



PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM *E-COMMERCE* TERKAIT KERUGIAN

Muhammad Johansyah Maulana

R100230010@student.ums.ac.id, Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstract

Buying and selling transactions have developed over time along with technological advances. Buying and selling transactions that used to be done traditionally are now carried out online. However, online buying and selling transactions often involve criminal acts, including fraud. Often, after payment is made by the consumer, the company does not deliver the ordered product or delivers the product that does not correspond to the information promised by the commercial actor. Thus, legal efforts are needed to give a deterrent effect to fraudsters buying and selling the internet. This research is intended to identify legal protection provided to customers in online buying and selling transactions and find out the legal steps that customers can take when there are losses in online buying and selling transactions. The research method applied is a normative legal approach and secondary data literature study through an inventory of secondary legal documents, secondary legal documents have been used in the form of academic papers, journals, articles and literature related to legal protection in online buying and selling transactions. The findings of this research include legal protection for customers in online buying and selling transactions through the enforcement of customer rights in accordance with the Consumer Protection Law No. 8 of 1999, and the implementation of consumer protection is also carried out through the involvement of various parties such as the government, state authorities, institutions and institutions responsible for consumer protection. Social self-help in the field of consumer protection

Keywords: Consumer, E-commerce, Legal Protection

Abstrak

Transaksi jual beli mengalami perkembangan seiring berjalannya waktu seiring dengan kemajuan teknologi. Transaksi jual beli yang dulunya dilakukan secara tradisional kini dilakukan secara online. Namun transaksi jual beli online sering kali melibatkan tindak pidana, termasuk tindak pidana penipuan. Sering kali, setelah pembayaran dilakukan oleh konsumen, perusahaan tidak mengirimkan produk yang dipesan atau mengirimkan produk yang tidak bersesuaian dengan informasi yang dijanjikan oleh pelaku komersial. Dengan demikian, dibutuhkan upaya hukum guna memberi efek jera kepada penipu pembelian dan penjualan internet. Riset ini ditujukan guna mengidentifikasi perlindungan hukum yang diberikan kepada pelanggan dalam transaksi jual beli online dan mengetahui langkah hukum yang bisa dilakukan pelanggan manakala terdapat kerugian dalam transaksi jual beli online. Metode penelitian yang diterapkan ialah pendekatan hukum normatif dan studi literatur data sekunder melalui inventarisasi dokumen hukum sekunder, dokumen hukum sekunder telah digunakan dalam bentuk makalah akademis, jurnal, artikel dan literatur terkait proteksi hukum dalam transaksi jual beli online. Temuan riset ini di antaranya ialah proteksi hukum kepada pelanggan dalam bertransaksi jual beli online melalui penegakan hak-hak pelanggan sesuai dengan UU Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, dan pelaksanaan perlindungan konsumen juga dilakukan melalui keterlibatan berbagai pihak seperti pemerintah, otoritas negara, lembaga dan lembaga yang bertanggung jawab di bidang perlindungan konsumen. Swadaya sosial di bidang perlindungan konsumen

Kata Kunci: E-commerce, Konsumen, Perlindungan Hukum,

PENDAHULUAN

Internet telah memasuki fase baru dalam perkembangan ekonomi global, yang sering disebut sebagai ekonomi digital atau *digital economy*. Kehadirannya ditandai oleh meningkatnya kegiatan ekonomi yang mendayagunakan internet selaku sarana komunikasi. Terutama dalam perdagangan, terdapat peningkatan signifikan dalam penggunaan perdagangan elektronik atau *e-commerce* sebagai platform transaksi yang menjadi lebih umum (Indrajit, 2001).

Pengertian *e-commerce* merujuk pada seluruh bentuk kegiatan perdagangan barang ataupun jasa yang mendayagunakan platform media digital. Dampak internet yang merupakan



representasi dari majunya teknologi informasi telah mempengaruhi perilaku pelanggan, membuat mereka menjadi lebih kritis dan selektif dalam pemilihan produk. Bagi produsen, kemajuan ini memberikan pengaruh positif yang bisa mempermudah pemasaran produk, yang pada akhirnya bisa mengurangi biaya dan waktu yang diperlukan (Khotimah & Chairunnisa, 2016).

Meskipun transaksi penjualan online memiliki banyak kelebihan dan manfaat, perlu diingat bahwa terdapat juga dampak negatif yang patut diperhatikan oleh pembeli, terutama karena dalam bertransaksi online, penjual dengan pembeli tidak berhadapan langsung. Kondisi ini berpotensi melemahkan kedudukan pembeli selaku konsumen dan memberi kesempatan bagi penjual yang tidak jujur guna melaksanakan tindakan penipuan yang bisa merugikan hak pembeli serta menimbulkan kerugian finansial. Risiko lain yang terkait dengan pembelian secara online mencakup menerima barang yang tak sesuai dengan foto dan deskripsi yang ditawarkan, menerima barang dalam kondisi rusak, bahkan keterlambatan pengiriman. Oleh karena itu, perlu waspada dan berhati-hati dalam bertransaksi secara online (Khotimah & Chairunnisa, 2016).

Contohnya, dalam kasus pembelian barang secara online, seringkali terjadi perbedaan antara barang yang diterima dengan yang terlihat dalam gambar iklan. Apakah kondisi semacam ini mencerminkan pelanggaran terhadap hak konsumen? Apakah pembeli memiliki hak untuk menuntut pengembalian uang atau penukaran barang yang telah dibeli? (Khotimah & Chairunnisa, 2016).

Jika seorang pelaku usaha terbukti terlibat dalam tindakan yang merugikan hak-hak konsumen dan mengakibatkan kerugian, maka tindakan tersebut dapat dianggap sebagai pelanggaran kewajiban pelaku usaha karena melanggar aturan hukum yang berlaku dan merugikan konsumen. Dr. Wirjono, seperti yang disampaikan kepada Prodjodikoro, menjelaskan bahwa dalam konteks hukum kontrak, wanprestasi mengacu pada ketidakmampuan memenuhi kewajiban yang harus dilakukan sesuai dengan isi kontrak.

Dalam struktur ekonomi yang melibatkan produsen, konsumen, dan distribusi, tidak memungkinkan untuk memisahkan peran mereka. Konsumen adalah entitas yang tak terpisahkan dalam aktivitas ekonomi karena merupakan fokus utama dalam bisnis dan kegiatan ekonomi (Putra & Sukihana, 2018). Siahaan menjelaskan bahwa dalam konteks ini, pelaku usaha mengacu pada individu ataupun entitas, yang bisa dalam bentuk badan hukum maupun tidak, yang beroperasi ataupun berdiri di wilayah hukum Republik Indonesia dan terlibat dalam berbagai kegiatan usaha di beragam sektor, baik secara mandiri maupun melalui perjanjian kerja sama (Siahaan, 2004).

Biasanya konsumen mengalami kerugian karena tidak menerima barang yang dijelaskan pada promosi pengecer sebelumnya. Pihak-pihak bisnis sering memanfaatkan ketidakmampuan konsumen dengan maksud untuk meraih sebanyak mungkin keuntungan dari mereka. Faktor-faktor seperti kurangnya pengetahuan konsumen, ketidakjelasan informasi terkait barang ataupun jasa yang disediakan oleh para usahawan, dan ketidaktahuan konsumen terhadap proses transaksi merupakan penyebab utama dalam posisi yang lemah bagi konsumen. Oleh karena itu, untuk menciptakan lingkungan perdagangan yang sehat bagi pembeli dalam transaksi *e-commerce*, diperlukan upaya untuk merumuskan regulasi hukum yang baru dan komprehensif yang dapat mengatur seluruh aktivitasnya (Gultom, 2012).

Banyak konsumen yang merasa dirugikan karena mereka sering kali tidak mengambil tindakan untuk melindungi diri mereka atau mempertahankan hak-hak mereka dalam situasi transaksi jual beli melalui platform internet. Oleh karena itu, dalam artikel ini akan disajikan informasi terkait proteksi hukum yang semestinya diberikan kepada pembeli yang tengah menghadapi perkembangan terbaru dalam dunia perdagangan online, yaitu transaksi *e-commerce*. Perlindungan ini didasarkan pada ketentuan hukum yang sudah ditata dalam



Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (*henceforth*: UUPK), yang relevan dengan kondisi zaman saat ini.

KAJIAN PUSTAKA

Pasal 1 angka (1) dari UUPK mendefinisikan Perlindungan Konsumen selaku semua tindakan yang bertujuan untuk menjamin kepastian hukum guna melindungi hak-hak konsumen. Dalam kerangka transaksi jual-beli barang dan jasa, terdapat dua entitas yang terlibat, yakni pihak penyedia barang ataupun jasa, yang sering kali dinamakan penjual atau pengusaha, dan pihak yang memanfaatkan ataupun menggunakan barang dan jasa tersebut, yang dikenal sebagai konsumen. Dalam konteks ekonomi, dua pihak ini memegang peran masing-masing (Mahardika & Rudy, 2018).

Dalam transaksi jual beli secara daring, berbagai pihak terlibat, termasuk penjual, konsumen, perusahaan pengiriman atau kurir, dan layanan pembayaran. UU Perlindungan Konsumen Pasal 4 mengidentifikasi dua ketentuan yang kerap dilanggar oleh para pengusaha dalam bertransaksi jual beli online. Pertama, Pasal 4 huruf a menegaskan hak konsumen terkait keamanan, kenyamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa. Kedua, Pasal 4 huruf c menegaskan bahwa konsumen memiliki hak untuk menerima informasi yang akurat, transparan, dan jujur mengenai status dan garansi produk atau layanan yang mereka peroleh.

Dalam UUPK, diuraikan bahwa tujuan dari pembangunan nasional ialah mencapai kesetaraan masyarakat yang sejahtera, baik dari segi materiil maupun spiritual, dalam kerangka ekonomi demokratis yang berasaskan Pancasila dan UUD 1945. Dengan demikian, pertumbuhan ekonomi nasional harus memberikan dukungan kepada perkembangan sektor usaha untuk menghasilkan beragam barang ataupun layanan dengan teknologi yang mampu menyejahterakan masyarakat secara menyeluruh, sambil memberikan kepastian terkait barang ataupun layanan yang diperoleh dalam jual beli, tanpa menimbulkan kerugian bagi pelanggan (Asyhadie, 2016).

Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tersebut, sangatlah signifikan untuk membangun dasar hukum yang memastikan keseimbangan antara perlindungan hak konsumen dan kepentingan pelaku usaha, sehingga menciptakan perekonomian yang sehat dan berkeadilan menjadi mungkin untuk dimanifestasikan. Dasar hukum yang dimaksud dalam konteks ini adalah UUPK.

Dalam pandangan Janus Sidabalok dalam karyanya, hukum perlindungan konsumen merupakan salah satu cabang hukum yang berkenaan dengan usaha untuk memberikan proteksi kepada konsumen agar kebutuhan mereka dalam peran sebagai konsumen terpenuhi dengan baik. Dalam konsep ini, terdapat regulasi yang mengatur hak dan tanggung jawab yang melekat pada konsumen dan pelaku usaha, sementara juga merincikan langkah-langkah dan prosedur yang harus diikuti guna menjaga hak-hak konsumen dan memenuhi kewajiban yang relevan dalam transaksi komersial (Asyhadie, 2014).

Penerapan UU Perlindungan Konsumen diharapkan mampu memberikan pedoman yang jelas dan terperinci dalam menjalankan perlindungan konsumen di Indonesia. Semua pihak diharapkan untuk tunduk dan mematuhi hak-hak serta kewajiban yang sudah digariskan oleh UUPK ini. Proses penegakan hukum terhadap pelanggaran dalam konteks perlindungan konsumen dijalankan dengan tulus sesuai dengan peraturan yang berlaku, sambil tetap memperhatikan prinsip keadilan dan manfaat yang bisa dinikmati oleh seluruh pihak yang terlibat dalam situasi tersebut.



METODE

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan orientasi yuridis normatif. Melalui studi kepustakaan data sekunder, penelitian menggunakan metode inventarisasi bahan hukum sekunder seperti karya ilmiah, jurnal, artikel, dan referensi yang terkait dengan isu proteksi hukum konsumen pada transaksi jual beli daring yang menimbulkan kerugian. Untuk menangani situasi ini, penelitian dilakukan dengan menerapkan dua metode utama, yaitu metode berdasarkan peraturan (*statute approach*) dan metode berdasarkan konsep (*conceptual approach*). Metode perundang-undangan memusatkan perhatian pada tata aturan yang berkenaan dengan topik yang tengah diselidiki. Pendekatan ini melibatkan analisis dan interpretasi hukum yang berlaku untuk memahami isu yang sedang dihadapi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahun 2022 Kementerian Komunikasi dan Informatika (kominfo) telah mencatat ada 1.730 konten penipuan online selama Agustus 2018 – 16 Februari 2023 ini dan kerugian dari penipuan online di Indonesia mencapai Rp 18,7 triliun selama tahun 2017 – 2021 (Septiani, 2023). Di dalam web cnbcindonesia.com, mengenai korban dari penipuan *e-commerce* semakin marak terjadi. Dalam laporan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) pada tahun 2022 lalu, ada empat permasalahan utama yang diidentifikasi. Pertama adalah mencakup ketidaksesuaian barang sebesar 20%. Kedua adalah permintaan mengenai pengembalian dana sebesar 32%. Ketiga adalah pembatalan pesanan secara sepihak sebesar 8% dan yang terakhir adalah ketidaksampainya barang sebesar 7% (Bestari, 2023).

Dalam detail yang lebih lengkap, berdasarkan Pasal 7 UUPK, ada minimal dua tugas yang harus dijalankan oleh pelaku usaha ketika terlibat dalam transaksi jual beli online. Kewajiban tersebut diuraikan dalam Pasal 7 abjad b, yang menekankan kepentingan memberikan informasi yang tepat, transparan, dan jujur mengenai status dan jaminan barang serta layanan, dan Pasal 7 abjad f, yang mengharuskan memberikan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian atas kerugian yang mungkin timbul karena penggunaan, pemakaian, atau pemanfaatan barang dan layanan yang ditawarkan.

Perlindungan Konsumen

Jika konsumen mendapati kerugian dalam proses transaksi jual beli online, permasalahan serius dapat muncul. Pasal 19 ayat 1 dan 2 dalam UUPK menjelaskan bahwa pelaku usaha harus mengemban tanggung jawab memberikan kompensasi atas segala bentuk kerusakan, pencemaran, atau kerugian yang mungkin timbul sebagai dampak dari penggunaan barang atau jasa yang mereka hasilkan atau tawarkan kepada konsumen. Ayat (2) dari pasal tersebut juga mengindikasikan bahwa kompensasi dapat berupa pengembalian uang, penggantian barang atau layanan yang memiliki nilai yang setara, pelayanan kesehatan, atau santunan sesuai dengan regulasi hukum yang berlaku. Selain itu, Pasal 45A ayat 1 dalam UU ITE juga mengatur ketentuan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen yang mengalami kerugian dalam transaksi jual beli online, menjadikannya sebagai aspek penting dalam upaya menjaga hak-hak konsumen (Mahardika & Rudy, 2018).

Pada prinsipnya, semua pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli melalui platform daring memiliki tanggung jawab dan hak masing-masing. Seorang penjual atau pedagang daring bertanggung jawab untuk menawarkan produk dengan jujur dan memberikan informasi yang akurat kepada calon pembeli. Mereka mempunyai hak guna memperoleh pembayaran atas barang yang dijual, serta berhak atas perlindungan dari tindakan tidak pantas yang dilakukan oleh pembeli selama proses transaksi elektronik ini (Makarim, 2008).



Ada dua cara konsumen dapat memperoleh perlindungan hukum: litigasi atau non-litigasi. Konsumen atau pihak yang dirugikan dapat menggunakan jalur litigasi untuk mendapatkan perlindungan hukum. Mengambil langkah litigasi ke pengadilan, sementara langkah non-litigasi adalah Konsumen memiliki kemampuan untuk menyelesaikan masalah mereka di luar pengadilan, yakni melalui mekanisme konsiliasi, mediasi, negosiasi, ataupun arbitrase (Hakiki et al., 2017).

Pasal 3 dalam UUPK menjelaskan bahwa tujuan perlindungan konsumen ialah (Fitriani, 2023):

1. Memperluas pemahaman dan kapasitas konsumen untuk melindungi diri mereka sendiri.
2. Menghormati martabat pelanggan dengan menghindarkan mereka dari dampak negatif terkait dengan produk atau layanan.
3. Meningkatkan kemampuan konsumen dalam membuat keputusan, mengenali hak-hak mereka, dan melakukan penuntutan hak-hak tersebut selaku pelanggan.
4. Mengembangkan sistem proteksi konsumen yang mengintegrasikan aspek-aspek kepastian hukum, keterbukaan informasi, dan akses.
5. Menyadarkan pelaku usaha akan esensialnya proteksi konsumen untuk membentuk perilaku bisnis yang jujur dan penuh tanggung jawab.
6. Meningkatkan mutu produk dan layanan, memastikan kelangsungan produksi, serta menjaga aspek-aspek kenyamanan, kesehatan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Proteksi hukum untuk konsumen dapat diberlakukan sebelum atau setelah transaksi dilakukan. Dasar hukum perlindungan ini timbul dari hak dan kewajiban yang dimiliki oleh para pelaku transaksi tersebut. Pada saat transaksi dilakukan, penting bagi pihak konsumen untuk memahami hak dan kewajiban dalam proses tersebut. Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen menetapkan hak-hak berikut (Fitriani, 2023):

1. Hak atas kesejahteraan dan keamanan ketika mendayagunakan produk ataupun layanan.
2. Hak dalam menentukan produk dan/atau layanan serta menerima mereka selaras dengan nilai tukar, ketentuan, dan jaminan yang diperjanjikan.
3. Hak untuk menerima informasi yang tepat, jelas, dan akurat terkait status dan jaminan produk dan layanan.
4. Hak dalam menyuarkan keluhan dan pendapat tentang produk dan layanan yang dipakai.
5. Hak dalam memperoleh proteksi yang adil dan upaya penuntasan konflik perlindungan konsumen.
6. Hak atas pendidikan dan pelatihan konsumen.
7. Hak untuk pelayanan yang berlaku secara adil, jujur, dan tanpa diskriminasi.
8. Hak untuk menerima kompensasi, restitusi, atau penggantian manakala produk dan jasa yang didapatkan tidak bersesuaian dengan perjanjian atau standar yang diharapkan.
9. Hak-hak yang telah diamanatkan oleh ketentuan hukum dan tata aturan yang lain.

Prinsip dasar UUPK melibatkan pengaturan pelaku usaha, dengan fokus utama pada perlindungan hak-hak konsumen. Hal ini bertujuan untuk menciptakan kerangka yang adil, yang diharapkan akan memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan derajat dan integritas konsumen. Seiring dengan hal ini, upaya perlindungan tersebut juga berpotensi meningkatkan



kesadaran, kompetensi, kepedulian, kesanggupan, serta kemerdekaan konsumen dalam memproteksi diri mereka sendiri. Sementara itu, pendekatan ini juga berpotensi mendorong tanggung jawab yang lebih besar dari pihak pemilik usaha.

Dalam lingkup transaksi *e-commerce*, elemen hukum yang terkait dengan proteksi konsumen dan berdampak langsung pada hak-hak konsumen berkenaan dengan tindakan yang tidak diizinkan bagi pelaku usaha dan tugas yang harus mereka laksanakan. Larangan-larangan yang diberlakukan terhadap pelaku usaha dalam UUPK ini diuraikan dalam Pasal 8 hingga Pasal 17. Aturan ini akan berlaku jika dapat dibuktikan bahwa produk atau layanan yang ditransaksikan melalui platform *e-commerce* tersebut melanggar peraturan-peraturan tersebut. Terkait hal ini, ada juga peraturan yang melarang iklan yang menyesatkan, yang mencakup praktik penipuan yang membuat barang dan/atau jasa terlihat lebih baik daripada yang sebenarnya, baik bagi konsumen maupun pihak yang berusaha menipu mereka (Nasution, 2001).

Selain itu, ketentuan-ketentuan mengenai tanggung jawab pelaku usaha, seperti pedagang atau *merchant*, sangat relevan ketika pembeli menjumpai ketidaksesuaian barang ataupun layanan yang telah mereka beli dengan kesepakatan awal. Rincian mengenai kewajiban pelaku usaha digariskan pada Pasal 19 hingga Pasal 28 dalam UUPK. Situasi ini terjadi ketika pelaku usaha terlibat dalam perilaku yang dapat mengakibatkan kerugian bagi konsumen, termasuk kerusakan atau kontaminasi produk atau layanan yang mereka tawarkan. Prinsip-prinsip pertanggungjawaban ini tak sekadar membatasi diri pada tahap produksi barang atau jasa, melainkan juga mencakup pelaku usaha yang terlibat dalam kegiatan periklanan dan juga para importir barang atau penyedia jasa yang berasal dari luar negeri.

Maksud dari perlindungan konsumen sebagaimana dijelaskan dalam Pasal 2 UUPK ini ialah (Republik Indonesia, 1999):

1. Memperluas pemahaman dan kapasitas konsumen untuk melindungi diri mereka sendiri.
2. Menghormati martabat pelanggan dengan menghindarkan mereka dari dampak negatif terkait dengan produk atau layanan.
3. Meningkatkan kemampuan konsumen dalam membuat keputusan, mengenali hak-hak mereka, dan melakukan penuntutan hak-hak tersebut selaku pelanggan.
4. Mengembangkan sistem proteksi konsumen yang mengintegrasikan aspek-aspek kepastian hukum, keterbukaan informasi, dan akses.
5. Menyadarkan pelaku usaha akan esensialnya proteksi konsumen untuk membentuk perilaku bisnis yang jujur dan penuh tanggung jawab.
6. Meningkatkan mutu produk dan layanan, memastikan kelangsungan produksi, serta menjaga aspek-aspek kenyamanan, kesehatan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Penting untuk dicatat bahwa kurangnya kesadaran konsumen akan hak-hak mereka merupakan faktor utama kelemahan, yang khususnya dipicu oleh tingkat pendidikan pembeli yang rendah. Di samping regulasi yang ada dalam UUPK, hukum pidana, seperti KUHP, dapat digunakan dalam beberapa kasus untuk melindungi konsumen. Asuransi juga dapat menjadi sarana hukum lain yang digunakan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dalam bertransaksi via platform daring. Melalui gambaran yang sudah dijelaskan, sudah jelas bahwa perlindungan konsumen, terutama dalam transaksi bisnis secara daring, sangat mendesak untuk diatur melalui legislasi yang khusus. Alasannya ialah regulasi yang saat ini berlaku, khususnya



dalam kerangka UUPK, belumlah sepenuhnya memadai untuk mengatasi tuntutan yang muncul dalam konteks *e-commerce*.

Keunikan karakteristik yang terkait dengan sistem perdagangan melalui teknologi elektronik menuntut perlunya pembentukan regulasi hukum yang disesuaikan secara khusus dengan aspek hukum siber, termasuk dalam konteks *e-commerce*. Tindakan ini menjadi krusial untuk memastikan bahwa hak-hak konsumen yang menggunakan teknologi elektronik dalam konteks perdagangan, terutama dalam transaksi melalui platform daring, tetap terlindungi, terutama saat peraturan hukum yang ada tidak secara eksplisit mencakupnya.

Penegakan Hukum dalam Transaksi Elektronik

Menurut Abdulkadir Muhammad, penegakan hukum dapat dimaknai selaku upaya dalam menerapkan hukum selaras dengan ketentuannya, memantau penerapannya untuk mencegah pelanggaran, dan ketika pelanggaran terjadi, memperbaiki hukum yang dicerai agar dapat kembali ditegakkan (Muhammad, 2006).

Jimly Asshidiqie memisahkan konsep penegakan hukum menjadi dua bagian. Secara spesifik, ia menggambarkan penegakan hukum sebagai tindakan terhadap setiap pelanggaran terhadap undang-undang melalui proses hukum pidana yang melibatkan peran aparat penegak hukum, pengacara, dan lembaga peradilan (Asshidiqie, 2006). Secara keseluruhan, ini melibatkan serangkaian tindakan yang bertujuan untuk menerapkan norma hukum dan mengambil langkah hukum terhadap individu atau entitas hukum yang telah melanggar hukum, apakah melalui jalur peradilan atau melalui metode lain, seperti arbitrase atau alternatif mekanisme penyelesaian sengketa (Asshidiqie, 2006).

Machmud menyatakan bahwa penegakan hukum secara langsung terhubung dengan kepatuhan terhadap aturan hukum, baik oleh masyarakat umum maupun oleh aparat penegak hukum yang merupakan penyelenggara negara (Machmud, 2012).

Dari berbagai pernyataan sebelumnya, terlihat bahwa penegakan hukum bertujuan untuk memperkuat keteraturan dan kepastian hukum dalam suatu masyarakat. Upaya ini melibatkan pengaturan fungsi, tugas, dan kewenangan lembaga penegak hukum sesuai dengan cakupan masing-masing, dan juga didasari pada kerja sama yang solid dan mendukung tujuan yang ingin dimanifestasikan (Rahmanto, 2019).

Oleh karena itu, hukum membedakan di antara apa yang selaras atau bertentangan dengan peraturan hukum (hukum positif) dan apa yang diharapkan (hukum normatif). Perhatian utama dari penegakan hukum lebih terfokus pada tindakan yang melanggar peraturan hukum. Sebagai hasilnya, penegakan hukum, terutama hukum pidana, adalah respons terhadap perilaku yang bertentangan dengan peraturan hukum (Sudarto, 1996). Fokus utama pembahasan dalam penegakan hukum adalah upaya dari aparat pemerintah dalam menangani tindakan-tindakan yang melanggar peraturan hukum, serta penanganan masalah-masalah terkait penegakan hukum lainnya (Sudarto, 1996).

Dalam kerangka hukum pidana, hukum pidana secara mendasar ialah kumpulan peraturan hukum yang bersifat publik, yang mengatur perilaku yang dilarang dengan ancaman sanksi pidana, serta menetapkan situasi-situasi di mana sanksi pidana dapat dikenakan. Penggunaan hukum pidana untuk mengatur tingkah laku masyarakat merupakan bagian penting dari usaha penegakan hukum guna menerapkan norma-norma hukum sebagai pedoman yang efektif dalam interaksi hukum di dalam struktur masyarakat dan negara. Ketika melihat dari perspektif subjeknya, penegakan hukum pidana melibatkan berbagai pihak yang bisa dimaknai selaku langkah-langkah penegakan hukum yang melibatkan seluruh pihak yang terkait (Rahmanto, 2019).



Secara hukum, penipuan termasuk dalam kategori tindak pidana sesuai dengan KUHP. Namun, definisi penipuan dalam KUHP tidak dapat dikatakan sebagai sebuah pengertian, tetapi serangkaian kriteria yang menentukan aspek-aspek dari sebuah tindakan agar bisa diklasifikasikan menjadi penipuan, dan individu yang melakukan perbuatan tersebut dapat dikenakan hukuman (Rahmanto, 2019). Menurut penjelasan dari Lamintang, tindakan kriminal penipuan atau “bedrog” ditata oleh Pasal 378-395 KUHP, yang terdapat dalam Buku II, Bab ke XXV. Penggunaan istilah “Penipuan” atau “Bedrog” diadopsi karena bab ini mengatur berbagai tindakan yang berkaitan dengan harta benda, di mana pelaku menggunakan taktik menipu atau tipu daya (Lamintang, 1997).

Penipuan dalam ranah siber saat ini bisa dijalankan dengan beragam metode, dari yang sederhana hingga yang rumit. Penipuan sederhana contohnya melibatkan penyebaran informasi palsu atau penggunaan identitas palsu secara ilegal dalam tujuan penipuan melalui internet, sementara penipuan yang lebih rumit bisa melibatkan kelompok atau jaringan pelaku. Dalam konteks hukum yang tertuang dalam KUHP, ketentuan terkait tindak pidana penipuan mungkin memiliki pembatasan dalam memberikan sanksi ataupun hukuman yang sesuai atas tindakan semacam ini. Di samping itu, untuk mengidentifikasi seseorang sebagai pelaku penipuan daring, diperlukan pemenuhan seluruh unsur perbuatan pidana dan adanya bukti bahwa perbuatan tersebut sengaja dilakukan, di mana pelaku dengan kesadaran tindakan tersebut melanggar hukum.

Dalam kerangka perlindungan hukum yang diatur oleh UU ITE saat ini, terdapat ketidakpastian terkait penanganan tindak pidana penipuan konvensional atau penipuan daring secara langsung. Walaupun begitu, UU ITE menyediakan ketentuan yang berkaitan dengan konsep penipuan yang dapat mengakibatkan kerugian bagi korban dalam bertransaksi via daring, sebagaimana yang digariskan oleh Pasal 28 Ayat (1) UU ITE. Bagian ini mengklarifikasi bahwa tiap-tiap individu yang secara sengaja, dan tanpa hak, melakukan penyebaran informasi palsu dan menyesatkan yang dapat berdampak merugikan pelanggan dalam jual beli daring. Dengan demikian, walaupun UU ITE tidak secara tegas mengatur perincian *e-commerce*, undang-undang ini secara tak langsung menggarisbawahi prinsip-prinsip dasar *e-commerce*, termasuk aspek pengaturan asas-asas kontrak dalam transaksi elektronik yang melibatkan hal-hal seperti:

- a. Prinsip Kepastian Hukum yang tertuang dalam Pasal 18 Ayat (1) UU ITE menyebutkan bahwa transaksi elektronik yang diwujudkan dalam bentuk kontrak elektronik mengikat para pihak.
- b. Prinsip Iktikad Baik, sebagaimana diatur dalam Pasal 17 Ayat (2) UU ITE, menegaskan bahwa pihak yang terlibat dalam transaksi elektronik, baik dalam ruang lingkup publik maupun privat, harus bersikap jujur dalam berinteraksi dan/atau bertukar informasi elektronik serta/atau dokumen elektronik selama berlangsungnya transaksi.
- c. Prinsip Konsensualitas, yang dijabarkan oleh Pasal 20 UU ITE, mengindikasikan bahwa transaksi elektronik pada dasarnya berlangsung ketika tawaran transaksi yang dikirimkan oleh pihak pengirim diterima dan disetujui oleh penerima. Pasal 20 Ayat (2) UU ITE lebih rinci mendeskripsikan bahwa persetujuan terhadap tawaran transaksi elektronik seperti tersebut di Ayat (1) harus dinyatakan secara elektronik.
- d. Prinsip Keterbukaan atau Prinsip Transparansi, sebagaimana dijabarkan dalam Pasal 9 UU ITE, mengharuskan pelaku usaha yang menawarkan produk melalui platform



elektronik untuk memberikan data yang lengkap dan tepat terkait ketentuan kontrak, pabrikan, serta produk yang mereka sediakan.

Dalam usaha penegakan hukum terhadap tindak pidana penipuan yang terkait dengan *e-commerce*, perhatian utama dalam melindungi hak konsumen terfokus pada poin c dan h dalam Pasal 4. Pasal-pasal ini menegaskan hak konsumen untuk memperoleh informasi yang tepat, terbuka, dan jujur mengenai keadaan serta jaminan barang dan/atau layanan. Di samping itu, konsumen juga diberi hak untuk mendapatkan kompensasi, penggantian kerugian, atau penggantian jika barang dan/atau layanan yang diterimanya tidak sesuai dengan kesepakatan atau tidak memenuhi standar yang seharusnya.

Perlindungan hak konsumen dalam kerangka transaksi *e-commerce* memiliki signifikansi yang besar. Konsumen memiliki hak untuk meminta kompensasi, ganti rugi, atau penggantian jika barang atau layanan yang mereka peroleh tidak sesuai dengan informasi yang disediakan oleh penjual. Di samping itu, penjual memiliki kewajiban untuk memberikan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian jika barang atau jasa yang mereka tawarkan tidak memenuhi kesepakatan. Selain itu, jika pelaku usaha melanggar larangan memasarkan produk atau layanan yang tidak sesuai dengan janji yang tercantum dalam label, etiket, informasi, iklan, atau promosi penjualan, mereka bisa menghadapi tindakan hukum sesuai dengan ketentuan Pasal 62 Ayat (1) dalam UU Perlindungan Konsumen. Pasal ini menyatakan bahwa pelaku usaha yang melanggar aturan tersebut dapat dikenai sanksi pidana berupa hukuman penjara hingga 5 tahun atau denda maksimum Rp 2 miliar (Republik Indonesia, 1999).

PENUTUP

Simpulan

Kejahatan penipuan dalam lingkup *e-commerce* pada dasarnya serupa dengan penipuan konvensional, dengan perbedaan utama terletak pada penggunaan perangkat elektronik seperti komputer, internet, atau perangkat telekomunikasi sebagai sarana pelaksanaannya. Oleh karena itu, penegakan hukum terhadap tindak pidana penipuan ini masih seharusnya diatur oleh KUHP, terutama melalui Pasal 378. Untuk memperkuat dasar hukumnya, dapat mencakup juga Pasal 28 ayat (1) dalam UU ITE. Dengan status undang-undang yang bersifat spesifik (*Lex Specialis Derogat Lex Generale*), UU ITE setidaknya dapat berfungsi sebagai panduan dan dasar hukum bagi masyarakat dalam menjalankan aktivitas di dunia maya. UU ITE juga memiliki keterkaitan dengan beberapa pasal yang diatur dalam KUHP yang bertujuan untuk memfasilitasi penyelesaian suatu perkara. Saat menghadapi situasi wanprestasi dalam transaksi jual beli online, konsumen dapat mengambil tindakan hukum dengan merujuk pada UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, UU No. 11 Tahun 2008, bersamaan dengan UU No. 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Tindakan hukum yang dapat digunakan untuk menyelesaikan kasus wanprestasi menurut UU PK meliputi jalur litigasi dan non-litigasi. Perlindungan konsumen juga ditegakkan melalui pemberian tanggung jawab kepada pelaku usaha yang terlibat dalam transaksi tersebut, dengan dukungan dan peran aktif dari pemerintah dan badan perlindungan konsumen nasional.

Saran

Diperlukan kampanye penyuluhan UU ITE untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai validitas kontrak yang dibuat melalui internet. Kampanye ini bertujuan agar masyarakat dapat melakukan transaksi *e-commerce* sesuai dengan ketentuan yang berlaku serta untuk menciptakan keseragaman dalam pemahaman, menghindari hambatan dalam penerapannya. Selanjutnya, pihak yang tidak memenuhi kewajiban sesuai dengan kontrak yang



sudah disetujui, bisa diajukan tuntutan secara perdata oleh pihak yang mengalami kerugian guna mendapatkan ganti rugi.

Pemerintah sebaiknya meningkatkan pengawasan terhadap individu atau entitas yang terlibat dalam transaksi elektronik, dengan mewajibkan pendaftaran untuk segala kegiatan yang terkait dengan kepentingan publik dalam lingkungan elektronik, termasuk registrasi untuk bisnis elektronik (e-business). Selain itu, perlunya penegakan hukum yang lebih intensif dari pihak berwenang untuk mencegah dan menegakkan hukum perlindungan konsumen yang berkaitan dengan hukum siber di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Asshidiqie, J. (2006). *Hukum Tata Negara dan Pilar-Pilar Demokrasi, Serpihan Pemikiran Hukum, Media dan HAM*. Jakarta: : Konstitusi Press dan PT Syaamil Cipta Media.
- Asyhadi, Z. (2016). *Hukum Bisnis: Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Fitriani, N. (2023). *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Transaksi Jual Beli Online Dalam Hal Terjadinya Kerugian*, *Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains dan Sosial Humanioral* (2023) 1:2, 1-25
- Khotimah, C. A., & Chairunnisa, J. C. (2016). *Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli-online (e-commerce)*. *Business Law Review*, 1, 14-20.
- Gultom, E. (2012). *Cyber Law: Suatu Pengantar Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Perdagangan Melalui Electronic Commerce*. Elips, Bandung.
- Hakiki, A. A., Wijayanti, A., & Sari, K. R. (2017). *Perlindungan Hukum bagi Pembeli dalam Sengketa Jual Beli Online*. *Justitia Jurnal Hukum* 1 (1)
- Indrajit, R. E. (2001). *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Putra, D. D., & Sukihana, I. (2018). *Kedudukan Penyedia Aplikasi Terkait Ketidaksiesuaian Barang Yang Diterima Oleh Konsumen Dalam Jual Beli Melalui Internet Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*. *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, 1-15.
- Lamintang, P.A.F.. (1997). *Dasar-Dasar Hukum Pidana Indonesia*,. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Machmud, S. (2012). *Penegakan Hukum Lingkungan Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Mahardika, S. P., & Rudy, G. D. (2018). *Tanggung Jawab Pemilik Toko Online Dalam Jual-Beli Online (E-Commerce) Ditinjau Berdasarkan Hukum Perlindungan Konsumen*. *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, 2. <http://surabaya.bisnis.com/read/2016101>
- Muhammad, A. (2006). *Etika Profesi Hukum*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Makarim, E. (2008). *Kompilasi Hukum Telematika*. Jakarta: Gravindo Persada.
- Muhammad, N. (2022). *ANALISIS KEKUATAN HUKUM TERHADAP PERJANJIAN JUAL BELI MELALUI MEDIA ELEKTRONIK (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB)*.
- Rahmanto, T. Y. (2019), *Penegakan Hukum Terhadap Tindak Pidana Penipuan Berbasis Transaksi Elektronik (Legal Enforcement Against Fraudulent Acts In Electronic-Based Transactions)*, *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*
- Siahaan, N.H.T.. (2004). *Hukum Konsumen, Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*. Jakarta: Panta Rei.



- Septiani, L. (2023). “Kominfo Catatkan 1.730 Kasus Penipuan Online, Kerugian Ratusan Triliun”, <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/63f8a599de801/kominfo-catatkan-1730-kasus-penipuan-online-kerugian-ratusan-triliun> (diakses pada 5 November 2023, pukul 19.29 WIB)
- Sudarto, (1996), Kapita Selekta Hukum Pidana, Bandung: Alumni,
- Besari, N. P. (2023). “Korban Penipuan Ecommerce RI makin Banyak, Cek Data Terbaru!”, <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230302140853-37-418315/korban-penipuan-ecommerce-ri-makin-banyak-cek-data-terbaru> (diakses pada 5 November 2023, pukul 19.47 WIB)