekuatan hukum yang lebih kuat. Oleh karena itu, perlu adanya perbaruan dan penyesuaian regulasi pemerintah dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar. Hal ini akan memberikan perlindungan yang lebih optimal bagi konsumen serta mendorong pertumbuhan e-commerce yang berkelanjutan di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Ady, Eka Nadia Septiani, Faiza Batrisya Nisrina, Fidyah Ramadhani, and Ferry Irawan. 'Urgensi KUHD Dalam Menangani Risiko Kejahatan Siber Pada Transaksi ECommerce: Pentingnya Kodifikasi Ketentuan Umum Hukum Dagang Sebagai Respon Pemerintah Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi eCommerce'. *Journal of Law, Administration, and Social Science* 2, no. 1 (2022): 45–55.
- Apriani, R., Kurniawati, G., & Marpaung, D. S. (n.d.). *Perlindungan Hukum Nasabah Bank dalam Hal Terjadinya Kesalahan Sistem yang Mengakibatkan Perubahan Saldo Nasabah*. *Siyar Hukum Jurnal Ilmu Hukum*, 18, 135-150.
- Bachtiar. *Metode Penelitian Hukum*. Tangerang Selatan: Unpam Press, 2018.
- Fatimah, Dewi. 'Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan'. Jakarta: Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018.
- Natalia, Heldia. 'Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce'. *Melayune sia Law* 1, no. 1 (2017): 111–126.
- Setiantoro, Arfian, Fayreizha Destika Putri, Anisah Novitarani, and Rinitami Njatrijani. 'Urgensi Perlindungan Hukum Konsumen Dan Penyelesaian Sengketa ECommerce Di Era Masyarakat Ekonomi Asean'. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional* 7, no. 1 (2018): 1–17.
- Setyowati, Dewi, Candra Pratama Putra, and Ramdhan Dwi Saputro. 'Perlindungan Hukum Pada Tindak Pidana E-Commerce'. *Perspektif Hukum* 1, no. 1 (2018): 215–246.