

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM BISNIS E-COMMERCE DI INDONESIA

Dafa Ihsani Nurti¹, Fathin Khoirunnisa², Lestari Lamindo Limbong³, M.Tegar
Pratama⁴, Bambang Fitrianto⁵

dafaihsani10@gmail.com¹, faanisa04@gmail.com², lestarilimbong3@gmail.com³,
tp76763@gmail.com⁴, bambangfitrianto@dosen.pancabudi.ac.id⁵

Universitas Pembangunan Panca Budi

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang perlindungan hukum terhadap konsumen dalam bisnis e-commerce di Indonesia. Metode yang digunakan adalah metode normatif, yang menggunakan metode studi pustaka dan analisis regulasi. Data yang digunakan berasal dari peraturan perundang-undangan yang berlaku, literatur hukum, dan jurnal terkait perlindungan konsumen dalam bisnis e-commerce di Indonesia. Di zaman ini Perusahaan-perusahaan menjual atau memasarkan produk-produk mereka menggunakan electronic commerce atau e-commerce agar lebih mudah dijangkau oleh konsumen konsumen baik yang didalam negeri maupun diluar negeri, berbisnis melalui platform e-commerce dapat mengurangi biaya operasional yang tinggi seperti sewa toko fisik, biaya utilitas, dan tenaga kerja tambahan. Dengan berfokus pada penjualan online, perusahaan dapat menghemat banyak pengeluaran dan mengalokasikan dana tersebut untuk pengembangan produk, pemasaran, atau peningkatan layanan pelanggan, dan dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, e-commerce memberikan perusahaan peluang untuk berinovasi dalam cara mereka melayani pelanggan dan menghadirkan produk. Perusahaan yang menggunakan teknologi canggih dalam e-commerce dapat lebih cepat beradaptasi dengan perubahan pasar dan permintaan konsumen, memberikan mereka keuntungan kompetitif dibandingkan dengan pesaing yang belum mengoptimalkan platform online. Maka dari itu diciptakan lah perlindungan hukum untuk konsumen dalam berbisnis melalui e-commerce di Indonesia dengan tujuan untuk memastikan kepentingan dan hak konsumen terlindungi dalam transaksi digital yang semakin berkembang. Seiring dengan pesatnya pertumbuhan e-commerce, adanya regulasi yang melindungi konsumen menjadi sangat penting untuk menjaga keadilan dan mencegah potensi penyalahgunaan.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum, Bisnis, E-Commerce, Konsumen.

PENDAHULUAN

Sejalan dengan cepatnya pengembangan bidang teknologi perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam industry kecil, menengah maupun besar, yang merupakan salah satu dari sekian banyak pelaku dan penunjang kegiatan ekonomi di negeri ini, semakin dipacu untuk menggunakan teknologi yang maju sebagai senjata untuk tetap survive dan memenangkan persaingan yang kian hari terasa ketat dan keras. Oleh karena itu, teknologi web di internet memainkan peran yang penting yaitu memungkinkan organisasi ataupun perusahaan memasuki pasar dengan cara yang mudah, murah, dan tanpa batasan geografis, semuanya akan berada dalam apa yang dinamai ruang maya (Cyberspace). Dalam hal ini, organisasi atau perusahaan akan bersaing dengan pelaku bisnis yang lain di dunia maya.¹

Akhir-akhir ini penggunaan internet mengarah kepada cyberspace, yang akan mendominasi seluruh kegiatan di atas permukaan bumi di masa kini maupun masa mendatang, yang secara umum akan berubah menjadi alat untuk persaingan antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya. Ini pun akan membawa dampak yang sangat besar bagi setiap perusahaan. Dampak pada aspek persaingan adalah terbentuknya tingkat kompetisi yang semakin tajam yang membuat perusahaan dalam globalisasi ekonomi ini membuat perubahan menjadi konstan, pesat, radikal

dan serentak. Sehingga perusahaan harus memiliki kemampuan yang cepat untuk beradaptasi terhadap perubahan yang terjadi sehingga perusahaan akan mampu bersaing dengan para kompetitornya. Penggunaan teknologi diharapkan dapat memberikan manfaat yang besar terhadap dunia bisnis yang kompetitif tersebut. Perusahaan yang mampu bersaing dalam kompetisi tersebut adalah perusahaan yang mampu mengimplementasikan teknologi ke dalam perusahaannya. Salah satu jenis implementasi teknologi dalam hal meningkatkan persaingan bisnis adalah dengan menggunakan elektronik commerce atau e-commerce yaitu untuk memasarkan berbagai macam produk atau jasa, baik dalam bentuk fisik maupun digital.

E-commerce atau Electronic Commerce jika ditinjau dari asal bahasanya maka terdiri dari electronic dan commerce yang mengindikasikan sebuah arti perdagangan melalui elektronik atau lebih lengkapnya bisa disebut sebagai proses pelaksanaan transaksi bisnis seperti: distribusi, pembelian, penjualan, dan pelayanan yang dilakukan secara elektronik melalui jaringan komputer terutama internet dan juga jaringan eksternal. Dengan kata lain e-commerce adalah pemanfaatan internet untuk berbagai aktivitas usaha. Kegiatan bisnis yang dilakukan secara online itu bisa meliputi pemasaran, promosi, public relation, transaksi pembayaran dan jadwal pengiriman barang, serta masih sangat terbuka kemungkinan inovasi kegiatan bisnis online seiring dengan perkembangan teknologi e-commerce itu sendiri.²

Penggunaan e-commerce dalam berbisnis semakin populer saat ini karena berbagai alasan yang mendukung kemudahan dan efisiensi dan potensi pasar yang lebih luas. Berikut adalah penjelasan mengenai mengapa banyak bisnis beralih ke e-commerce:

1. **Akses Pasar Global:** E-commerce memungkinkan bisnis untuk menjangkau pasar global tanpa batasan geografis. Produk atau layanan dapat dijual ke pelanggan di berbagai negara dan wilayah dengan biaya yang relatif rendah. Hal ini dikarenakan internet membuka peluang pasar yang lebih luas.
2. **Biaya Operasional Lebih Rendah:** Berbisnis secara online cenderung membutuhkan biaya operasional yang lebih rendah dibandingkan menjalankan toko fisik, karena tidak perlu menyewa tempat fisik atau mengurus biaya yang terkait dengan toko fisik lainnya.
3. **Kemudahan Akses Dan Kenyamanan:** E-commerce memberi kemudahan bagi konsumen untuk berbelanja kapan saja dan di mana saja. Konsumen dapat membeli produk atau layanan melalui perangkat seperti smartphone, tablet, atau komputer, tanpa harus datang ke toko fisik. Hal ini menjadikan pengalaman berbelanja lebih nyaman dan fleksibel.
4. **Transaksi Yang Cepat Dan Praktis:** Sistem pembayaran elektronik memungkinkan transaksi yang cepat dan praktis, baik melalui kartu kredit, transfer bank, atau metode pembayaran digital lainnya. Ini sangat meningkatkan kenyamanan pelanggan dalam melakukan pembelian.
5. **Personalized Customer Experience:** Dengan penggunaan teknologi analitik, bisnis dapat memberikan pengalaman berbelanja yang lebih personal kepada pelanggan, misalnya melalui rekomendasi produk yang sesuai dengan preferensi dan riwayat pembelian mereka.
6. **Pemasaran Yang Lebih Terarah Dan Efisien:** E-commerce memungkinkan bisnis untuk memanfaatkan digital marketing seperti SEO, iklan berbayar, dan media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih spesifik dan tertarget. Hal ini meningkatkan efektivitas pemasaran.

7. **Pemantauan Dan Analisis Data:** E-commerce memberikan kesempatan untuk mengumpulkan data secara real-time, yang memungkinkan pemilik bisnis membuat keputusan yang lebih tepat dan berbasis data, seperti merencanakan strategi pemasaran dan pengelolaan inventaris.
8. **Peningkatan Aksesibilitas dan Skalabilitas:** E-commerce memungkinkan bisnis berkembang tanpa terbatas oleh lokasi fisik atau kapasitas toko, serta memungkinkan pengelolaan dan pengembangan produk secara lebih fleksibel dan cepat.
9. **Keamanan dan Kepercayaan:** Teknologi e-commerce yang terus berkembang menawarkan sistem pembayaran yang lebih aman dan perlindungan data pribadi yang lebih baik, yang penting untuk membangun kepercayaan pelanggan.

Dengan adanya kemunculan E-commerce atau Electronic Commerce yang dapat dilakukan secara online meliputi Promosi, Public Relation, Transaksi Pembayaran, dan juga jadwal pengiriman barang ataupun dapat berkembang lebih jauh lagi, E-commerce membutuhkan Perlindungan hukum terhadap Konsumen agar semua hal tersebut dapat melindungi pelaku konsumen dalam E-commerce dari tindakan yang dapat merugikan. Maka dari itu dibutuhkan UU Perlindungan hukum terhadap Konsumen.

METODOLOGI

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan normatif dengan metode studi pustaka dan analisis regulasi. Data yang digunakan berasal dari peraturan perundang-undangan yang berlaku, literatur hukum, dan jurnal terkait perlindungan konsumen dalam bisnis e-commerce di Indonesia. Proses analisis dilakukan dengan cara memetakan berbagai ketentuan hukum yang relevan, serta mengevaluasi efektivitas implementasinya di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam bisnis e-commerce di Indonesia diatur oleh berbagai peraturan perundang-undangan untuk memastikan hak-hak konsumen terlindungi. Berikut adalah beberapa bentuk perlindungan hukum yang tersedia:

1. Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999

- Hak atas Informasi yang Jelas: Konsumen berhak mendapatkan informasi yang benar dan jelas mengenai barang atau jasa yang dibeli, termasuk deskripsi produk, harga, dan ketentuan lainnya. Hal ini diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Hak untuk Memilih: Konsumen berhak memilih barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan mereka tanpa adanya paksaan atau.
- Hak atas Keamanan dan Kesehatan: Produk yang dijual harus memenuhi standar keamanan dan tidak membahayakan kesehatan konsumen. Jika produk cacat, konsumen berhak untuk mendapatkan penggantian atau perbaikan.
- Hak untuk Mengajukan Pengembalian atau Klaim: Jika produk yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi atau rusak, konsumen berhak meminta pengembalian uang atau penggantian barang.

2. Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik (ITE) No. 19 Tahun 2016

- Keamanan Transaksi Elektronik: Pelaku usaha wajib memastikan bahwa sistem transaksi yang digunakan aman, untuk menghindari penipuan dan kehilangan data pribadi konsumen. Hal ini diatur dalam Pasal 26 dan Pasal 27

Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

- Sanksi terhadap Penipuan: Pelaku usaha yang melakukan penipuan atau pemalsuan informasi dalam transaksi e-commerce dapat dikenakan sanksi pidana sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam UU

3. Peraturan Pemerintah No. 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik

- Penyelenggara E-Commerce Wajib Menjamin Keamanan Sistem: Berdasarkan Pasal 13 Peraturan Pemerintah No. 82 Tahun 2012, penyelenggara platform e-commerce wajib menjaga keamanan sistem elektronik yang digunakan dalam transaksi untuk menghindari penyalahgunaan dan kebocoran data konsumen
- Penyelesaian Sengketa: Konsumen yang merasa dirugikan dalam transaksi e-commerce dapat mengajukan sengketa melalui penyelesaian alternatif seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), yang merupakan lembaga yang memfasilitasi penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha

4. Perlindungan Data Pribadi Konsumen

- Kerahasiaan Data Pribadi: Pelaku usaha e-commerce diwajibkan untuk melindungi data pribadi konsumen yang dikumpulkan selama transaksi. Meskipun Indonesia belum memiliki Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi yang komprehensif, Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 20 Tahun 2016 tentang Penggunaan Data Pribadi dalam Transaksi Elektronik memberikan dasar hukum mengenai perlindungan data pribadi.
- Sanksi atas Penyalahgunaan Data Pribadi: Jika data pribadi konsumen disalahgunakan atau bocor, pelaku usaha dapat dikenakan sanksi administratif atau pidana sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

5. Badan Perlindungan Konsumen Nasional (Bpkn)

- Pengawasan dan Edukasi: Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) berperan dalam mengawasi praktik e-commerce yang merugikan konsumen dan memberikan edukasi kepada masyarakat tentang hak-hak konsumen dalam transaksi online.
- Penyelesaian Sengketa: BPKN juga memfasilitasi penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha yang tidak dapat diselesaikan melalui mekanisme lain, dengan mengarahkan konsumen untuk menggunakan proses mediasi atau arbitrase.

6. Perlindungan Melalui Kebijakan Pengembalian Dan Jaminan

- Kebijakan Pengembalian Barang: Banyak platform e-commerce di Indonesia seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee yang memberikan kebijakan pengembalian barang dalam jangka waktu tertentu jika produk tidak sesuai dengan deskripsi atau mengalami kerusakan.
- Jaminan Keamanan Pembayaran: Sistem pembayaran melalui escrow, di mana uang konsumen hanya dibayarkan setelah mereka menerima barang yang sesuai, adalah salah satu bentuk perlindungan konsumen yang disediakan oleh platform e-commerce.

7. Penyelesaian Sengketa Konsumen

- Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK): Konsumen yang merasa dirugikan dapat mengajukan pengaduan ke BPSK, yang berfungsi untuk mediasi dan penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha
- Pengadilan: Jika penyelesaian melalui BPSK tidak memadai, konsumen dapat

membawa masalah mereka ke pengadilan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

KESIMPULAN

Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam bisnis e-commerce di Indonesia melibatkan berbagai peraturan yang memastikan bahwa hak konsumen terlindungi dari penipuan, produk cacat, dan penyalahgunaan data pribadi. Meskipun regulasi sudah ada, pengawasan yang lebih ketat serta peningkatan literasi hukum bagi konsumen dan pelaku usaha masih diperlukan untuk menciptakan ekosistem e-commerce yang aman dan adil.

DAFTAR PUSTAKA

- Brynjolfsson, E., & McAfee, A., 2014, *The Second Machine Age*).
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F., 2019, *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*.
- Dahl, M., & Nordgård, H., 2017, *Payment Systems in the New Economy*.
- Jain, V., & Yadav, R., 2021, *Personalization and Customer Experience in E-Commerce*.
- Keen, P., 2015, *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*).
- Kotler, P., & Keller, K. L., 2016, *Marketing Management*).
- Laudon, K. C., & Traver, C. G., 2020, *E-commerce 2020: Business, Technology, Society*).
- Nugroho "virtual world" (2006)
- Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 20 Tahun 2016.
- Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia No. 20 Tahun 2016.
- Peraturan Pemerintah No. 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.
- Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) No. 19 Tahun 2016.
- Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999.
- Yuswan Tio Arisandi, "Efektivitas Penerapan E-commerce dalam Pengembangan Usaha Kecil Menengah di Sentra Industri Sandal dan Sepatu Wedoko Kabupaten Siduarjo", *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Airlangga, Vol.8 No.1, Juli Desember (2018)*, 8.