

JURNAL ILMIAH
PERLINDUNGAN KONSUMEN *E-COMMERCE* DALAM
PERDAGANGAN BERDASARKAN HUKUM POSITIF DI
INDONESIA



Oleh :
Ihwan Yusuf Mahmudi
D1A116108

FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MATARAM
2023

HALAMAN PENGESAHAN


**PERLINDUNGAN KONSUMEN *E-COMMERCE* DALAM
PERDAGANGAN BERDASARKAN HUKUM POSITIF DI
INDONESIA**



Oleh :
Ihwan Yusuf Mahmudi
D1A116108

Menyetujui,

Pembimbing Pertama


Dr. H. Hirsanuddin SH., M. Hum
NIP. 19621231988031011

PERLINDUNGAN KONSUMEN *E-COMMERCE* DALAM PERDAGANGAN BERDASARKAN HUKUM POSITIF DI INDONESIA

Oleh:

**Ihwan Yusuf Mahmudi
D1A116108**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengaturan Perlindungan Konsumen *E-commerce* dalam Perdagangan Berdasarkan Hukum Positif di Indonesia. Dan untuk mengetahui Bentuk Perlindungan Konsumen *E-commerce* dalam Perdagangan Didalamnya Berdasarkan Hukum Positif di Indonesia. Penelitian ini merupakan penelitian Hukum Normatif. Pengaturan Perlindungan Konsumen *E-commerce* dalam Perdagangan Berdasarkan Hukum Positif di Indonesia yang menjadi dasar hukum utama bagi konsumen yang melakukan transaksi *E-commerce* ialah Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik. Hak Konsumen mendapatkan keamanan, hak mendapat informasi, hak memilih dan hak untuk didengar, konsumen berhak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi atau penggantian, apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian.

Kata Kunci : Perlindungan Konsumen, *E-commerce* dan Hukum Positif di Indonesia

E-COMMERCE CONSUMER PROTECTION IN TRADE BASED ON POSITIVE LAW IN INDONESIA

Oleh:

**Ihwan Yusuf Mahmudi
D1A116108**

ABSTRACT

This study aims to find out how E-commerce Consumer Protection Regulations in Trade Based on Positive Law in Indonesia. And to find out the Forms of E-commerce Consumer Protection in Trading Therein Based on Positive Law in Indonesia. This research is a Normative Law research. Regulations for E-commerce Consumer Protection in Trade Based on Positive Law in Indonesia which is the main legal basis for consumers conducting E-commerce transactions is the Electronic Information and Transaction Law (UU ITE) Number 11 of 2008 concerning Information and Electronic Transactions. The consumer's right to security, the right to receive information, the right to vote and the right to be heard, the consumer has the right to receive compensation, compensation or replacement, if the goods or services received are not in accordance with the agreement.

Keywords: Consumer Protection, *E-commerce* and Positive Law in Indonesia

I. PENDAHULUAN

E-Commerce merupakan suatu alternative baru dalam bertransaksi secara online yang tidak menghadirkan pelaku usaha secara langsung. *E-commerce* merupakan kegiatan bisnis dengan seluruh transaksi menggunakan media elektronik secara online kegiatan masyarakat saat ini di dukung dengan alat-alat elektronik yang semakin canggih, semuanya dapat beroperasi untuk mempermudah pekerjaan manusia¹.

Konsumen kerap kali berada dalam posisi yang sangat lemah, maka lahirlah Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang “Perlindungan Konsumen” bertujuan untuk melakukan perlindungan terhadap konsumen yang sering menjadi akibat dari perbuatan yang tidak bertanggungjawab dari para pelaku usaha. Undang-undang ini diharapkan dapat meningkatkan harkat dan martabat konsumen yang selama ini memiliki posisi yang sangat lemah sebelumnya.

Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK) bukan satu-satunya hukum yang mengatur tentang perlindungan konsumen di Indonesia, sebelum di sahkannya UUPK telah ada beberapa peraturan perundang-undangan yang materinya melindungi kepentingan konsumen, seperti pasal 202 sampai dengan 205 KUH Pidana, Undang-undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang usaha kecil. Setelah lahirnya UUPK masih terbuka kemungkinan

¹ Aisyah Ayu Musyafah, Bambang Eko Turisno, *Perlindungan Konsumen Jasa Pengiriman Barang Dalam Hal Terjadi Keterlambatan Pengiriman Barang*, *Jurnal Law Reform Volume 14, Nomor 2, Tahun 2018*, hlm. 151.

terbentuknya peraturan perundang-undangan yang memuat ketentuan yang melindungi konsumen.²

Undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tersebut berperan untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen agar dapat meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuh kembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggungjawab. Namun kenyataannya masih memiliki kekurangan, dengan kata lain belum sempurna dan belum sepenuhnya dapat melindungi dan membentengi konsumen sebagaimana yang telah diatur.

Saat ini transaksi melalui media internet lebih dipilih karena kemudahan yang ditawarkan. Transaksi perdagangan melalui sistem elektronik, khususnya internet, menjanjikan sejumlah keuntungan, namun pada saat yang sama juga berpotensi terhadap sejumlah kerugian dan kecurangan karena kesalahan pelayanan *e-commerce*.

Oleh karena perbuatan dalam pelayanan tersebut dinilai telah merugikan pelanggan atau konsumen, maka dari itu perlu diatur tentang perlindungan hukum bagi konsumen dan produsen agar tidak menjadi persoalan-persoalan hukum.

Dengan demikian penulis berkesimpulan bahwa yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1) bagaimana pengaturan perlindungan konsumen *E-commerce* dalam perdagangan berdasarkan

² Husni syawali, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (CV. Mandar Maju), Bandung. 2000. hlm. 5

Hukum Positif di Indonesia? 2) Bagaimana Bentuk Perlindungan Konsumen *E-commerce* dalam Perdagangan Didalamnya Berdasarkan Hukum Positif di Indonesia ?

Tujuan serta manfaat yang diharapkan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan memahami Pengaturan *E-commerce* dalam Perdagangan Berdasarkan Hukum Positif di Indonesia. Dan mengetahui Bentuk Perlindungan Konsumen *E-commerce* dalam Perdagangan Didalamnya Berdasarkan Hukum Positif di Indonesia.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut : a) Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu hukum pada umumnya dan hukum bisnis pada khususnya. b) manfaat akademis Untuk memenuhi persyaratan dalam mencapai derajat S-1 Program Studi Ilmu Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Mataram dan hasilnya diharapkan juga mampu dijadikan sebagai referensi bagi para pihak yang membutuhkan serta berminat unntuk mengembangkanya dalam tahap lebih lanjut.

Penelityian ini menggunakan penelitian Hukum Normatif yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengkaji peraturan perundang-undangan yang berlaku atau di terapkan terhadap suatu permasalahan hokum tertentu. Tehnik memperoleh data dengan pengumpulan data yang valid penelitian ini di tempuh dengan cara studi kepustakaan.

II. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengaturan *E-commerce* dalam Perdagangan Berdasarkan Hukum Positif di Indonesia

Berdasarkan Pasal 49 Ayat (1) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, menyatakan bahwa Pelaku Usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta SK Menperindag Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 yang menjadi pedoman dalam pelaksanaan perlindungan hukum terhadap konsumen secara teori telah memadai. Hak dan kewajiban pelaku usaha dan konsumen telah diatur dengan baik guna melindungi kepentingan pelaku usaha dan konsumen.

Peraturan tersebut diharapkan dapat membawa perekonomian Indonesia menjadi lebih baik lagi. Namun dalam pelaksanaannya masih belum dapat dilakukan sepenuhnya karena adanya beberapa kendala antara lain: 1) Kurangnya kesadaran hukum dari semua pihak yang terkait dengan penyelenggaraan perlindungan konsumen. Para pihak yang dimaksud disini adalah pemerintah, pelaku usaha dan konsumen. Kesadaran para pihak dalam menerapkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen akan sangat menentukan terlaksananya perlindungan konsumen

dengan baik. Artinya, pemerintah menyadari tanggung jawabnya untuk menyelenggarakan perlindungan hukum bagi warganya. Pelaku usaha perlu menyadari juga bahwa dalam menjalankan suatu bisnis harus memperhatikan kepentingan yang lebih luas, yaitu faktor kesehatan, keselamatan dan keamanan. Untuk itu, pelaku usaha perlu menjalankan usahanya secara etis dan tidak merugikan pihak lain, sehingga produk yang dihasilkan benar-benar bermutu dan aman untuk dikonsumsi. Kesadaran konsumen akan hak-haknya juga menjadi faktor penting dalam menerapkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, sebab jika konsumen tidak ada yang sadar bahwa hak-haknya dilanggar, maka tidak akan ada gerakan konsumen yang menuntut supaya hak-haknya dilindungi. Sehingga perlindungan yang diberikan pemerintah tidak akan menjadi efektif. Sifat konsumen yang keras mempertahankan haknya tanpa memperhatikan kewajibannya juga akan membuat proses pelaksanaan perlindungan hukum terhadap konsumen tersendat-sendat.

2) Ketidaktahuan konsumen akan keberadaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Konsumen yang tidak tahu akan keberadaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) tidak akan pernah mengadukan pelanggaran atas hak-haknya pada tempat yang tepat. Kebanyakan mereka hanya melakukan klaim terhadap pelaku usaha yang akan berakhir dengan pernyataan-pernyataan serta klausula baku yang telah diterapkan oleh pelaku usaha yang menjadikan posisi konsumen lemah.

3) Sulitnya mengubah pola pikir dan budaya masyarakat, unsur lain yang juga menjadi kendala dalam penerapan pelaksanaan Undang-

Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen adalah bahwa untuk menerapkan perlindungan konsumen dibutuhkan suatu perubahan budaya. Konsumen yang masih kental dengan budaya tersebut akan menghambat terlaksananya perlindungan hukum terhadap konsumen dan membuka peluang bagi pelaku usaha untuk memanfaatkan kondisi tersebut.³

Secara garis besar kendala atau hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen adalah : 1) Karena tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah; 2) Rendahnya pendidikan konsumen; 3) Belum ada pihak yang menyentuh bagaimana mempersiapkan konsumen Indonesia menghadapi pasar bebas; 4) Masih lemahnya pengawasan dibidang standarisasi mutu barang; lemahnya produk perundang-undangan; 5) Persepsi pelaku usaha yang keliru dengan perlindungan konsumen akan menimbulkan kerugian.⁴

Untuk mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut, maka perlu dicarikan solusi, antara lain prasyarat-prasyarat apa yang harus dipenuhi agar era perdagangan bebas bagi konsumen di Indonesia menjadi anugerah, justru bukan sebaliknya menjadi musibah. Langkah yang ditempuh, antara lain sebagai berikut : 1) Perdagangan didasarkan pada prinsip pelaku usaha dan konsumen sama sama membutuhkan, dan saling ketergantungan satu sama lain baik dalam waktu yang singkat maupun waktu yang lama untuk itu dibutuhkan perlindungan hukum yang seimbang. 2) UUPK ini dirumuskan

³ Nasution, A.Z. 2002. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. Diadit Media. Jakarta. 2002. hlm. 28

⁴ Johanes Gunawan, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung, 1999, hlm. 3

dengan mengacu pada filosofi pembangunan nasional, yaitu membangun manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah kenegaraan Republik Indonesia yaitu Pancasila dan UUD 1945. 3) Melakukan revisi terhadap UUPK yang ada dengan senantiasa memperhatikan kepentingan pelaku usaha dan konsumen secara seimbang, mengakomodir kepentingan nasional dan internasional. Piranti hukum yang melindungi konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha para pelaku usaha, tetapi justru sebaliknya perlindungan konsumen dapat mendorong iklim berusaha yang sehat yang mendorong lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas. 4) Aparat penegak hukum harus benar-benar serius dalam mengawasi, memproses dan menyelesaikan setiap pelanggaran yang terjadi dengan memberikan hukuman/sanksi yang tegas dan setimpal agar menimbulkan efek jera bagi yang melakukan pelanggaran. 5) Hukum yang dibentuk adalah hukum yang responsif, sehingga dapat mengakomodasi masalah-masalah yang timbul, memasukan-masukan masyarakat yang berkaitan dengan perlindungan hukum dan kepastian lingkup perlindungan konsumen.⁵

**Kelemahan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang
Perlindungan Konsumen *E-commerce* Dalam Pelayanan Perdagangan
Didalamnya**

Dalam Pasal 29 undang-undang perlindungan konsumen disebutkan bahwa pemerintah adalah pihak yang paling berperan dan

⁵ Johanes Gunawan, *Hukum Perlindungan Konsumen, Op.Cit.* hlm. 10

bertanggung jawab atas pembinaan dan penyelenggaraan perlindungan konsumen, yang pelaksanaannya diserahkan kepada menteri yang terkait, dalam hal ini adalah Menteri Perindustrian dan Perdagangan.⁶

Tindakan tegas yang dilakukan oleh pemerintah akan memberikan dampak yang positif yaitu dapat meningkatkan kepercayaan konsumen kepada sistem hukum perlindungan konsumen yang dibangun pemerintah, meningkatkan partisipasi pengawasan masyarakat dan lembaga konsumen, serta mendorong pelaku usaha untuk memproduksi secara berkualitas dan menciptakan iklim berusaha yang lebih baik. Jika pemerintah mampu melaksanakan undang-undang perlindungan konsumen dengan baik maka akan memberikan kenyamanan untuk setiap konsumen.⁷

Maka dapat diambil kesimpulan kelemahan dalam pelaksanaan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah : a) Pemerintah belum memberikan pelayanannya kepada masyarakat (konsumen). Pemerintah belum serius melindungi konsumen karena tidak adanya pengawasan maksimal dari pemerintah. b) Banyak produk-produk yang belum berstandar SNI (Standar Nasional Indonesia) yang ditetapkan pemerintah. c) Tidak memberikan batasan apakah yang dimaksud dengan sengketa konsumen.

Hambatan-hambatan implementasi tersebut berhubungan dengan faktor-faktor tidak diketahuinya hak-dan kewajiban konsumen tersebut secara terperinci. Faktor lainnya menyangkut kesiapan dari kinerja

⁶ Sidabalok, Janus. "*Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*". PT Citra Adytia Bakti. Bandung. 2006. hlm. 34

⁷ Sidabalok, Janus. "*Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*". *Op.Cit.* hlm. 38

intansi/lembaga-lembaga terkait, dalam hal ini Dinas Perindustrian Perdagangan. Juga, sosialisasi masalah perlindungan konsumen yang masih kurang sebagai gerakan kemasyarakatan dalam rangka pemberdayaan konsumen.⁸

Beberapa Permasalahan yang timbul yang berkenaan dengan hak-hak Konsumen dalam Transaksi *E-commerce*, antara lain: a)

Konsumen tidak dapat langsung mengidentifikasi, melihat, atau menyentuh barang yang akan dipesan. b) Ketidakjelasan informasi tentang produk yang ditawarkan dan/atau tidak adanya kepastian apakah konsumen telah memperoleh berbagai informasi yang layak diketahui, atau yang seharusnya dibutuhkan untuk mengambil suatu keputusan dalam bertransaksi, c) Tidak jelasnya status subjek hukum, dari pelaku usaha; d) Tidak ada jaminan keamanan bertransaksi dan privasi serta penjelasan terhadap risiko-risiko yang berkenaan dengan sistem yang digunakan, khususnya dalam hal pembayaran secara elektronik baik dengan menggunakan credit card maupun electronic cash; e) Pembebanan risiko yang tidak berimbang, karena umumnya terhadap jual beli di internet, pembayaran telah lunas dilakukan di muka oleh konsumen, sedangkan barang belum tentu diterima atau akan menyusul kemudian, karena jaminan yang ada adalah jaminan pengiriman barang bukan penerimaan barang; f) Transaksi yang bersifat lintas batas negara borderless,

⁸ Sidabalok, Janus. "*Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*". *Op.Cit.* hlm. 42

menimbulkan pertanyaan mengenai yurisdiksi hukum negara mana yang sepatutnya diberlakukan.⁹

Bentuk Perlindungan Konsumen *E-commerce* Dalam Pelayanan Perdagangan Berdasarkan Hukum Positif di Indonesia

Adapun bentuk perlindungan Konsumen *Ecommerce* karena kesalahan pelayanan Perdagangan didalamnya Berdasarkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 sebagai berikut : 1) Hak Konsumen Hak sebagai konsumen diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Republik Indonesia yang berlandaskan pada Undang Undang Dasar 1945 Pasal 5 ayat (1), Pasal 21 ayat (1), Pasal 27 dan Pasal 33 yang dapat diketahui sebagai berikut: (a) Hak dalam memilih barang Konsumen memiliki hak penuh dalam memilih barang yang nantinya akan digunakan atau dikonsumsi. Tidak ada yang berhak mengatur sekalipun produsen yang bersangkutan. Begitu juga hak dalam meneliti kualitas barang yang hendak dibeli atau dikonsumsi pada nantinya. (b) Hak mendapat kompensasi dan ganti rugi Konsumen berhak untuk mendapatkan kompensasi maupun ganti rugi atas kerugian yang diterimanya dalam sebuah transaksi jual beli yang dilakukan. Apabila tidak adanya kecocokan dalam gambar maupun kualitas, konsumen berhak melakukan sebuah tuntutan terhadap produsen. (c) Hak mendapat barang/jasa yang sesuai Konsumen berhak untuk mendapat produk dan layanan sesuai dengan kesepakatan yang tertulis. Sebagai contoh dalam transaksi secara online, apabila terdapat layanan gratis ongkos kirim,

⁹ Farizal F. Kamal, *Cyber Business*, cet. 3. (Elex Media Komputindo, Jakarta 1999). hlm.

maka penerapannya harus sedemikian. Bila tidak sesuai, konsumen berhak menuntut hak tersebut. (d) Hak pelayanan tanpa tindak diskriminasi Perilaku diskriminatif terhadap konsumen merupakan salah satu bentuk pelanggaran atas hak konsumen. Pelayanan yang diberikan oleh produsen tidak boleh menunjukkan perbedaan antara konsumen yang satu dengan konsumen yang lainnya. (e) Hak menerima kebenaran atas segala informasi pasti Hal yang paling utama bagi para konsumen, guna mengetahui apa saja informasi terkait produk yang dibelinya. Produsen dilarang menutupi ataupun mengurangi informasi terkait produk maupun layanannya. Sebagai contoh apabila ada cacat atau kekurangan pada barang, produsen berkewajiban untuk memberi informasi kepada konsumen.¹⁰

Pengaturan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* perlu mencakup hal-hal sebagai berikut: a) Perlindungan hukum dari sisi pelaku usaha, pelaku usaha berkewajiban mencantumkan identitas dalam website. Adanya lembaga penjamin keabsahan toko online, di Indonesia tidak ada lembaga penjaminan keabsahan toko tersebut, sehingga dimungkinkan konsumen bertransaksi dengan toko online yang fiktif. Untuk itu, pemerintah melalui Departemen Komunikasi dan Informatika sedang mempersiapkan lembaga *Certification Authority* (CA) untuk menjamin keabsahan suatu toko online dalam beroperasi dengan menerbitkan sertifikat digital. b) Perlindungan hukum dari sisi konsumen, adanya jaminan perlindungan kerahasiaan data-data pribadi konsumen, karena data-data

¹⁰ <https://www.dslalawfirm.com/id/perlindungan-konsumen/>. Diakses tanggal 5 Januari 2023 pukul 11.00 WIT.

tersebut jika tidak dijaga kerahasiaannya oleh pelaku usaha, dapat diperjualbelikan oleh pihak lain untuk kepentingan promosi. c) Perlindungan hukum terhadap konsumen dari sisi produk, dimana pelaku usaha diwajibkan untuk memberikan informasi yang jelas dan lengkap mengenai produk yang ditawarkan, informasi produk mengenai produk harus diberikan melalui bahasa yang mudah dimengerti dan tidak menimbulkan penafsiran lain, memberikan jaminan bahwa produk yang ditawarkan aman atau nyaman untuk dikonsumsi atau dipergunakan, serta memberi jaminan bahwa produk yang ditawarkan sesuai dengan apa yang dipromosikan oleh pelaku usaha. d) Perlindungan hukum terhadap konsumen dari sisi transaksi, tidak semua konsumen paham akan cara bertransaksi melalui media internet sehingga dalam hal ini, pelaku usaha perlu mencantumkan dengan jelas dan lengkap mengenai mekanisme transaksi serta hal-hal lain berkenaan dengan transaksi (diatur dalam *Terms and Conditions*). Apabila terjadi sengketa di antara para pihak yang bertransaksi, maka dokumen-dokumen kertas itulah yang akan diajukan sebagai bukti oleh masing-masing pihak untuk memperkuat posisi hukum masing-masing.¹¹

Penjelasan Undang-undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, sebagaimana yang sudah dijelaskan bahwa perlindungan konsumen diperuntukan untuk pemberian kepastian, keamanan serta keseimbangan hukum antara produsen dan konsumen. Tujuan dibuatnya perlindungan konsumen dapat dijelaskan dalam dalam Pasal 3 Undang-undang Nomor 8

¹¹ Philip dan Sri. *Analisis Efektifitas dan Keamanan E-Commercedi Indonesia dalam Menghadapi MEA*, (Mantri, Malang. 2007), hlm. 114

Tahun 1999, yang dapat dijelaskan sebagai berikut: a) Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri. b) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian dan/atau jasa. c) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.¹² d) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.

Larangan dalam periklanan, Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan, misalnya : 1) Mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan, dan harga mengenai atau tarif jasa, serta ketepatan waktu penerimaan barang jasa. 2) Mengelabui jaminan / garansi terhadap barang atau jasa. 3) Memuat informasi yang keliru, salah atau tidak tepat mengenai barang atau jasa. 4) Tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang atau jasa. 5) Mengeksploitasi kejadian atau seseorang tanpa seizing yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan. 6) Melanggar etika atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.¹³

Apabila pelaku usaha dalam menjalankan usahanya melanggar larangan-larangan dan/atau menimbulkan kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian kepada konsumen akibat mengkonsumsi barang atau jasa yang

¹² Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta. 2004, hlm. 165.

¹³ <http://yanhasiholan.wordpress.com/2012/05/19/perlindungan-konsumen/>. Di akses pada Tanggal 5 Januari 2023. Pukul 11.00 WIT.

diperjual belikan maka pelaku usaha tersebut bertanggung jawab memberikan ganti rugi.

Ganti rugi tersebut dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa sejenis atau setara nilainya atau perawatan kesehatan dan pemberian santunan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi. Disamping itu pelaku usaha periklanan juga bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut.¹⁴

Tanggung Jawab Pelaku Usaha Karena Kesalahan Pelayanan Perdagangan. Di dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 diatur Pasal 19 sampai dengan Pasal 28 dan di dalam Pasal 19 mengatur tanggung jawab kesalahan pelaku usaha terhadap produk yang dihasilkan atau diperdagangkan dengan memberi ganti kerugian atas kerusakan, pencemaran, kerusakan, kerugian konsumen.¹⁵

Berdasarkan ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia tepatnya Pasal 28 UUPK, hal ini memberikan konsekuensi hukum bahwa pelaku usaha yang dapat membuktikan kerugian bukan merupakan kesalahannya terbebas dari tanggung jawab ganti kerugian.¹⁶ Pertanggungjawaban privat, sehubungannya dengan tanggung jawab pelaku usaha telah diatur didalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang

¹⁴ Indonesia. Undang-undang Nomor. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, *Op.Cit.*, Pasal 19 ayat 3

¹⁵ Shidarta, *Op.Cit.*, hlm. 19

¹⁶ Rumimper, Grace Joice SN. "*Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Melalui Internet.*" *Jurnal Hukum Unsrat* 1, no. 3 (2013). hlm. 56-67.

Perlindungan Konsumen yaitu sebagai berikut: **Pasal 19** : 1) Pelaku usaha bertanggung jawab 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 tenggang 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 merupakan kesalahan konsumen.¹⁷

Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi. 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. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

¹⁷ Indonesia, Undang-undang Nomor. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, *Op.Cit.*, Pasal 19

Sanksi Bagi Pelaku Usaha Terhadap Perlindungan Konsumen *Ecommerce* Karena Kesalahan Pelayanan Perdagangan Menurut Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. a) Sanksi Perdata Ganti rugi dalam bentuk : Pengembalian uang atau Penggantian barang atau Perawatan kesehatan, dan/atau Pemberian santunan, Ganti rugi diberikan dalam tenggang waktu 7 hari setelah tanggal transaksi. b) Sanksi Administrasi : Maksimal Rp. 200.000.000 (dua ratus juta rupiah), melalui BPSK jika melanggar Pasal 19 ayat (2) dan (3), 20, 25. c) Sanksi Pidana : Kurungan : Penjara, 5 tahun, atau denda Rp. 2.000.000.000 (dua milyar rupiah) (Pasal 8, 9, 10, 13 ayat (2), 15, 17 ayat (1) huruf a, b, c, dan e dan Pasal 18. Penjara, 2 tahun, atau denda Rp.500.000.000 (lima ratus juta rupiah) (Pasal 11, 12, 13 ayat (1), 14, 16 dan 17 ayat (1) huruf d dan f. d) Hukuman tambahan, antara lain : 1) Pengumuman keputusan Hakim, 2) Pencabutan izin usaha, 3) Dilarang memperdagangkan barang dan jasa. 4) Wajib menarik dari peredaran barang dan jasa. 5) Hasil Pengawasan disebarluaskan kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Farizal F. Kamal, 1999. *Cyber Business*, cet. 3. (Elex Media Komputindo, Jakarta)
- Husni syawali, 2000. *Hukum Perlindungan Konsumen*, CV. Mandar Maju. Bandung.
- Johanes Gunawan, 1999. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung,
- Lathifah Hanim, 2014. *Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam E-Commerce Sebagai Akibat Dari Globalisasi Ekonomi*, Jurnal Pembaharuan Hukum Volume I No. 2 Mei.
- Nasution, A.Z. 2015 *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. Diadit Media. Jakarta.
- Philipus. 1987. *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat di Indonesia*, Bina Ilmu. Surabaya.
- Philip dan Sri. 2007. *Analisis Efektifitas dan Keamanan E-Commercedi Indonesia dalam Menghadapi MEA*, (Mantri, Malang),
- Rumimper, Grace Joice SN. 2013. "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Melalui Internet." Jurnal Hukum Unsrat 1, no. 3
- Shidarta, 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Edisi Revisi Grasindo, Jakarta.
- Sidabalok, Janus. 2006. "Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia". PT Citra Adytia Bakti. Bandung.
- Syahrizal, Abbas. 2011. *Mediasi dalam Perspektif Hukum Syariah, Hukum Adat dan Hukum Nasional*, (Kencana, Jakarta,)

B. Peraturan Undang-Undang

- Indonesia. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945.
- Indonesia. Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

C. Internet

- https://elsamsi.com/perlindungan_konsumen_Ecommerce_dalam_uu_perdagangan_dan_uu_perlindungan_konsumen. Di akses pada Tanggal 9 Januari 2023. Pukul 10.15 WIT
- [Http://yanhasiholan.wordpress.com/2012/05/19/perlindungan-konsumen/](http://yanhasiholan.wordpress.com/2012/05/19/perlindungan-konsumen/). Di akses pada Tanggal 5 Januari 2023. Pukul 11.00 WITA