

Implementasi Penyelesaian Sengketa *E-Commerce* Dalam Hal Terjadinya Pelanggaran Pelaku Usaha

Audi Febriwidhia Aulia Putra*

*Fakultas Hukum, UPN "Veteran" Jawa Timur, Indonesia,
audifebri7@gmail.com*

Dedon Dianta

*Fakultas Hukum, UPN "Veteran" Jawa Timur, Indonesia,
dedondianta86@gmail.com*

Abstract. *E-commerce is a platform that accommodates people's transaction needs using digital methods. The convenience offered by e-commerce not only has positive values, but also has negative impacts, with many people becoming victims of e-commerce crimes. This research aims to examine the regulations that legally protect consumers against all forms of e-commerce crime and examine how these laws are implemented in efforts to resolve consumer disputes. This normative legal research found that legislating consumer protection alone is not enough to eliminate all possibilities of online crime; consumers also need to be educated to prevent losses due to online crime or consumer negligence.*

Keywords: *E-commerce, Violations, Dispute Resolution*

Abstrak. E-commerce adalah sebuah platform yang memudahkan kebutuhan bertransaksi masyarakat dengan metode digital. Kemudahan yang dibawa e-commerce tidak hanya bernilai positif, akan tetapi memiliki dampak negatif juga, tak sedikit masyarakat yang menjadi korban tindak kejahatan di e-commerce. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji apa-apa saja peraturan perundang-undangan yang melindungi konsumen secara hukum terhadap segala bentuk kejahatan di e-commerce, dan mengkaji bagaimana penerapan hukum yang diberlakukan tersebut dalam upaya penyelesaian sengketa konsumen. Penelitian dengan yuridis normatif ini menghasilkan penemuan bahwa dengan melegislasi soal perlindungan konsumen saja tidak cukup untuk menutup segala kemungkinan kejahatan online, namun konsumen juga perlu diedukasi agar tidak timbul kerugian akibat kejahatan online maupun kelalaian konsumen itu sendiri.

Kata Kunci: E-commerce, Pelanggaran, Penyelesaian sengketa

Submitted: 28 February 2024 | Reviewed: 7 July 2024 | Revised: 22 August 2025 | Accepted: 7 October 2025

PENDAHULUAN

Peradaban umat manusia selalu berkembang maju dari zaman ke zaman, termasuk didalam kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang tak terelakkan dalam kehidupan sehari-hari umat manusia. Manusia selalu mencari inovasi baru untuk menunjang keberlangsungan hidup yang dapat meningkatkan taraf dan kualitas hidup mereka agar jauh lebih baik dan mudah. Revolusi Industri 4.0 membuat manusia hidup berdampingan dengan teknologi siber dan otomatisasi,¹ salah satu yang menjadi objek pengembangan adalah dalam sektor perdagangan. Manusia zaman sekarang dapat bertransaksi jual beli tanpa perlu bertemu, dan diwadahi sebuah tempat secara digital yang disebut *e-commerce*.

Electronic Commerce sering dikenal juga sebagai *e-commerce* pada umumnya diterjemahkan sebagai aktivitas jual-beli atau bertransaksi secara elektronik dengan menggunakan gawai melalui internet.² *E-commerce* atau perdagangan elektronik bisa diartikan sebagai sebuah model bisnis yang mendayagunakan teknologi berbasis elektronik untuk membangun konektivitas antara perusahaan, konsumen, dan masyarakat dalam melakukan transaksi jual-beli dan pertukaran informasi melalui media elektronik.³ Menurut PP No. 71 Tahun 2019, Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.

E-commerce sendiri telah lama muncul di Indonesia dan membuat sebuah *habit* baru masyarakat untuk berbelanja secara online, hal tersebut begitu memudahkan kehidupan manusia karena semua tersedia, murah, dan cepat. Efek pisau bermata dua selalu ada, karena dengan adanya inovasi sudah pasti akan timbul permasalahan baru, dengan adanya *e-commerce* maka membuka pula peluang terjadinya penipuan online, pencurian data pribadi, pemalsuan identitas, dan berbagai tindak kejahatan lainnya. Masalah-masalah baru tersebutlah yang harus diwaspadai dan diberikan

¹ Leski Rizkinaswara, "Revolusi Industri 4.0," 28 Januari 2020, <https://aptika.kominfo.go.id/2020/01/revolusi-industri-4-0/>.

² Rochani Urip Salami dan Rahadi Wasi Bintoro, "ALTERNATIF PENYELESAIAN SENGKETA DALAM SENGKETA TRANSAKSI ELEKTRONIK (*E-COMMERCE*)," *Jurnal Dinamika Hukum* 13, no. 1 (Januari 2013): hlm. 125, <http://dx.doi.org/10.20884/1.jdh.2013.13.1.161>.

³ "Apa Itu *E-commerce*," 17 Februari 2012, <https://www.unpas.ac.id/apa-itu-e-commerce/>.

langkah preventif dari pemerintah untuk melindungi segenap rakyatnya agar tidak ada yang dirugikan. Perspektif Hukum Internasional juga membahas melalui *World Trade Organization* (WTO) pun turut serta merugulasi perdagangan online tersebut. Hal ini mengindikasikan semakin jelas bahwa tindak kejahatan dalam dunia *e-commerce* bukan lagi hal yang main-main dan tidak layak diabaikan.

Aktivitas jual beli tentu melahirkan suatu perikatan,⁴ maka dalam penelitian ini kita akan membahas terlebih dahulu bagaimana hubungan perikatan yang terjadi pada kegiatan jual beli tersebut. Kegiatan jual beli akan melahirkan suatu perikatan, dan didalam perikatan tersebut akan ada klausul serta aturan yang semestinya ditaati bersama. Oleh sebab itu penelitian yang penulis lakukan ini memiliki tujuan untuk mencari tahu tentang apa perlindungan hukum serta bagaimana implementasinya dalam sengketa hubungan perikatan antara Konsumen dengan pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada saat bertransaksi di dalam *e-commerce*.

Tentunya dalam *e-commerce*, penegakan hukumnya juga terletak pada persaingan usaha yang ada di *e-commerce*. Penegakan hukum persaingan usaha dalam *e-commerce* potensial dapat terjadi jika adanya praktek persaingan usaha dan monopoli tidak sehat dalam perdagangan digital, *lock in*, *predatory digital*, dan lain sebagainya. Tentu dalam hal persaingan usaha, KPPU memiliki urgensi dalam mengawasi serta sebagai investigator bahkan eksekutor.⁵ Selain permasalahan persaingan usaha, dalam *e-commerce* tentu yang lebih *urgent* ialah hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen. Terlebih lagi dalam era digital sekarang, terjadi transformasi manipulasi pasar yang mulanya hanya berarti secara tradisionalnya, tetapi berkembang secara radikal dengan adanya perkembangan teknologi.⁶ Maka dari itu, penelitian ini akan

⁴ Rafy Muhammad Khilzy Henrya Shoukat, "KEKUATAN HUKUM PINJAM NAMA (NOMINEE) PADA AKTA JUAL BELI DIHUBUNGKAN DENGAN PASAL 19 UUPA JO PERATURAN PEMERINTAH NO 24 TAHUN 1997 MENGENAI PENDAFTARAN TANAH" (Universitas Pasundan Bandung, 2022), hlm. 2, <http://repository.unpas.ac.id/59799/>.

⁵ Adis Nur Hayati, "Analisis Tantangan dan Penegakan Hukum Persaingan Usaha pada Sektor *E-commerce* di Indonesia," *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 21, no. 1 (22 Februari 2021): 12, <https://doi.org/10.30641/dejure.2021.V21.109-122>.

⁶ Yuyut Prayuti, "DINAMIKA PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DI ERA DIGITAL: ANALISIS HUKUM TERHADAP PRAKTIK *E-COMMERCE* DAN PERLINDUNGAN DATA KONSUMEN DI INDONESIA" 5, no. 1 (2024): 2.

terbatas pada pembahasan problematika *e-commerce* antara pelaku usaha dengan konsumen.

Pada beberapa kasus seperti ada seorang *consumer* yang mengeluh di akun media social terkait barang yang tidak sesuai dimana membeli alat handphone ternyata yang dikirim adalah sabun batangan, ada pula kasus penipuan secara online dengan modus menipu barang yang ternyata tidak sesuai dengan apa yang dibeli dengan apa yang diterima oleh pembeli. Pada faktanya, antara penjual dan membeli terjadi ketidakpatuhan secara hukum transaksi dimanaproduk tidak dikirimkan, produk tidak sesuai, atau penjual tidak melakukan pembayaran yang berakibat, termasuk privasi dari data yang telah didaftarkan pada akun e-commerce.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang akan digunakan adalah dengan menggunakan metode yuridis normatif, yaitu penelitian hukum dengan mengedepankan norma, asas, dan kaidah peraturan perundang-undangan secara tertulis dalam sistem hukum yang berlaku, dengan acuan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHP), dan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) sebagai sumber data primer, serta buku dan artikel jurnal sebagai sumber data sekunder. Pendekatan dilakukan dengan teknik *case approach* yang bertujuan mempelajari implementasi norma dan kaidah hukum dalam praktiknya. Disamping itu menggunakan juga pendekatan peraturan perundang-undangan dimana dengan dasar norma hukum yang berlaku di Indonesia untuk melihat bagaimana hukum diimplementasikan pada sengketa e commerce dalam hal terjadinya pelanggaran pelaku usaha. Sehingga dengan menggunakan kedua pendekatan tersebut akan didapat alasan-alasan dan bagaimana pelaku usaha dalam transaksi e-commerce yang terjadi sengketa.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Ragam *e-commerce* dan dampak yang ditimbulkannya

E-commerce memiliki perkembangan yang sangat pesat dalam mempengaruhi ekonomi negara, apalagi mayoritas pelaku usaha *e-commerce* di Indonesia memiliki skala kecil hingga menengah (UKM).⁷ Pertumbuhan ekonomi suatu negara merupakan momentum yang sangat didambakan dalam memajukan kesejahteraan ekonomi. Dalam mewujudkan peningkatan pertumbuhan ekonomi, perlu adanya segala perkembangan di berbagai aspek dan sektor kehidupan, salah satunya ialah aspek teknologi.⁸ *E-commerce* memiliki potensi yang besar dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. Ni Made Yulia Dewati Ayu dalam penelitiannya juga menyebut bahwa adanya pengaruh positif *e-commerce* terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia baik jangka panjang maupun jangka pendek.⁹ Transaksi *e-commerce* memiliki sumbangsih yang besar dalam ekonomi digital di Indonesia, di mana pada 2021 nilainya yakni 53 miliar dollar atau sekitar 830 triliun rupiah. Angka ini juga diprediksi dapat meningkat hingga lebih dari 1600 triliun rupiah pada tahun 2025 dengan Tingkat pertumbuhan sebesar 18%.¹⁰

Saat ini, pelaku usaha dalam memasarkan barangnya tentu efektifnya ialah melalui media internet karena lebih dapat menjangkau seluruh konsumen. Media sosial yang digunakan bisa melalui Facebook, Instagram, Line, WhatsApp, Tiktok, Twitter, Lazada, Shopee, dan media jual beli lainnya. Hadirnya jual beli menggunakan media elektronik, tentu menimbulkan bentuk baru dalam dunia jual beli. Adapun bentuk-bentuk tersebut ialah *customer to customer* (C2C), *customer to business* (C2B), dan *business to business* (B2B).¹¹

⁷ Tetanoe Bernada, "UPAYA PERLINDUNGAN HUKUM PADA KONSUMEN DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE* UNTUK Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Digital di Indonesia," *Jurnal Hukum dan Peradilan* 6, no. 1 (31 Maret 2017): 2, <https://doi.org/10.25216/jhp.6.1.2017.1-24>.

⁸ Widia Ayu Lastri dan Ali Anis, "Pengaruh *E-commerce*, Inflasi dan Nilai Tukar Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia," *Jurnal Kajian Ekonomi dan Pembangunan* 2, no. 2 (1 Juni 2020): 2, <https://doi.org/10.24036/jkep.v2i2.12638>.

⁹ Ni Made Yulia Dewati Ayu Ni Made Yulia Dewati Ayu dan Jakaria, "PENGARUH *E-COMMERCE* TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA," *Jurnal Ekonomi Trisakti* 3, no. 2 (25 Agustus 2023): 7, <https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.17499>.

¹⁰ Mohamad Rivaldi Moha dkk., "The Comparative Law Study: *E-commerce* Regulation in Indonesia and Singapore," *JURNAL LEGALITAS* 16, no. 2 (30 Oktober 2023): 5, <https://doi.org/10.33756/jelta.v16i2.20463>.

¹¹ Sudaryono, Efana Rahwanto, dan Ratna Komala, "*E-COMMERCE* DORONG PEREKONOMIAN INDONESIA, SELAMA PANDEMI COVID 19 SEBAGAI ENTREPRENEUR MODERN DAN PENGARUHNYA TERHADAP BISNIS OFFLINE," *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS (JUMANIS) PRODI KEWIRAUSAHAAN* 2, no. 2 (2020): 10.

E-commerce berperan sebagai pihak ketiga yang berfungsi memediasi serta menengahi kedua belah pihak yang saling memiliki hubungan hukum tersebut. Contoh pengimplementasiannya adalah, penyedia layanan *e-commerce* menampilkan barang-barang yang dijual oleh penjual di situs atau aplikasi milik mereka. Pada forum jual beli online tersebut, *e-commerce* secara tidak langsung mempertemukan penjual dengan calon pembeli. Ketika terjadi kesepakatan dalam hal ini kesepakatan adalah pembeli telah membayarkan sejumlah uang untuk barang yang diinginkannya, maka *e-commerce* selaku pihak ketiga akan menahan uang tersebut sampai pihak penjual mengirimkan barangnya. Pihak pembeli dan pihak penjual sama-sama disebut *consumer* karena menggunakan jasa aplikasi perantara tersebut. Jenis *e-commerce* seperti dalam ilustrasi tersebut adalah tipikal *e-commerce* yang *Consumer-to-Consumer* (C2C), konsumen berhubungan dengan konsumen lainnya dalam proses jual beli.¹²

Sebelum *e-commerce* di Indonesia mengenal metode seperti yang dijabarkan diatas, sebenarnya telah ada metode yang lebih jadul, yakni peran pihak ketiga dilakukan secara manual oleh seseorang, bukan menggunakan sistem canggih seperti *e-commerce* sekarang. Sistem pihak ketiga tersebut dulunya muncul dari *e-commerce* yang diadakan di Kaskus,¹³ yang mana dua orang pengguna Kaskus yang hendak melakukan jual beli, meminta jasa Rekening Bersama (rekber) dari pengguna Kaskus lainnya untuk membantu akomodasi peralihan uang pembeli kepada penjual. Dari situlah awal mula popularitas *e-commerce* di Indonesia, setelah itu muncullah penyedia layanan *e-commerce* yang lebih modern seperti Tokopedia, Shopee, dan lain sebagainya. Jenis *e-commerce* lainnya yang umum diketahui di Indonesia adalah model *Business-to-Consumer* (B2C), *e-commerce* model ini adalah interaksi antara *consumer* dengan perusahaan penyedia jasa layanan. Jadi penyedia jasa layanan tersebutlah yang menjual barangnya, contohnya seperti Lazada, Amazon, Zalora, dan lain sebagainya. Dua jenis *e-commerce* tersebutlah yang paling umum dan dikenal masyarakat Indonesia, namun bukan berarti hanya ada dua jenis *e-commerce* saja yang eksis didunia saat ini, Adapun contoh-contoh bentuk/jenis *e-commerce* lainnya, yakni seperti *Business-to-Business* (B2B)

¹² Rahma Maulidia, “*E-commerce: Pasar Digital dan Barang Digital*,” 21 November 2020, https://www.researchgate.net/publication/346059842_E-commerce_Pasar_Digital_dan_Barang_Digital.

¹³ KASKUS adalah ruang diskusi beragam hal, sekaligus untuk ruang interaksi untuk para anggota komunitas.

yang mana jenis ini adalah bisnis menjual produk layanan ke bisnis lain melalui Internet, *Consumer-to-Business* (C2B) artinya konsumen menjual barangnya ke perusahaan, *Business-to-Administration* (B2A) terjadi atas interaksi yang dilakukan antara perusahaan dan instansi pemerintah, dan terakhir adalah *Consumer-to-Administration* (C2A) yang melibatkan konsumen dan instansi pemerintah.¹⁴

E-commerce disebut sebagai salah satu kemajuan teknologi, yang artinya *e-commerce* adalah sebuah inovasi. Umum kita ketahui, sebuah inovasi atau terobosan pastinya akan membawa dampak positif dan negatif, kita perlu tau apa-apa saja dampak yang ditimbulkan oleh *e-commerce* dari dua sudut pandang tersebut (positif dan negatif). Dampak positif yang timbul sudah pasti langsung dirasakan oleh pelaku *e-commerce*, dari sudut pandang konsumen kita akan tahu dampak seperti halnya kemudahan berbelanja secara cepat dan mudah untuk konsumen selama 24 jam tanpa henti, Ketersediaan berbagai macam produk yang dapat dipilih menyesuaikan keinginan konsumen, Konsumen bisa membeli/menggunakan produk dan/atau jasa secara lebih terjangkau setelah mengkomparasi/membandingkan dengan beragam *e-commerce* lain.¹⁵

Urgensi dari *e-commerce* itu sendiri dapat dilihat dari sebuah contoh kasus. Pada waktu pandemi Covid-19, minat masyarakat dalam membeli produk kesehatan sangatlah tinggi,¹⁶ seperti masker, vitamin, obat-obatan, *hand sanitizer*, dan lain sebagainya. *E-commerce* saat pandemi Covid-19 memiliki peranan yang sangat tinggi karena segalanya dilakukan secara Work From Home (WFH), masyarakat juga lebih dominan beraktivitas di dalam rumah. Namun, keleluasaan *e-commerce* dalam memasarkan produk kesehatan tentunya harus memiliki perlindungan hukum. Masyarakat harus mengetahui tentang kejelasan dan kebenaran dari isi suatu produk kesehatan. Hadirnya hukum dalam kegiatan *e-commerce* menjadikan perlindungan

¹⁴ Dedi Riswandi, "TRANSAKSI ON-LINE (*E-COMMERCE*): PELUANG DAN TANTANGAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM," *Jurnal Econetica* 1, no. 1 (Mei 2019): hlm. 4.

¹⁵ Muh Audi Rahmadani Handrawan, Idfi Setyaningrum, dan Mintarti Ariani, "PERKEMBANGAN DAN DAMPAK POSITIF DAN NEGATIF *E-COMMERCE* BAGI UMKM SEKTOR FURNITUR DAN KONSUMEN," *CALYPTRA* 9, no. 1 (Mei 2021): hlm. 4, <https://journal.ubaya.ac.id/index.php/jimus/article/download/5025/3605/>.

¹⁶ Osgar Sahim Matompo, "LEGAL PROTECTION OF ONLINE BUSINESS TRANSACTION (*E-COMMERCE*) DURING THE COVID-19 PANDEMIC IN INDONESIA," *Legal Standing: Jurnal Ilmu Hukum* 4, no. 1 (18 Mei 2020): 2, <https://doi.org/10.24269/lis.v4i1.2660>.

konsumen tidak hanya terhadap penipuan, tetapi juga terhadap zat-zat berbahaya yang mungkin bisa saja terkandung dalam suatu produk kesehatan.

Tidak adil rasanya apabila kita hanya melihat sisi positif *e-commerce* berdasarkan kaca mata konsumen saja, maka kita perlu membandingkan dengan *point of view* dari pelaku bisnis, jika kita memposisikan diri dari kaca mata mereka maka kita sebagai pelaku usaha akan menemui kemudahan untuk melakukan aktivitas perdagangan barang atau jasa yang kita miliki, selain itu *e-commerce* sudah pasti akan menjadi *advertising* gratis bagi pelaku usaha, sehingga para pelaku usaha bisa menghemat biaya pemasaran, dan penyebaran informasi produk lebih mudah, cepat, dan luas. Manfaat dari keberadaan *e-commerce* juga membantu pelaku usaha agar dapat menjamah pasar yang lebih luas, serta kemudahan untuk berkomunikasi antara pelaku usaha dengan para pelanggannya, dan turut serta memudahkan proses pembayaran.¹⁷

Berbicara mengenai dampak positif, tidak *fair* pula rasanya jika kita tidak melihat dari sisi negatif yang ditimbulkan dengan kehadiran *e-commerce*, pada kesempatan ini kita tidak akan membahas dari masing-masing *point of view* sebagai pelaku kegiatan *e-commerce*, namun kita akan membahasnya secara umum. Dampak negatif pertama adalah ketergantungan teknologi, karena *e-commerce* adalah bagian dari kemajuan teknologi, oleh sebab itulah *e-commerce* juga akan bergantung pada teknologi-teknologi lain sebagai penunjangnya. Jadi, jika terjadi masalah teknis atau serangan *cyber* maka bisnis *e-commerce* dapat terganggu dan bahkan berhenti. Dampak negatif lainnya adalah seringkali terjadi tindak penipuan oleh oknum tak bertanggung jawab dengan melakukan pemasaran produk miliknya didalam *e-commerce* tapi tidak menjamin barangnya sampai kepada konsumen.¹⁸

Popularitas bisnis *e-commerce* juga dapat merugikan toko fisik atau *Offline Store* yang kesulitan atau bahkan tidak dapat bersaing dalam segi harga dan kenyamanan berbelanja, hal ini dapat menyebabkan toko fisik gulung tikar dan mengurangi

¹⁷ Dedon Dianta, "Urgensi Penegakan Hukum *E-commerce* di Indonesia: Sebuah Tinjauan Yuridis," *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora* 3, no. 1 (29 April 2023): 1–14, <https://doi.org/10.57250/ajsh.v3i1.173>.

¹⁸ Tutik Mustajibah, "DINAMIKA *E-COMMERCE* DI INDONESIA TAHUN 1999-2015," *AVATARA, e-Journal Pendidikan Sejarah* 10, no. 3 (2021): hlm. 8, <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/avatara/article/view/40965/35368>.

ketersediaan lapangan kerja di masyarakat dalam sektor perdagangan tradisional. Terlebih lagi hadirnya 5 *e-commerce* terbesar di Indonesia, yakni Blibli, Bukalapak, Lazada, Tokopedia, dan Shopee.¹⁹ Dampak lain yang timbul bahkan dari segi lingkungan, kecepatan pengiriman barang melalui ekspedisi yang ditawarkan oleh *E-Commerce* dapat mempercepat pengiriman barang, namun ini juga justru akan meningkatkan konsumsi energi serta akan menghasilkan limbah. Kegiatan tersebut berdampak negatif pada lingkungan dan perubahan iklim.

Dalam sejarahnya, kemajuan perkembangan *e-commerce* atau perdagangan elektronik yang pesat sangat mempengaruhi ekonomi negara baik secara makro maupun mikro.²⁰ Maka dari itu, peraturan *e-commerce* bermula pada surat edaran Direktur Jendral Pajak Nomor S-429/PJ.22/1998 tertanggal 24 Desember 1998. Surat tersebut tertuang mengenai pedoman dalam melihat potensi perpajakan dalam *e-commerce*.

Setelah adanya surat edaran tersebut, terbitnya regulasi pemerintah dalam wujud undang-undang yakni UU 8/1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang tersebut menitikberatkan perlindungan konsumen dalam memberikan kepastian hukum dengan melihat aspek keselamatan dan keamanan konsumen, keseimbangan, keadilan, dan kemanfaatan hukum.

Peraturan perundang-undangan tersebut mewadahi keamanan atas hak-hak konsumen yang tertuang dalam Pasal 4 UU 8/1999. Instrumennya ialah (1) hak untuk memperoleh perlindungan hukum dan perlakuan yang baik; (2) hak dalam mendengar keluhan kesahnya; (3) hak dalam memperoleh informasi yang benar dan jelas; (4) hak dalam memilih produk; (5) hak dalam memperoleh kenyamanan dan keamanan. Sehubungan dengan hal tersebut, maka terdapat pula kewajiban penjual yang harus dilaksanakan dengan baik, yang tertuang dalam Pasal 7 UU 8/1999. Instrumennya ialah (1) bertanggung jawab dengan pemberian ganti rugi terhadap ketidaksesuaian produk; (2) kualitas produk yang terjamin; (3) perlakuan ramah

¹⁹ Aurelia Salsabila Putri dan Roni Zakaria, “ANALISIS PEMETAAN *E-COMMERCE* TERBESAR DI INDONESIA BERDASARKAN MODEL KEKUATAN EKONOMI DIGITAL,” 2020, 12.

²⁰ Tutik Mustajibah dan Agus Trilaksana, “DINAMIKA *E-COMMERCE* DI INDONESIA TAHUN 1999-2015” 10, no. 3 (2021): 4.

terhadap konsumen; (4) memasarkan dan menginformasikan barang dengan jelas dan benar; (5) mempunyai itikad baik dalam melaksanakan jual beli.

Ramainya penggunaan *e-commerce* membuat pemerintah mencanangkan UU 11/2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang selanjutnya disebut sebagai UU ITE. Dalam undang-undang tersebut tertuang tentang segala kegiatan yang melibatkan media elektronik, salah satunya ialah jual beli. Hal tersebut dapat dilihat ruang lingkupnya melalui Pasal 1 ayat (2) UU ITE yang termuat ketentuan yakni “*Perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya*”.

Dalam hal jual beli *e-commerce*, penjual juga harus mengutamakan kejelasan dan kebenaran informasi kepada konsumen. Hal tersebut meliputi deskripsi produk hingga identitas toko atau produk dalam suatu kontrak secara lengkap, jelas, dan benar. Ketentuan tersebut tertuang dalam Pasal 9 UU ITE yang berbunyi “*Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan*”.

Selain kedua peraturan perundang-undangan di atas, terdapat pula PP No. 80 Tahun 2019. PP tersebut menuturkan bahwasannya penjual dalam memasarkan dan menyebarluaskan dagangannya secara elektronik, wajib disertai dengan data dan/atau informasi yang benar, lengkap, dan jelas. Namun, pada faktanya regulasi tersebut belum cukup dalam menanggulangi wanprestasi atau kecurangan dalam jual beli secara elektronik.²¹

Urgensi dan Problematika Hukum dalam *E-commerce*

E-commerce pada umumnya, terdapat tiga pihak yang terlibat, yakni pembeli atau *buyer*, penjual atau *seller*, dan pihak ketiga sebagai perantara antara pembeli dan penjual. Umumnya dapat diketahui sesuai dengan hukum perdata, terdapat teori ilmu hukum perikatan, yang mana hubungan hukum antar dua pihak yang membuat

²¹ Rizky Amelia dkk., “Penyelesaian Sengketa Konsumen Dalam *E-commerce* Di Indonesia,” *Fundamental: Jurnal Ilmiah Hukum* 12, no. 1 (17 Mei 2023): 3, <https://doi.org/10.34304/jf.v12i1.92>.

timbulnya hak dan kewajiban atas suatu prestasi atau perjanjian.²² Hal tersebut dapat dimaknai bahwa Pembeli dalam *e-commerce* berkewajiban untuk melakukan pembayaran atas barang yang beli, dan memiliki hak untuk menerima barangnya, sedangkan Penjual berkewajiban untuk memberikan/menyerahkan barang yang telah dibeli oleh si pembeli, dan memiliki hak untuk menerima uang pembayaran. Dasar hukum yang mengatur hak serta kewajiban penjual terdapat pada KUHPer Pasal 1457, penjual memiliki hak serta tanggung jawab dalam transaksi jual beli seperti, mengalihkan kepemilikan terhadap barang yang dipertukarkan, lalu menerima keuntungan dan risiko yang tersembunyi, dan wajib menginformasikan produk atau layanan yang ditawarkan secara jujur, transparan, dan faktual.

Mengeluti dunia *e-commerce* sudah pasti tidak selalu berjalan lancar seperti yang kita harapkan, karena suka tidak suka, pasti ada saja hambatan-hambatan yang menjadi dinding penghalang yang akan menghadang. Apalagi kita tahu bahwa Covid-19 lalu meskipun memiliki dampak yang signifikan dalam pertumbuhan ekonomi karena kurangnya permintaan konsumen dan rantai pasokan, tetapi kehadiran *e-commerce* saat itu membuat meningkatnya bisnis digital di Indonesia.²³ Setiap orang pasti pernah dipertemukan dengan beberapa orang yang tidak kooperatif seperti yang kita harapkan, oknum-oknum tersebut melakukan tindakan-tindakan kejahatan saat kita sedang asyik belanja di *e-commerce*. Secara subjektif, kesalahan/keteledoran secara teknis dari pihak pemberi jasa layanan juga dapat mengancam keselamatan dan ketentraman hidup orang/pengguna jasa. Selanjutnya akan dibahas terkait dengan sengketa hukum bidang *e-commerce* yang ditemui di Indonesia.

Penipuan online adalah sengketa yang terjadi dalam dunia *e-commerce*, penipuan online sebenarnya serupa seperti penipuan pada umumnya atau konvensional, akan tetapi bedanya adalah penggunaan media/platformnya saja, penipuan online

²² Niru Anita Sinaga, "IMPLEMENTASI HAK DAN KEWAJIBAN PARA PIHAK DALAM HUKUM PERJANJIAN," *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara-Fakultas Hukum Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma* 10, no. 1 (September 2019): hlm. 2.

²³ Syamsidarti Laming, "TREN *E-COMMERCE* PADA ERA PANDEMI COVID-19," *Jurnal Penelitian Humano* 11, no. 2 (November 2020): 8.

menggunakan perangkat elektronik dalam meluncurkan modus kejahatannya.²⁴ Penipuan yang terjadi secara online dapat terjadi dalam berbagai bentuk/cara seperti menjual produk-produk tiruan/palsu atau tidak sesuai dengan deskripsi yang dicantumkan, ataupun tindakan wanprestasi dari pelaku usaha yang tidak menyerahkan/mengirimkan barang yang dibeli atau barang yang dikirimkan tidak sesuai. Penipuan online tidak hanya memungkinkan untuk dilakukan oleh pelaku bisnis saja, akan tetapi juga memungkinkan untuk dilakukan oleh konsumen (*buyer*). Penipuan online yang dilakukan oleh konsumen contohnya seperti penggunaan data kartu kredit secara tidak sah, dan tindakan wanprestasi dengan tidak berkenan untuk membayar barang yang dikirimkan.

Upaya dalam menanggulangi ihwal yang tidak dikehendaki sebagaimana penjabaran diatas adalah dengan cara korban penipuan online mengajukan bantuan kepada *platform* penyedia jasa *e-commerce* untuk dibantu dalam upaya penyelesaian masalah, jika tidak berhasil atau malah ternyata pelaku kecurangan tersebut justru dari penyedia *platform e-commerce* itu sendiri, maka langkah yang dapat ditempuh adalah melaporkannya kepada BPSK atau melayangkan tuntutan hukum terhadap penjual/pembeli atau *platform e-commerce* yang terlibat. Aspek pelanggaran terhadap hak cipta dalam *e-commerce* juga berpotensi atau bahkan dapat menjadi tempat terjadinya pelanggaran hak cipta seperti misalnya penjualan barang palsu/tiruan/bajakan, penggunaan gambar atau konten tanpa seizin pemiliknya, maka pemilik hak cipta tersebut berhak untuk/dapat mengajukan tindakan tersebut pada sebuah tuntutan hukum, yang akan menjerat para penjual atau *platform e-commerce* yang terlibat. Perlu adanya upaya kolaboratif antara pemerintah, *platform e-commerce*, dan kelompok advokasi konsumen sebagai instrumen penegakan hukum *e-commerce* di Indonesia.²⁵

²⁴ Anang Rafli Mahesa, "PENEGAKAN HUKUM TERHADAP TINDAK PIDANA PENIPUAN JUAL BELI ONLINE (*E-COMMERCE*) DI KOTA YOGYAKARTA" (Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2023), hlm. 2, <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/42696/18410396.pdf?sequence=1>.

²⁵ Irsan Rahman dkk., "Hukum Perlindungan Konsumen di Era *E-commerce*: Menavigasi Tantangan Perlindungan Konsumen dalam Lingkungan Perdagangan Digital," *Jurnal Hukum dan HAM Wara Sains* 2, no. 08 (31 Agustus 2023): 7, <https://doi.org/10.58812/jhhws.v2i08.605>.

Perselisihan *e-commerce* dapat terjadi antara penjual dan pembeli dalam hal ketidakpatuhan kontrak seperti produk tidak dikirimkan atau produk tak sesuai deskripsi, pembayaran tidak diterima penjual, atau konsumen yang merasa dirugikan bisa menuntut secara hukum terhadap pihak yang melanggar kontrak. Terakhir adalah soal perlindungan data pribadi, *e-commerce* juga harus memastikan bahwa data pribadi konsumen yang disimpan memiliki keamanan yang terjamin dan tidak disalahgunakan. Pelanggaran seseorang atau kebocoran data konsumen dapat menjadi alasan untuk mengajukan tuntutan hukum terhadap *platform e-commerce* yang tidak memenuhi standar keamanan data yang sebagaimana telah diregulasikan.

Selanjutnya, penelitian ini membahas mengenai urgensi perlindungan hukum apa yang memproteksi kita, sebab dalam konstitusi negara Republik Indonesia telah eksis suatu aturan perundang-undangan yang meregulasi terkait problema pada tubuh *e-commerce*. Undang-Undang No 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), didalamnya tersusun prihal seluruh perspektif hukum yang berkaitan dengan transaksi elektronik seperti legalitas dokumen elektronik, pengakuan tanda tangan elektronik, dan keamanan transaksi elektronik, Peraturan Pemerintah No 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik sebagai panduan terkait aturan main atau sistem dan transaksi elektronik, Peraturan Bank Indonesia No 18/40/PBI/2016 sebagai penerapan sistem elektronik pada Kegiatan Perbankan yang mengatur tentang penggunaan sistem elektronik dalam transaksi perbankan, dan Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menjadi payung hukum bagi konsumen yang bertransaksi di *e-commerce*.²⁶

Jual beli merupakan perjanjian yang mengikatkan suatu pihak untuk menyerahkan hak milik atas barang yang memiliki manfaat untuk penggunaanya kepada pihak lain dengan kesepakatan yang dibuat bersama.²⁷ Maka aktivitas jual beli dapat dikatakan sebagai sebuah perjanjian, Pasal 1313 KUHPer menerangkan bahwa pengertian

²⁶ Elina Rudiastari, "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM PERJANJIAN JUAL BELI MELALUI *E-COMMERCE* DI INDONESIA" 5 (2015): 10.

²⁷ Shobirin Shobirin, "JUAL BELI DALAM PANDANGAN ISLAM," *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 3, no. 2 (Desember 2015): hlm. 240.

perjanjian adalah suatu perbuatan yang mana seseorang atau lebih mengikatkan dirinya kepada satu orang atau lebih. Menurut salah seorang ahli Bernama Qirom Samsudin mendefinisikan perjanjian sebagaimana suatu peristiwa yang terjadi akibat seseorang berjanji kepada seorang lain atau seorang lain tersebut saling berjanji untuk melakukan suatu hal.²⁸ Bersumber daripada apa yang tertulis diatas, maka dapat disimpulkan bahwa suatu perjanjian akan melahirkan perikatan, dengan kata lain perjanjian adalah sumber perikatan disamping sumber-sumber lain.²⁹

Berbicara soal Perikatan, definisi dari Perikatan sendiri adalah suatu hubungan hukum antar subjek hukum, perikatan lahir ketika seseorang atau beberapa orang mengikatkan dirinya dalam sebuah klausula perjanjian untuk melakukan ataupun tidak melakukan suatu hal kepada pihak lain. Sumber Hukum Perikatan adalah 1233 KUHPer, yang mana bunyinya adalah “tiap-tiap perikatan dilahirkan karena persetujuan baik karena undang-undang.”³⁰ Artinya maka Perikatan dapat terlahir akibat dari undang-undang ataupun dari persetujuan/perjanjian.

Aktivitas dalam membuat perjanjian, tentu terdapat pula prasyarat yang harus dipenuhi oleh masing-masing pihak untuk melahirkan suatu perikatan. Mengacu pada Pasal 1320 KUHPer, didalamnya termaktub apa-apa saja yang menjadi syarat terbentuknya perikatan. Ada 4 (empat) syarat sebagai kualifikasi, yaitu: Pertama adalah Sepakat, para pihak harus saling sepakat untuk mengikatkan dirinya dalam suatu perjanjian yang hendak dibuat; Kedua adalah Cakap, para pihak harus cakap secara hukum terlebih dahulu untuk dapat mengikatkan dirinya dalam suatu perjanjian. Syarat seseorang untuk dinilai cakap secara hukum dapat dinilai dari Pasal 1330 KUHPer yang menjabarkan ketidak cakapan seseorang untuk membuat suatu perjanjian, maka dari pasal tersebut dapat kita ketahui syarat agar cakap dalam membuat perjanjian yakni sebagai: dewasa, tidak dibawah pengampuan (dengan kata lain sehat secara akal), dan khusus wanita adalah tidak sedang dalam ikatan

²⁸ Retna Gumanti, “SYARAT SAHNYA PERJANJIAN (Ditinjau Dari KUHPerdata),” *Jurnal Pelangi Ilmu* 5, no. 1 (2012): hlm. 3, <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JPI/article/view/900/840>.

²⁹ I Ketut Oka Setiawan, *HUKUM PERIKATAN* (Jakarta: Sinar Grafika, 2015), hlm. 5.

³⁰ Serjio Saeh, Liju Z. Vianny, dan Deine R. Ringkuangan, “KAJIAN HUKUM TERHADAP KEKUATAN MENGIKAT MEMORANDUM OF UNDERSTANDING DITINJAU DARI PASAL 1233 KUHPERDATA,” *Lex Privatum* 4, no. 4 (April 2021): hlm. 55.

perkawinan (ketentuan khusus wanita ini sudah dihapus tergantikan dengan ketentuan yang ada di dalam UU Perkawinan); Ketiga adalah suatu hal tertentu, maksudnya adalah sesuatu yang dijadikan sebagai objek perjanjian, sebagaimana yang diterakan pada Pasal 1333 KUHPer “suatu perjanjian harus mempunyai sebagai pokok suatu barang yang paling sedikit ditentukan jenisnya.” Hal tersebut dapat ditengarai sebagai objek yang diperjanjikan; Keempat, syarat sebagai sah nya perjanjian adalah klausa atau sebab yang halal, maksudnya adalah itikad dalam perjanjian tersebut haruslah dengan tujuan yang baik dan tidak bertentangan dengan hukum/bukanlah suatu tindak pidana. Contohnya perjanjian jual beli narkoba, perjanjian tersebut batal demi hukum karena tidak memiliki sebab yang halal, sehingga perjanjian tidak sah dan dianggap tidak pernah ada karena telah bertentangan dengan hukum, akibatnya perjanjian tersebut tidak dilindungi oleh undang-undang.

Hadirnya Konsep *Online Dispute Resolution* Sebagai Upaya Penyelesaian Sengketa Konsumen

Hadirnya *e-commerce* menjadikan adanya metode baru sebagai upaya penyelesaian sengketa konsumen, yakni metode *Online Dispute Resolution* (ODR). Sebenarnya penyelesaiannya sama dengan konsep *offline* atau konvensional. Namun, bedanya ialah tata cara penggunaannya, yakni menggunakan media elektronik. ODR hadir sebagai pihak keempat (*fourth party*) di antara para pihak yang bersengketa untuk saling berkomunikasi meskipun tidak melakukan pertemuan tatap muka (*face to face*). Adanya metode ini tentu memberikan fasilitas kepada para pihak untuk mengklarifikasi satu sama lain terkait sengketa yang terjadi dengan adanya *video conference*.

Praktik ODR telah berjalan dalam lembaga penyelesaian sengketa di berbagai negara seperti China dan Amerika. Indonesia tentunya dapat menjadikan contoh kedua negara tersebut, sebagaimana China dalam websitenya www.cietac.org dan Amerika dalam websitenya www.adr.org. Para pihak yang bersengketa dapat mengisi *form*

yang telah disediakan untuk diunduh. Website tersebut juga termuat ketentuan-ketentuan seperti biaya dan prosedur yang dapat diakses oleh para pihak.³¹

Praktik ODR ini telah tertuang dalam UU 7/2014 tentang perdagangan. Pada pasal 65 ayat (5) termuat ketentuan yang membolehkan sengketa *e-commerce* untuk diselesaikan di luar pengadilan, salah satunya ialah melalui ODR. Pada saat ini, Indonesia telah membentuk Badan Arbitrase Nasional (BANI). Lembaga tersebut berwenang untuk menyelesaikan sengketa konsumen, yang dalam perjanjiannya tertulis seperti “apabila timbul perselisihan dalam perjanjian ini, maka akan diselesaikan di hadapan BANI atau menggunakan prosedur BANI” yang tentunya dengan mencermati kaidah-kaidah tertentu yang telah para pihak sepakati. Penyelesaian dalam BANI berlandaskan itikad baik dengan tata cara yang non-konfrontatif dan kooperatif.

Implementasi Penyelesaian Sengketa *E-commerce* dalam hal Terjadinya Salah Kirim Barang

Pada bulan Juni tahun 2015, seorang *consumer* mengeluh terkait apa yang ia peroleh setelah bertransaksi di sebuah *platform e-commerce* bernama X (nama disamarkan), beliau mencurahkan keresahannya di media sosial melalui akun twitter pribadinya, kicauan tersebut berbunyi: “Beli iphone 6+ nyampnya sabun nuvo! Hanya di @E-commerceX BURUAN GUYS!!! Buruan bangkrut maksudnya lo” sebagaimana yang dikutip dari portal berita Liputan 6, usut punya usut ternyata warganet tersebut membeli seperangkat smartphone Iphone 6+, namun barang yang ia terima malah sebuah sabun batang. Akhir cerita, pihak *e-commerce* X telah menyelesaikan permasalahan tersebut dengan diantarkannya secara langsung oleh jajaran petinggi perusahaan, sebuah unit Iphone 6+ yang sesuai dengan pesanan pihak terkait, setelah adanya penawaran dari pihak *e-commerce* X untuk penggantian barang atau pengembalian uang.³²

³¹ Meline Gerarita Sitompul, M Syaifuddin, dan Annalisa Yahanan, “ONLINE DISPUTE RESOLUTION (ODR): PROSPEK PENYELESAIAN SENGKETA *E-COMMERCE* DI INDONESIA,” *Jurnal Renaissance* 1, no. 2 (Agustus 2016): 12.

³² Adhi Maulana, “Heboh! Beli iPhone 6 di Lazada Malah Dapat Sabun,” *liputan 6*, 30 Juni 2015, <https://www.liputan6.com/tekno/read/2262555/heboh-beli-iphone-6-di-lazada-malah-dapat-sabun>.

Usai sebelumnya terjadi kasus salah kirim barang oleh *e-commerce* X, kini kasus serupa tersebut terulang kembali, hampir mirip dengan kasus sebelumnya, *e-commerce* X kali ini kedatangan komplain atau aduan dari pelanggan lainnya dari akun twitter. Konsumen pada kasus ini mengeluhkan pelayanan pihak *e-commerce* X sebagai *e-Commerce Business-to-Consumer (B2C)* dengan permasalahan pesanan Smartphone Asus Zenfone 6 miliknya berganti menjadi pewangi pakaian sebagaimana yang dikutip dari portal berita liputan 6 Sontak hal tersebut serasa *de javu* bagi kita yang mengikuti perkembangan berita sebelumnya.³³

Merujuk terbitan berita dari portal berita yang penulis temukan, *e-commerce* X telah menemukan titik permasalahan yang terjadi dalam kasus penipuan online ini. Mengutip keterangan resmi dari pihak *e-commerce* X sendiri mengatakan bahwa mereka tengah mengusut kasus ini, dan mengidentifikasi pihak bertanggung jawab dalam masalah ini untuk diambil tindakan represif. Sayangnya penulis tidak menemukan berita kelanjutan kasus *e-commerce* X tersebut dan mengenai sikap *e-commerce* X dalam upaya pertanggung jawabannya terhadap korban. Menelisik dari kasus terdahulu, mungkin saja *e-commerce* X akan melakukan Langkah penanggulangan yang serupa, namun bedanya *e-commerce* X tidak hanya akan bertanggung jawab terhadap korban, tetapi *e-commerce* X juga memperkarakan pekerjaannya yang ditengarai dengan sengaja menukar barang. Tergambar dari peristiwa tersebut, jika kita berandai-andai apabila pemilik usaha tidak ada itikad baik dalam menyelesaikan sengketa *e-commerce* berjenis *Business-to-Consumer (B2C)* tersebut, maka apa saja upaya-upaya hukum yang dapat kita lakukan untuk pemenuhan hak yang semestinya kita dapatkan. Sebenarnya langkah awal dan paling mudah adalah penyelesaian melalui jalur kekeluargaan, dengan saling bicara dan mencari *win-win solutions*, akan tetapi jika memang tidak dapat diselesaikan secara damai, maka pihak yang seharusnya bertanggung jawab kita gugat ke jalur Hukum Pidana maupun Perdata. Kedua Hukum tersebut menjadi payung hukum terhadap permasalahan yang terjadi diatas.

³³ Dewi Widya Ningrum, "Kasus Lagi, Beli Asus Zenfone 6 di Lazada Malah Dapat Kispray," *liputan 6*, 8 Juni 2015, <https://www.liputan6.com/tekno/read/2268889/kasus-lagi-beli-asus-zenfone-6-di-lazada-malah-dapat-kispray>.

Langkah awal untuk menyelesaikan persoalan sengketa, konsumen terdampak bisa meminta bantuan penyelesaian sengketa pada BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen) sebagai Langkah awal untuk meminta hak-hak konsumen diberikan oleh pelaku usaha yang melakukan wanprestasi. BPSK dibentuk berlandaskan UU No. 8 tahun 1999 yang bertujuan sebagaimana untuk menyelesaikan sengketa konsumen, BPSK sendiri berkedudukan di Ibukota Provinsi dan wilayah kerjanya mencakup satu provinsi, sehingga bantuan penyelesaian sengketa mengedepankan domisili terdekat bukan tempat terjadinya perkara.³⁴ BPSK adalah badan nonstruktural yang berfungsi untuk menyelesaikan sengketa konsumen diluar pengadilan³⁵ dengan begitu penyelesaian melalui BPSK tidak memiliki kekuatan hukum tetap, namun bisa menjadi efektif karena BPSK dapat mempertemukan kedua belah pihak yang bersengketa. BPSK juga mengedepankan prinsip peradilan murah, cepat, dan sederhana, sama seperti yang diterapkan pada badan peradilan yang ada di Indonesia, terlebih lagi BPSK dalam menyelesaikan sengketa konsumen dapat menggunakan metode, mediasi, arbitrase, dan konsiliasi.

Langkah terbaik apabila penyelesaian sengketa melalui BPSK tidak dapat dilakukan, maka penyelesaian sengketa dapat ditempuh melalui jalur litigasi, baik secara perdata maupun pidana. Melihat dari perspektif Hukum Perdata, perdagangan yang diatur adalah terkait masalah *person-to-person*. Definisi jual-beli menurut Pasal 1457 KUHPer adalah sebuah kesepakatan antara kedua belah pihak untuk saling menyerahkan barang dan membayar harga yang telah disepakati, kendati barang belum diserahkan atau pembayaran belum dilakukan, kesepakatan dianggap sudah terjadi apabila kedua belah pihak telah menyetujui mengenai barang dan harganya. Jadi dalam konteks peristiwa *e-commerce* X diatas, secara hukum perdata kedua belah pihak telah melakukan kegiatan perdagangan, sehingga apabila satu pihak mengingkari/tidak melakukan sebagaimana semestinya yang disepakati, maka pihak yang dianggap

³⁴ Rifki Putra Perdana, Fuad, dan Said Munawar, "Implementasi Penyelesaian Sengketa Konsumen Oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen di Yogyakarta," *WIDYA PRANATA HUKUM* 3, no. 2 (September 2021): hlm. 2, <https://dx.doi.org/10.37631/widyapranata.v3i2.433>.

³⁵ Imelda Tamba, "PERANBPSK DALAM PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN DI INDONESIA UNTUK SEBAGAI WUJUD CITA-CITA PERLINDUNGAN KONSUMEN DI BIDANG EKONOMI," *Ensiklopedia of Journal* 1, no. 1 (Oktober 2018): hlm. 82.

melakukan Tindakan berlawanan atau pelanggaran tersebut disebut telah berlaku wanprestasi. Tindakan wanprestasi dapat kita ajukan gugatan ke pengadilan negeri setempat, dan diproses sebagaimana tuntutan yang diajukan. Tuntutan dapat berupa permintaan kepada pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi berupa uang atau barang yang sebagaimana semestinya dilakukan kala bertransaksi.

Legal Standing (kedudukan hukum)³⁶ yang dapat menjadi batu pijakan dalam proses hukum melalui Hukum Pidana adalah: Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 4 huruf (e) yang mana dalam peraturan perundang-undangan tersebut menegaskan bahwa salah satu hak konsumen adalah mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa secara patut.³⁷ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 7 huruf (f) yang mana didalamnya mengatur salah satu kewajiban pelaku usaha, yaitu memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Ada juga Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2012 yang meregulasi terkait Penyelenggaraan Sistem Elektronik, dimana penyelenggara sistem elektronik tersebut wajib menerapkan manajemen risiko terhadap kerusakan atau kerugian beroperasi sebagaimana mestinya. Terakhir, regulasi yang mengatur dan melindungi konsumen adalah Undang-Undang Republik Indonesia tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Nomor 11 Tahun 2008 Pasal 28 Ayat (1), undang-undang tersebut menjerat seseorang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik.

Pelaku usaha dalam kasus ini juga memiliki tanggung jawab moral untuk menjunjung dan menerapkan prinsip perlindungan konsumen berupa prinsip tanggung jawab atas kesalahan/kelalaian. Prinsip tersebut memiliki sifat yang subjektif, artinya pertanggung

³⁶ Aprista Ristyawati, "ANALISIS HUKUM MENGENAI LEGAL STANDING PEMOHON DALAM PERKARA PEMBUBARAN PARTAI POLITIK DI INDONESIA SEBAGAI WUJUD NEGARA DEMOKRATIS." (Universitas Diponegoro Semarang, 2017), hlm. viii, <http://eprints.undip.ac.id/61607/>.

³⁷ Dewa Gede Ananta Prasetya, Anak Agung Sagung Laksmi Dewi, dan Ni Made Puspasutari Ujianti, "Tinjauan Yuridis Industri *E-commerce* dalam Melakukan Kegiatan Transaksi Online," *Jurnal Konstruksi Hukum* 3, no. 2 (29 Maret 2022): hlm. 369, <https://doi.org/10.55637/jkh.3.2.4838.365-370>.

jawaban yang dilakukan dari perilaku pelaku usaha tersebut, sehingga faktor yang menentukan konsumen berhak mengajukan gugatan ganti rugi atau tidak tergantung dari perilaku pelaku usaha yang membawa dampak kerugian terhadap konsumen.

Implementasi Penyelesaian Sengketa *E-commerce* dalam hal Terjadinya Wanprestasi Terhadap Akun Kaskus “BlackPanda”

Pada bulan September tahun 2015 kembali lagi terjadi insiden terkait *e-commerce* di Indonesia. Kali ini peristiwanya terjadi di Kaskus, di dalam platform media Kaskus terdapat penyedia jasa rekening bersama atau rekber. Rekber ini menjadi penengah untuk transaksi antar pengguna, dan banyak diminati oleh para pengguna Kaskus untuk bertransaksi. Polemik muncul ketika terjadi insiden yang mana seorang pemilik akun di Kaskus yang mana adalah pengelola rekber yang populer, dengan akun bernama “BlackPanda” kabur dan membawa uang hasil transaksi yang sebagaimana mestinya ia serahkan kepada pengguna lain yang menggunakan jasanya.³⁸

Terdapat beberapa pertanyaan yang terlintas dalam kasus ini. Pertama adalah mengenai upaya hukum apa yang bisa kita lakukan? Kedua adalah berlandaskan apa kita melakukan tuntutan terhadap pelaku? Sebelum berbicara kesana, alangkah baiknya dibahas terlebih dahulu mengenai tindak pidana apa yang dilakukan oleh oknum pemilik akun “BlackPanda” tersebut, tindakan tersebut adalah sebuah penggelapan, didalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Penggelapan adalah proses atau cara untuk berbuat menggelapkan (penyelewengan) yang menggunakan barang secara tidak sah, atau dapat diartikan sebagai penyalahgunaan hak atau kepercayaan. Pasal 372 KUHP mengatur mengenai tindak pidana penggelapan. Pasal ini menyatakan bahwa seseorang dapat dijerat dengan pidana penjara selama 4 tahun atau denda sebesar Rp. 900,000,00 apabila dengan sengaja dan melanggar hukum ia

³⁸ Aditya Panji, “Penggelapan Dana Rekber Blackpanda Kaskus Capai Rp 515 Juta,” *CNN Indonesia*, 15 September 2015, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20150915133550-185-78851/penggelapan-dana-rekber-blackpanda-kaskus-capai-rp-515-juta>.

memiliki barang yang seluruhnya atau sebagian merupakan milik orang lain, tetapi barang tersebut berada di bawah kekuasaannya bukan karena kejahatan.³⁹

Tindakan tersebut dapat ditengarai sebagai tindak pidana penipuan, menurut Pasal 378 KUHP tindak pidana penipuan adalah “Barangsiapa dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum, dengan memakai nama palsu ataupun rangkaian kebohongan, menggerakkan orang lain untuk menyerahkan barang sesuatu kepadanya atau supaya memberi hutang maupun menghapuskan piutang.”⁴⁰ Dalam perbuatan tersebut jelas pelaku hendak bermaksud untuk menguntungkan diri sendiri, sehingga telah memenuhi unsur subjektif dalam pasal tersebut. Lantas tindak pidana yang terjadi setelah bertransaksi melalui jejaring internet ini berdampak pada kerugian konsumen, sehingga Pasal 378 KUHP tersebut dikaitkan dengan Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang berbunyi “Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik.” juga akan dijerat dengan pidana penjara paling lama 6 tahun dan denda paling banyak 1 miliar.⁴¹ Pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku tersebut juga telah melanggar prinsip perlindungan konsumen dengan prinsip tanggung jawab berdasarkan wanprestasi.

PENUTUP

Kegiatan transaksi *e-commerce* di Indonesia cukup aman, meskipun beberapa kali terjadi kesalahan, atau hal-hal yang merugikan penggunaanya. Konsumen harus terproteksi secara hukum agar dapat menjamin kenyamanan, keamanan, serta keselamatan mereka

³⁹ Rizky P. P. Karo Karo, “Langkah Hukum Jika Menjadi Korban Tindak Pidana Penggelapan,” 18 Maret 2022, <https://www.hukumonline.com/klinik/a/langkah-hukum-jika-menjadi-korban-tindak-pidana-penggelapan-lt5daa75e2a4d26/>.

⁴⁰ Ikka Puspitasari, “PERTANGGUNGJAWABAN PIDANA PELAKU TINDAK PIDANA PENIPUAN ONLINE DALAM HUKUM POSITIF DI INDONESIA,” *HUMANI (HUKUM DAN MASYARAKAT MADANI)* 8, no. 1 (Mei 2018): hlm. 6.

⁴¹ Riska Amanatillah, “PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KORBAN KEJAHATAN TELEMATIKA MENURUT TINJAUAN VIKTIMOLOGI (Analisis Terhadap Pasal 28 ayat 1 UU No.11 Tahun 2008 tentang ITE)” (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh, 2018), hlm. 4, <https://repository.ar-raniry.ac.id/4345/>.

dalam bertransaksi di jejaring internet, oleh sebab itu pemerintah telah mengundang peraturan terkait *e-commerce* dan peraturan yang lebih luas yakni terkait perdagangan dan perlindungan. Pelaku usaha juga harus mengedepankan asas dan prinsip-prinsip perlindungan konsumen. Penerapan hukum juga telah tertera dalam upaya penyelesaian sengketa konsumen, seperti misalnya pembentukan BPSK dan badan peradilan umum yang siap menguraikan segala sengketa konsumen yang terjadi terlebih bila sengketa dapat diselesaikan secara online. Pemerintah juga memberikan pembinaan terhadap konsumen agar lebih mawas dalam bertransaksi di *e-commerce*, dengan eksistensi pembinaan konsumen yang tercantum pada Pasal 29 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen. Keberadaan pembinaan konsumen sangat urgent dilakukan dengan kondisi saat ini, dimana pembinaan konsumen bertujuan agar konsumen lebih memahami dan mengerti terkait informasi bertransaksi secara online yang akan dilakukan, dan sadar akan hak yang dimiliki dalam hal perlindungan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanatillah, Riska. "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KORBAN KEJAHATAN TELEMATIKA MENURUT TINJAUAN VIKTIMOLOGI (Analisis Terhadap Pasal 28 ayat 1 UU No.11 Tahun 2008 tentang ITE)." Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh, 2018. <https://repository.ar-raniry.ac.id/4345/>.
- Amelia, Rizky, Ilyas Sarbini, Adnan, dan Sukirman. "Penyelesaian Sengketa Konsumen Dalam *E-commerce* Di Indonesia." *Fundamental: Jurnal Ilmiah Hukum* 12, no. 1 (17 Mei 2023): 199-210. <https://doi.org/10.34304/jf.v12i1.92>.
- "Apa Itu *E-commerce*," 17 Februari 2012. <https://www.unpas.ac.id/apa-itu-e-commerce/>.
- Bernada, Tetanoe. "UPAYA PERLINDUNGAN HUKUM PADA KONSUMEN DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE* UNTUK MENDUKUNG PERTUMBUHAN EKONOMI DIGITAL DI INDONESIA." *Jurnal Hukum dan Peradilan* 6, no. 1 (31 Maret 2017): 1. <https://doi.org/10.25216/jhp.6.1.2017.1-24>.
- Dewa Gede Ananta Prasetya, Anak Agung Sagung Laksmi Dewi, dan Ni Made Puspasutari Ujianti. "Tinjauan Yuridis Industri *E-commerce* dalam Melakukan Kegiatan Transaksi Online." *Jurnal Konstruksi Hukum* 3, no. 2 (29 Maret 2022): 365-70. <https://doi.org/10.55637/jkh.3.2.4838.365-370>.
- Dianta, Dedon. "Urgensi Penegakan Hukum *E-commerce* di Indonesia: Sebuah Tinjauan Yuridis." *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora* 3, no. 1 (29 April 2023):

- 1-14. <https://doi.org/10.57250/ajsh.v3i1.173>.
- Gumanti, Retna. "SYARAT SAHNYA PERJANJIAN (Ditinjau Dari KUHPerdara)." *Jurnal Pelangi Ilmu* 5, no. 1 (2012). <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JPI/article/view/900/840>.
- Handrawan, Muh Audi Rahmadani, Idfi Setyaningrum, dan Mintarti Ariani. "PERKEMBANGAN DAN DAMPAK POSITIF DAN NEGATIF E-COMMERCE BAGI UMKM SEKTOR FURNITUR DAN KONSUMEN." *CALYPTRA* 9, no. 1 (Mei 2021). <https://journal.ubaya.ac.id/index.php/jimus/article/download/5025/3605/>.
- Karo Karo, Rizky P. P. "Langkah Hukum Jika Menjadi Korban Tindak Pidana Penggelapan," 18 Maret 2022. <https://www.hukumonline.com/klinik/a/langkah-hukum-jika-menjadi-korban-tindak-pidana-penggelapan-lt5daa75e2a4d26/>.
- Khilzy Henrya Shoukat, Rafy Muhammad. "KEKUATAN HUKUM PINJAM NAMA (NOMINEE) PADA AKTA JUAL BELI DIHUBUNGKAN DENGAN PASAL 19 UUPA JO PERATURAN PEMERINTAH NO 24 TAHUN 1997 MENGENAI PENDAFTARAN TANAH." Universitas Pasundan Bandung, 2022. <http://repository.unpas.ac.id/59799/>.
- Laming, Syamsidarti. "TREN E-COMMERCE PADA ERA PANDEMI COVID-19." *Jurnal Penelitian Humano* 11, no. 2 (November 2020).
- Lastri, Widia Ayu, dan Ali Anis. "Pengaruh *E-commerce*, Inflasi dan Nilai Tukar Tukar Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia." *Jurnal Kajian Ekonomi dan Pembangunan* 2, no. 2 (1 Juni 2020): 25. <https://doi.org/10.24036/jkep.v2i2.12638>.
- Mahesa, Anang Rafli. "PENEGAKAN HUKUM TERHADAP TINDAK PIDANA PENIPUAN JUAL BELI ONLINE (E-COMMERCE) DI KOTA YOGYAKARTA." Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2023. <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/42696/18410396.pdf?sequence=1>.
- Matompo, Osgar Sahim. "LEGAL PROTECTION OF ONLINE BUSINESS TRANSACTION (E-COMMERCE) DURING THE COVID-19 PANDEMIC IN INDONESIA." *Legal Standing : Jurnal Ilmu Hukum* 4, no. 1 (18 Mei 2020): 146. <https://doi.org/10.24269/ls.v4i1.2660>.
- Maulana, Adhi. "Heboh! Beli iPhone 6 di Lazada Malah Dapat Sabun." *liputan 6*, 30 Juni 2015. <https://www.liputan6.com/tekno/read/2262555/heboh-beli-iphone-6-di-lazada-malah-dapat-sabun>.
- Maulidia, Rahma. "*E-commerce*: Pasar Digital dan Barang Digital," 21 November 2020. https://www.researchgate.net/publication/346059842_E-commerce_Pasar_Digital_dan_Barang_Digital.
- Moha, Mohamad Rivaldi, Ahmad Ahmad, Amanda Adelina Harun, dan Nurul Fazri

- Elfikri. "The Comparative Law Study: *E-commerce* Regulation in Indonesia and Singapore." *JURNAL LEGALITAS* 16, no. 2 (30 Oktober 2023): 248-59. <https://doi.org/10.33756/jelta.v16i2.20463>.
- Mustajibah, Tutik. "DINAMIKA *E-COMMERCE* DI INDONESIA TAHUN 1999-2015." *AVATARA, e-Journal Pendidikan Sejarah* 10, no. 3 (2021). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/avatara/article/view/40965/35368>.
- Mustajibah, Tutik, dan Agus Trilaksana. "DINAMIKA *E-COMMERCE* DI INDONESIA TAHUN 1999-2015" 10, no. 3 (2021).
- Ni Made Yulia Dewati Ayu, Ni Made Yulia Dewati Ayu dan Jakaria. "PENGARUH *E-COMMERCE* TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA." *Jurnal Ekonomi Trisakti* 3, no. 2 (25 Agustus 2023): 2891-2900. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.17499>.
- Ningrum, Dewi Widya. "Kasus Lagi, Beli Asus Zenfone 6 di Lazada Malah Dapat Kispray." *liputan* 6, 8 Juni 2015. <https://www.liputan6.com/tekno/read/2268889/kasus-lagi-beli-asus-zenfone-6-di-lazada-malah-dapat-kispray>.
- Nur Hayati, Adis. "Analisis Tantangan dan Penegakan Hukum Persaingan Usaha pada Sektor *E-commerce* di Indonesia." *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 21, no. 1 (22 Februari 2021): 109. <https://doi.org/10.30641/dejure.2021.V21.109-122>.
- Oka Setiawan, I Ketut. *HUKUM PERIKATAN*. Jakarta: Sinar Grafika, 2015.
- Panji, Aditya. "Penggelapan Dana Rekber Blackpanda Kaskus Capai Rp 515 Juta." *CNN Indonesia*, 15 September 2015. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20150915133550-185-78851/penggelapan-dana-rekber-blackpanda-kaskus-capai-rp-515-juta>.
- Perdana, Rifki Putra, Fuad, dan Said Munawar. "Implementasi Penyelesaian Sengketa Konsumen Oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen di Yogyakarta." *WIDYA PRANATA HUKUM* 3, no. 2 (September 2021): 1-27. <https://dx.doi.org/10.37631/widyapranata.v3i2.433>.
- Prayuti, Yuyut. "DINAMIKA PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DI ERA DIGITAL: ANALISIS HUKUM TERHADAP PRAKTIK *E-COMMERCE* DAN PERLINDUNGAN DATA KONSUMEN DI INDONESIA" 5, no. 1 (2024).
- Puspitasari, Ikka. "PERTANGGUNGJAWABAN PIDANA PELAKU TINDAK PIDANA PENIPUAN ONLINE DALAM HUKUM POSITIF DI INDONESIA." *HUMANI (HUKUM DAN MASYARAKAT MADANI)* 8, no. 1 (Mei 2018): 1-14.
- Putri, Aurelia Salsabila, dan Roni Zakaria. "ANALISIS PEMETAAN *E-COMMERCE* TERBESAR DI INDONESIA BERDASARKAN MODEL KEKUATAN EKONOMI DIGITAL," 2020.
- Rahman, Irsan, Sahrul, Riezka Eka Mayasari, Tia Nurapriyanti, dan Yuliana. "Hukum Perlindungan Konsumen di Era *E-commerce*: Menavigasi Tantangan

- Perlindungan Konsumen dalam Lingkungan Perdagangan Digital." *Jurnal Hukum dan HAM Wara Sains* 2, no. 08 (31 Agustus 2023): 704-12. <https://doi.org/10.58812/jhhws.v2i08.605>.
- Ristyawati, Aprista. "ANALISIS HUKUM MENGENAI LEGAL STANDING PEMOHON DALAM PERKARA PEMBUBARAN PARTAI POLITIK DI INDONESIA SEBAGAI WUJUD NEGARA DEMOKRATIS." Universitas Diponegoro Semarang, 2017. <http://eprints.undip.ac.id/61607/>.
- Riswandi, Dedi. "TRANSAKSI ON-LINE (E-COMMERCE): PELUANG DAN TANTANGAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM." *Jurnal Econetica* 1, no. 1 (Mei 2019): 1-13.
- Rizkinaswara, Leski. "Revolusi Industri 4.0," 28 Januari 2020. <https://aptika.kominfo.go.id/2020/01/revolusi-industri-4-0/>.
- Rudiastari, Elina. "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM PERJANJIAN JUAL BELI MELALUI E-COMMERCE DI INDONESIA" 5 (2015).
- Saeh, Serjio, Liju Z. Vianny, dan Deine R. Ringkuangan. "KAJIAN HUKUM TERHADAP KEKUATAN MENGIKAT MEMORANDUM OF UNDERSTANDING DITINJAU DARI PASAL 1233 KUHPERDATA." *Lex Privatum* 4, no. 4 (April 2021): 55-64.
- Shobirin, Shobirin. "JUAL BELI DALAM PANDANGAN ISLAM." *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 3, no. 2 (Desember 2015): 240-61.
- Sinaga, Niru Anita. "IMPLEMENTASI HAK DAN KEWAJIBAN PARA PIHAK DALAM HUKUM PERJANJIAN." *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara-Fakultas Hukum Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma* 10, no. 1 (September 2019): 1-20.
- Sitompul, Meline Gerarita, M Syaifuddin, dan Annalisa Yahanan. "ONLINE DISPUTE RESOLUTION (ODR): PROSPEK PENYELESAIAN SENGKETA E-COMMERCE DI INDONESIA." *Jurnal Renaissance* 1, no. 2 (Agustus 2016).
- Sudaryono, Efana Rahwanto, dan Ratna Komala. "E-COMMERCE DORONG PEREKONOMIAN INDONESIA, SELAMA PANDEMI COVID 19 SEBAGAI ENTREPRENEUR MODERN DAN PENGARUHNYA TERHADAP BISNIS OFFLINE." *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS (JUMANIS) PRODI KEWIRAUSAHAAN* 2, no. 2 (2020).
- Tamba, Imelda. "PERANBPSK DALAM PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN DI INDONESIA UNTUK SEBAGAI WUJUD CITA-CITA PERLINDUNGAN KONSUMEN DI BIDANG EKONOMI." *Ensiklopedia of Journal* 1, no. 1 (Oktober 2018): 79-84.
- Urip Salami, Rochani, dan Rahadi Wasi Bintoro. "ALTERNATIF PENYELESAIAN SENGKETA DALAM SENGKETA TRANSAKSI ELEKTRONIK (E-COMMERCE)." *Jurnal Dinamika Hukum* 13, no. 1 (Januari 2013): 125-35. <http://dx.doi.org/10.20884/1.jdh.2013.13.1.161>.