



## Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli *Online* atau *e-Commerce* menurut Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 dan Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 di Indonesia

Arif Ismunandar<sup>1</sup>, Citra Indah Wulandari<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> STIS Darusy Syafa'ah Lampung Tengah

\* CORRESPONDENCE: ✉ [arifismunandar86@gmail.com](mailto:arifismunandar86@gmail.com)

### Abstrak

### Article Info

*The development of information and technology makes it easier for Indonesian people to get information and insight about products and goods needed in everyday life. One of the developments in technology and information is the internet media. Online buying and selling sites (e-commerce) are increasingly widespread today so that consumers are required to be careful in every online transaction. With legal guarantees and laws for consumers, it is hoped that there will be a legal basis in providing protection to consumers who transact e-commerce. This writing aims to find out whether legal rights as consumers, in the sense of legal protection for consumers, have been carried out properly and correctly, according to applicable laws. This research is a normative legal research. Where is the research on the principles and rules of law that guide the attitudes and behavior of the community. This research was conducted on the application of legal principles in legal protection for consumers related to the inclusion of problems that often occur in online buying and selling transactions between business actors and consumers.*

*From the results of the discussion, it can be concluded that the UUPK and UU ITE have been able to provide adequate legal protection for consumers in buying and selling movable goods through e-commerce. regarding the use of consumer personal data, the legal requirements of an e-commerce transaction, the use of CA (Certification Authority), the issue of standard clauses and regulating actions that are prohibited for business actors in marketing and producing goods and services that can be used as a reference for objects in e-transactions. commerce..*

#### Article History

Received : 15-11-2021,

Revised : 10-12-2021,

Accepted : 15-12-2021

#### Keywords:

Keywords ; Perlindungan Hukum

Keywords ; Konsumen

Keywords ; *online/e-commerce*

### A. Pendahuluan

Di Indonesia, pengaturan *e-commerce* ditemukan dalam Undang- Undang No 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Dua hal penting pengaturan *e-commerce* dalam undang-undang tersebut: Pertama pengakuan transaksi elektronik dan dokumen elektronik dalam kerangka hukum perikatan dan hukum pembuktian, sehingga kepastian hukum transaksi. elektronik dapat terjamin. Kedua diklasifikasikannya tindakan-tindakan yang termasuk

<sup>1</sup>Dosen Ekonomi Syari'ah STIS Darusy Syafa'ah Lampung Tengah.

<sup>2</sup>Dosen Ekonomi Syari'ah STIS Darusy Syafa'ah Lampung Tengah.

kualifikasi pelanggaran hukum terkait penyalahgunaan TI (Teknologi Informasi) disertai dengan sanksi pidananya.<sup>3</sup>

Semakin berkembangnya informasi dan teknologi mempermudah masyarakat Indonesia untuk mendapatkan informasi dan wawasan mengenai produk dan barang kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu perkembangan teknologi dan informasi tersebut adalah media internet. Internet menjadi media bagi masyarakat untuk mengetahui berbagai macam informasi dan barang-barang kebutuhan masyarakat.<sup>4</sup> Berangkat dengan menggunakan mesin pencari di Internet para pengguna sistem elektronik yang dapat disebut juga konsumen dapat menjelajahi seluruh isi dunia.<sup>5</sup> Dalam situs jual beli online (*e-commerce*) di internet banyak dicantumkan disclaimer yang salah satu bunyinya menjelaskan bahwa penyelenggara sistem elektronik sebagai pelaku usaha mengalihkan tanggung jawabnya ke konsumen atas kerusakan produk.<sup>6</sup>

Konsumen dalam melakukan transaksi *e-commerce* sangat rentan, untuk mengalami kerugian, karena konsumen telah membayar sesuai harga yang telah ditentukan oleh *merchant* (penjual online), akan tetapi tidak dikirim objeknya, disini konsumen sebagai buyer.<sup>7</sup> Oleh sebab itu perlu perlindungan hukum bagi konsumen dalam menghadapi sistem teknologi yang semakin canggih juga kompeten.

Sebagaimana UU No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 44 menyatakan pemerintah mengakui lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, antara lain terdaftar dan diakui serta bergerak di bidang perlindungan konsumen dan memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen.<sup>8</sup>

Adanya pengakuan terhadap transaksi elektronik dan dokumen elektronik maka setidaknya kegiatan *e-commerce* mempunyai basis legalnya dan memberikan perlindungan terhadap konsumen yang bertransaksi *e-commerce*. Perlindungan konsumen menurut Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) Pasal 1 angka 1 adalah "*segala*

---

<sup>3</sup>Acep Rohendi, "*Perlindungan Konsumen dalam Transaksi e-Commerce Perspektif Hukum Nasional dan Internasional*", *Ecodemica*. Vol III. No.2 September 2015, h. 1.

<sup>4</sup>Sri Arlina, "*Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online Produk Kosmetik (Pemutih Wajah) Yang Mengandung Zat Berbahaya Berdasarkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999*", *UIR Law Review* Volume 02, Nomor 01, April 2018, h. 2.

<sup>5</sup>Ni Putu Ria Dewi Marheni, "*Perlindungan Hukum bagi Konsumen Berkaitan dengan Pencantuman Disclaimer oleh Pelaku Usaha dalam Situs Internet (Website)*", *Mahasiswa Magister Ilmu Hukum Universitas Udayana*, h. 2.

<sup>6</sup>Ni Putu Ria Dewi Marheni, "*Perlindungan Hukum bagi Konsumen Berkaitan dengan Pencantuman Disclaimer oleh Pelaku Usaha dalam Situs Internet (Website)*", h. 2.

<sup>7</sup>Sri Arlina, "*Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online Produk Kosmetik (Pemutih Wajah) yang Mengandung Zat Berbahaya berdasarkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999*", h. 4.

<sup>8</sup>Sadar, Moh. Taufik, dkk., "*Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*" (Jakarta: Permata Puri Media, 2012), h. 149.

*upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan bagi konsumen”.*

Prinsip ekonomi yang diterapkan oleh pelaku usaha baik itu online maupun offline yaitu mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin. Artinya, sangat mungkin konsumen akan dirugikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Karena *basic* dari tujuan ekonomi adalah memperkaya bagi pelaku usaha dengan keuntungan yang sebesar-besarnya.

Dari pemaparan diatas, identifikasi permasalahan sebagai berikut: Apakah konsumen sudah mendapatkan perlindungan hukum yang tercantum di Undang-Undang No 8 Tahun 1999 dengan sistem teknologi yang semakin canggih dan kompeten?

## **B. Perlindungan terhadap Konsumen menurut Undang-undang**

*Electronic Commerce Transaction* adalah transaksi dagang antara penjual dengan pembeli untuk menyediakan barang, jasa atau mengambil alih hak. Kontrak ini dilakukan dengan media *electronic* (digital medium) di mana para pihak tidak hadir secara fisik dan medium ini terdapat dalam jaringan umum dengan sistem terbuka yaitu internet atau *world wide web*. Transaksi ini terjadi terlepas dari batas wilayah dan syarat nasional.<sup>9</sup>

Perlindungan terhadap konsumen dewasa ini terasa sangat penting mengingat makin lajunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktifitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha.<sup>10</sup> Sesuai dengan ketentuan Pasal 8 Huruf j Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa:

Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/ atau memperdagangkan barang dan/atau jasa dengan tidak mencantumkan informasi dan/ atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundangundangan yang berlaku.

Begitu juga halnya pengaturan mengenai pelaku usaha yang menggunakan media elektronik dalam sistem online wajib memberikan informasi yang lengkap,<sup>11</sup> hal ini diatur secara jelas didalam pasal 9 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik dinyatakan bahwa:<sup>12</sup>

---

<sup>9</sup>Mariam Darus Badruzaman et al, “*Kompilasi Hukum Perikatan*”, (Bandung: PT. Citra Aditya Bhakti, 2001), h. 283.

<sup>10</sup>Firman Turmantara Endipradja, “*Hukum Perlindungan Konsumen Filosofi Perlindungan Konsumen dalam Prespektif Politik Hukum Negara Kesejahteraan*” (Malang: Setara Press, 2016), h. 128.

<sup>11</sup>Sri Arlina, “*Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online Produk Kosmetik (Pemutih Wajah) yang Mengandung Zat Berbahaya berdasarkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999*, h. 5.

<sup>12</sup>Pasal 9 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan.

Menurut Yusuf Shofie pelanggaran-pelanggaran hak-hak konsumen masih sangat kasat mata dijumpai dalam aktivitas keseharian. Kriteria untuk mengukur dugaan adanya pelanggaran-pelanggaran hak-hak konsumen:<sup>13</sup>

1. Norma-norma perlindungan konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen sebagai “undang-undang payung“ dan
2. Norma-norma (perlindungan konsumen) lainnya diluar Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang semula menempatkan perlindungan konsumen sebagai konsumen sebagai “sampiran” belaka, bukan ditujukan sebagai instrumen (hukum) perlindungan konsumen. Implementasi hak-hak konsumen sangat bergantung pada ada tidaknya perumusan norma-norma perlindungan konsumen tersebut.

Upaya perlindungan konsumen di Indonesia didasarkan pada asas dan tujuan, dimana dengan dua objek ini, implementasi perlindungan hukum terhadap konsumen terlaksana dengan baik, benar dan kuat.<sup>14</sup> Lima asas yang diatur didalam pasal 2 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu:<sup>15</sup>

1. Perlindungan konsumen berasaskan manfaat,
2. Perlindungan konsumen berasaskan keadilan,
3. Perlindungan konsumen berasaskan keseimbangan,
4. Perlindungan konsumen berasaskan keamanan dan keselamatan konsumen,
5. Perlindungan konsumen berasaskan serta kepastian hukum.

Penjelasan 5 asas tersebut sebagai usaha bersama dalam konteks pembangunan nasional yaitu:<sup>16</sup>

1. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
2. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

---

<sup>13</sup>Yusuf Shofie, “*Kapita Selekta Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*” (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2008), h. 156.

<sup>14</sup>Siti Azizah, “*Legal Standing Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (Lpksm) dalam Perkara Ekonomi Syari’ah di Pengadilan Agama*”, Muslim Heritage, Vol. 3, No.1, Mei 2018, h. 5.

<sup>15</sup>Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>16</sup>Penjelasan atas Pasal 2 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

3. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual.
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
5. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

### **C. Hak Konsumen dan pelaku usaha**

Konsumen dan pelaku usaha memiliki hak dan kedudukan yang sama dimata hukum, dalam melakukan transaksi jual beli. Diatur Pasal 4 dan Pasal 5 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Adapun hak konsumen sebagai berikut:<sup>17</sup>

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
  2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
  3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
  4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
  5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
  6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
  7. Hak untuk diperlakukan atau dilayanisecara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
  8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- Ahmadi Miru menyampaikan bahwa hak atas informasi ini sangat penting, karena tidak memadainya informasi yang disampaikan kepada konsumen, salah satu bentuk cacat produk, yaitu yang dikenal dengan cacat instruksi atau cacat karena informasi yang tidak memadai.<sup>18</sup>

Hak atas Informasi yang jelas dan benar dimaksudkan agar konsumen dapat memperoleh gambaran yang benar tentang suatu produk, karena dengan informasi tersebut konsumen dapat

---

<sup>17</sup>Pasal 4 dan Pasal 5 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>18</sup>Ahmadi Miru, Sutarman Yodo, *"Hukum Perlindungan Konsumen"* (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2005), h. 41.

memilih produk yang diinginkan/sesuai kebutuhannya serta terhindar dari kerugian akibat kesalahan dalam penggunaan produk.<sup>19</sup>

Kewajiban konsumen sebagai berikut:<sup>20</sup>

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

#### **D. Problematika dalam Transaksi *e-commerce***

Permasalahan yang sering terjadi di transaksi *e-commerce*<sup>21</sup> yaitu Privasi Data Konsumen, Privasi adalah *claim of individuals, groups, or institution to determine for themselves when, how, and what extent information about them is communicated to others.*<sup>22</sup> Permasalahan mengenai privasi di Indonesia belum dipahami oleh masyarakat keseluruhan, namun lain halnya dengan negara lain dimana privasi dianggap suatu hal yang amat penting sebagai bagian dari hak pribadi seseorang.

Pengertian privasi tidak sama dengan kerahasiaan (*Confidentiality*), privasi merupakan konsep yang lebih luas dari sekedar kerahasiaan yang meliputi hak untuk bebas dari gangguan, hak untuk tetap mandiri, hak untuk dibiarkan sendiri, hak untuk mengontrol peredaran dari informasi tentang seseorang dan dalam hal apa saja informasi tersebut harus diperoleh dan digunakan.<sup>23</sup> Pada umumnya ada tiga aspek dari privasi, yaitu privasi mengenai pribadi seseorang, privasi dari data seseorang dan privasi atas komunikasi seseorang.<sup>24</sup>

Dalam dunia usaha, terdapat klausula baku/perjanjian baku yang menempatkan posisi tidak seimbang antara pelaku usaha dan konsumen, yang pada akhirnya melahirkan suatu perjanjian yang merugikan salah satu pihak yang dalam hal ini konsumen.<sup>25</sup> UUPK tidak merumuskan pengertian perjanjian baku tapi menggunakan istilah klausula baku yang menurut Pasal 1 ayat (10) UUPK dirumuskan sebagai berikut:

---

<sup>19</sup>Ahmadi Miru, Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, h. 41.

<sup>20</sup>Pasal 4 dan Pasal 5 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>21</sup>Purnama, "Tinjauan Umum Tentang Transaksi Elektronik" dalam <http://www.repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/36037/5/Chapter%20III-V.pdf>. Diakses Tanggal 10 Mei 2021.

<sup>22</sup>Edmon Makarim, "*Pengantar Hukum Telematika*", (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), h. 159.

<sup>23</sup>Edmon Makarim, "*Pengantar Hukum Telematika.*", h. 162.

<sup>24</sup>Edmon Makarim, "*Pengantar Hukum Telematika.*", h. 160.

<sup>25</sup>Acep Rohendi, "*Perlindungan Konsumen dalam Transaksi e-Commerce Perspektif Hukum Nasional dan Internasional.*", h. 5.

Klausula baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen.

Menurut Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani<sup>26</sup> menyatakan, “UUPK tidak melarang pelaku usaha untuk membuat klausula baku atas setiap dokumen dan/atau perjanjian transaksi usaha perdagangan barang dan/ atau jasa, selama dan sepanjang perjanjian baku dan/ atau klausul baku tersebut tidak mencantumkan ketentuan sebagaimana dilarang dalam Pasal 18 ayat (1), serta tidak “berbentuk” sebagaimana dilarang dalam pasal 18 ayat (2) UUPK tersebut”.

Tujuan penggunaan klausula baku dalam kegiatan bisnis sebenarnya adalah untuk menghemat waktu dalam setiap kegiatan jual beli, amat tidak efisien apabila setiap terjadi transaksi jual beli antara pihak penjual dan pembeli mereka membicarakan mengenai isi kontrak jual beli. Oleh karena itu dalam suatu kontrak standard dicantumkan klausul-klausul yang umumnya digunakan dalam kontrak jual beli.<sup>27</sup>

Dalam transaksi *e-commerce*, penggunaan klausula baku adalah hal yang mutlak. Karena dalam transaksi *e-commerce* para pihak tidak berinteraksi secara langsung melainkan berinteraksi menggunakan media elektronik, salah satunya adalah internet. Saat konsumen hendak membeli suatu barang pada suatu website, maka penjual/*merchant* akan menyodorkan suatu perjanjian (*term and condition*) yang berisikan mengenai persyaratan-persyaratan seperti layaknya perjanjian jual beli pada umumnya.

Perjanjian (*term and condition*) inilah yang dapat dikategorikan sebagai klausula baku, karena isi dari perjanjian tersebut ditetapkan secara sepihak oleh penjual/*merchant*. Disini pihak konsumen tidak bisa memprotes isi daripada perjanjian, karena dalam website yang menampilkan perjanjian tersebut tidak mempunyai opsi (pilihan) untuk merubah perjanjian.<sup>28</sup>

Dalam hal ini konsumen hanya mempunyai dua pilihan yakni menerima atau membatalkan pesanan. Apabila dalam dunia nyata persetujuan terhadap klausula baku tersebut dilakukan dengan perbuatan penandatanganan, maka dalam transaksi *e-commerce* persetujuan dilakukan dengan “mengklik” pilihan setuju/ok/yes. Perbuatan “mengklik” tersebut dapat diartikan sebagai akseptasi atau sama dengan perbuatan penandatanganan.<sup>29</sup>

---

<sup>26</sup>Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, “*Hukum tentang Perlindungan Konsumen*” (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), h. 57.

<sup>27</sup>Acep Rohendi, “*Perlindungan Konsumen dalam Transaksi e-Commerce Perspektif Hukum Nasional dan Internasional*.” h. 6.

<sup>28</sup>Acep Rohendi, “*Perlindungan Konsumen dalam Transaksi e-Commerce Perspektif Hukum Nasional dan Internasional*.” h. 6.

<sup>29</sup>Acep Rohendi, “*Perlindungan Konsumen dalam Transaksi e-Commerce Perspektif Hukum Nasional dan Internasional*.” h. 6.

Dalam UUPK penggunaan klausula baku pada prinsipnya tidak dilarang, namun yang perlu dikhawatirkan adalah pencantuman klausula eksonerasi (*exemption clause*) dalam perjanjian tersebut. Klausula eksonerasi adalah klausula yang mengandung kondisi membatasi, atau bahkan menghapus sama sekali tanggung jawab yang semestinya dibebankan kepada pihak produsen/penyalur produk (penjual).<sup>30</sup> Walaupun UUPK secara jelas mengatur mengenai tata cara pembuatan klausula baku, namun dalam praktek masih terjadi penyimpangan terlebih lagi dalam transaksi e-commerce dimana segala kegiatan transaksi dilakukan dengan proses “klik” tanpa adanya proses tawar-menawar.

Menurut Erman Raja Guk Guk permasalahannya adalah tuntutan pihak korban akibat produk atau barang yang cacat (*defective product*) tersebut.<sup>31</sup> *State of The Art* serupa dengan *unavoidably unsafe defence*, dimana ketiadaan pengetahuan atau kemampuan untuk menghilangkan bahaya yang diduga digunakan untuk menentukan apakah sebuah produk benar-benar aman.

Ahmad Miru berpendapat oleh karena pengertian harapan yang wajar dari konsumen sangat abstrak, maka ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan harapan yang wajar dari konsumen, yaitu:<sup>32</sup>

- a. Pengetahuan/ pengalaman konsumen terhadap produk yang sama
- b. Kepercayaan konsumen terhadap produsen/ pengetahuan produsen tentang kekurangan bahaya produk
- c. Harga produk
- d. Informasi yang disampaikan produsen tentang produk tersebut.

Dalam transaksi *e-commerce*, apabila suatu website menerima *feed back* yang buruk/negative dari pelanggannya maka dapat dipastikan bahwa website tersebut akan sepi oleh pembeli. Validitas erat kaitannya dengan CA (*Certification Authority*), namun dalam UU ITE tidak menggunakan istilah CA tapi menggunakan istilah “lembaga sertifikasi keandalan”, dimana dalam Pasal 1 angka 11 diartikan sebagai lembaga independen yang dibentuk oleh profesional yang diakui, disahkan dan diawasi oleh pemerintah dengan kewenangan mengaudit dan mengeluarkan sertifikat keandalan dalam transaksi elektronik. Salah satu tugas CA adalah melakukan verifikasi, pemeriksaan dan pembuktian identitas pengguna dan pelanggan atau dengan kata lain CA bertugas untuk memastikan dan menjamin kebenaran keberadaan pengguna

---

<sup>30</sup>Shidarta, “*Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*”, (Indonesia: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2006), h. 147.

<sup>31</sup>Erman Raja Guk Guk, Nurmadjito, Sri Rejeki Hartono, dkk. “*Hukum Perlindungan Konsumen*”(Bandung: Mandar Maju, 2000), h. 52.

<sup>32</sup>Ahmad Miru, “*Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum bagi Konsumen di Indonesia*” (Surabaya: Disetasi program pasca sarjana Universitas Air langga, 2000), h. 164.

dan pelanggan sehingga terjamin otentisitasnya. Yang dimaksud dengan pengguna dan pelanggan adalah para pihak yang terlibat dalam transaksi *e-commerce*.<sup>33</sup>

Peranan CA untuk menjamin otentisitas para pihak yang terlibat dalam transaksi *ecommerce* adalah untuk mencegah penipuan-penipuan yang sering terjadi dalam transaksi *e-commerce* seperti "phising". *Phising* sering diartikan sebagai suatu cara untuk memancing seseorang ke halaman tertentu. *Phising* tidak jarang digunakan oleh para pelaku kriminal untuk memancing seseorang agar mendatangi alamat web melalui e-mail. UU ITE tidak mewajibkan suatu situs *e-commerce* untuk menggunakan jasa CA, ini terlihat dalam Pasal 10 ayat 1 dimana disebutkan "Setiap pelaku usaha yang menyelenggarakan Transaksi Elektronik dapat disertifikasi oleh Lembaga Sertifikasi keandalan".<sup>34</sup>

### **E. Dampak Jual Beli Online atau *e-Commerce***

Di Indonesia jual beli online atau *e-commerce* lagi marak di perbincangkan. Para pelaku usaha berbondong-bondong untuk melakukan kegiatan ekonomi lewat online. Ada sisi kelemahan dan kelebihan dari teknik online ini. Tapi konsumen dan pelaku usaha sudah semakin nyaman dengan melakukan sistem ekonomi ini lewat online atau bahasa *trend in the world* adalah *e-commerce*. Untuk itu untuk memondasi kegiatan ekonomi, pemerintah khususnya telah mengatur itu semua dalam undang-undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen (UUPK). Di dalamnya mengatur tentang hak dan kewajiban konsumen, asas dan tujuan, serta bagaimana konsumen bertindak baik itu untuk kepentingan pribadi maupun orang banyak.

Meski prinsip ekonomi adalah semaksimal mendapatkan keuntungan dengan melihat resiko yang ada yaitu, kerugian pada konsumen, segala sesuatu bisa teratasi dengan prinsip rela sama rela antara pelaku usaha dan konsumen.

Dari pembahasan tersebut dapat diketahui bahwa apakah konsumen sudah mendapatkan perlindungan hukum karena proses ekonomi yang dilakukan lewat online atau melakukan transaksi jual beli online (*e-commerce*) menurut undang-undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan undang-undang no 11 tahun 2008 tentang informasi dan teknologi elektronik di Indonesia? Jawabannya, konsumen sudah mendapatkan perlindungan hukum, karena ada payung hukum yang mengaturnya, dan itu menjadi basic suatu kegiatan ekonomi.

### **F. Simpulan**

---

<sup>33</sup>Acep Rohendi, "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi *e-Commerce* Perspektif Hukum Nasional dan Internasional. h. 10.

<sup>34</sup>Acep Rohendi, "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi *e-Commerce* Perspektif Hukum Nasional dan Internasional. h. 11.

Berdasarkan pembahasan diatas, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: UUPK dan UU ITE telah mampu memberikan perlindungan hukum yang memadai bagi konsumen dalam melakukan transaksi jual beli barang bergerak melalui *e-commerce*, perlindungan hukum tersebut terlihat dalam ketentuan-ketentuan UUPK dan UU ITE dimana kedua peraturan tersebut telah mengatur mengenai penggunaan data pribadi konsumen, syarat sahnya suatu transaksi *e-commerce*, penggunaan CA (*Certification Authority*), permasalahan klausula baku dan mengatur mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam memasarkan dan memproduksi barang dan jasa yang dapat dijadikan acuan bagi obyek dalam transaksi *e-commerce*.

Walaupun UUPK memiliki kelemahan yaitu hanya menjangkau pelaku usaha yang berkedudukan di Indonesia saja, namun kelemahan ini sudah ditutupi oleh UU ITE. Dan korelasi antara konsumen juga pelaku usaha saling keterkaitan. Undang-Undang yang mengatur perlindungan konsumen sebagai pondasi agar meminimalisir penipuan yang terjadi pada konsumen. Undang-Undang tentang ITE untuk mengontrol pelaku usaha dalam menjalankan usahanya, terutama dalam transaksi online.

Adapun saran-saran yang dapat diberikan agar perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* dapat terjamin adalah sebagai berikut;

I. Pemerintah perlu membuat peraturan untuk melengkapi ketentuan hukum

Perlu dilakukannya sosialisasi terhadap masyarakat tentang UUPK dan UUIITE supaya mereka paham apa saja yang harus mereka lakukan untuk menghindari adanya ketimpangan, baik itu untuk konsumen maupun pelaku usaha.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Badruzaman, Darus, Mariam. 2001. *Kompilasi Hukum Perikatan*. Bandung: PT. Citra Aditya Bhakti.
- Endipradja, Turmantara, Firman. 2016. *Hukum Perlindungan Konsumen Filosofi Perlindungan Konsumen dalam Prespektif Politik Hukum Negara Kesejahteraan*. Malang: Setara Press.
- Guk Guk, Raja, Erman. Nurmadjito. Hartono, Rejeki, Sri. dkk. 2000. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Mandar Maju.
- Makarim, Edmon. 2005. *Pengantar Hukum Telematika*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Miru, Ahmad. dan Yodo, Sutarman. 2005. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sadar. Moh Taufik. dkk. 2012. "*Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*", Jakarta: Permata Puri Media.
- Shidarta. 2006. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Indonesia: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Shofie, Yusuf. 2008. *Kapita Selekta Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Sinamo, Nomensen. 2009. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: PT. Bumi Intitama Sejahtera.
- Soekanto, Soerjono dan Mamudji, Sri. 2001. *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Widjaja, Gunawan dan Yani, Ahmad. 2000. *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

**Jurnal/Karya Ilmiah**

Arlina, Sri. 01 April 2018. “*Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Produk Kosmetik (Pemutih Wajah) Yang Mengandung Zat Berbahaya Berdasarkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999*” UIR Law Review Volume 02, Nomor 01.

Azizah, Siti. Mei 2018. *Legal Standing Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (Lpksm) Dalam Perkara Ekonomi Syari’ah Di Pengadilan Agama*. Muslim Heritage, Vol. 3, No.1.

Marheni, Ria Dewi, Niputu. “*Perlindungan Hukum bagi Konsumen Berkaitan dengan Pencantuman Disclaimer oleh Pelaku Usaha dalam Situs Internet (Website)*,” Mahasiswa Magister Ilmu Hukum Universitas Udayana.

Miru, Ahmadi. 2000. *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*. Surabaya: Disertasi program pasca sarjana Universitas Air langga.

Rohendi, Acep. 2 September 2015. “*Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Perspektif Hukum Nasional Dan Internasional*”. Ecodemica. Vol III. No. 02.

**Undang-undang**

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik.

**Website/Internet**

Purnama. Tinjauan Umum Tentang Transaksi Elektronik” dalam <http://www.repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/36037/5/Chapter%20III-V.pdf>. Diakses Tanggal 10 Mei 2021.