

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KERUGIAN YANG
DIRASAKAN KONSUMEN PENGGUNA E-COMMERCE**
*LEGAL PROTECTION AGAINST LOSSES FELT BY E-COMMERCE USER
CONSUMERS*

Nawang Wulandari dan Waluyo

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

nawangwulandari1133@gmail.com

ABSTRAK

Kemajuan teknologi dan informasi yang ditimbulkan akibat perkembangan zaman yang saat ini semakin modern hadir untuk memenuhi berbagai kebutuhan yang diinginkan masyarakat. Kemudahan yang diberikan oleh hadirnya e-commerce membuat tingginya minat masyarakat dalam menggunakan teknologi. E-commerce merupakan salah satu jenis perdagangan berbasis sistem elektronik dimana terdapat kegiatan jual beli baik itu barang dan jasa yang dikelola menggunakan jaringan elektronik yakni internet. Kesimpulan yang didapatkan bahwa kehadiran e-commerce ditengah-tengah masyarakat tidak hanya membawa dampak positif, namun juga membawa dampak negatif khususnya penipuan *online*.

Kata Kunci: E-Commerce, Jual Beli, Konsumen

ABSTRACT

Advances in technology and information caused by the development of the current era are increasingly modern to meet the various needs that people want. The convenience provided by the presence of e-commerce makes high public interest in using technology. E-commerce is one type of electronic system-based trade where there are buying and selling activities both goods and services that are managed using electronic networks, namely the internet. The conclusion obtained is that the presence of e-commerce in the midst of society not only has a positive impact, but also has a negative impact, especially online fraud.

Keywords: E-Commerce, Buy and Sell, Consumers

A. PENDAHULUAN

Perkembangan zaman tentunya tidak lepas dari adanya kemajuan teknologi dan informasi yang hampir dialami oleh negara-negara di dunia. Semakin canggihnya teknologi membuat manusia semakin berlomba-lomba untuk menciptakan terobosan baru guna menarik minat konsumen yang menggunakan teknologi tersebut. Hampir semua orang di berbagai belahan dunia juga mengikuti perkembangan zaman ini, mulai dari kalangan anak kecil, remaja, orang dewasa hingga orang tua. Negara-negara di dunia juga mulai mengembangkan dirinya untuk mengikuti pesatnya teknologi, sehingga mau tidak mau Indonesia juga harus mengikuti perkembangan tersebut. Kemajuan teknologi kini tidak hanya berkembang seputar gadget, smartphone atau alat komunikasi lain, namun kebutuhan berbelanja kini pun telah mengalami perkembangan yang begitu pesat.

Kemajuan teknologi tersebut telah dikemas sedemikian rupa sehingga memudahkan masyarakat dalam berbelanja. Teknologi tersebut umumnya disebut dengan *E-Commerce*. Tidak hanya memenuhi dalam kebutuhan berbelanja, semakin majunya arus globalisasi *e-commerce* juga tersedia dalam berbagai bentuk kebutuhan manusia, seperti adanya *e-money* yang digunakan untuk menyimpan uang ataupun bertransaksi secara *online*. Selain *e-money*, kini *e-commerce* juga tersedia dalam bentuk kebutuhan jasa. Baik jasa pengiriman, promosi, maupun *marketing*.

Pada umumnya *e-commerce* atau transaksi elektronik dapat diartikan sebagai kegiatan-kegiatan dalam bisnis yang bersangkutan dengan konsumen atau orang yang menggunakan dan menikmati kegunaan dari *e-commerce*, kemudian perantara perdagangan, manufaktur, serta pelaku usaha yang diakses dengan jaringan komputer atau yang biasa dikenal dengan internet.¹ *E-commerce* juga menjadi suatu sistem perkembangan teknologi yang diciptakan oleh manusia sebagai alat untuk menjembatani antara pengusaha bisnis dengan konsumen dalam melakukan proses jual-beli dalam skala yang luas, baik itu dalam bentuk jasa maupun barang, melalui pembayaran yang tersedia secara *online* dengan melewati proses pengiriman dari suatu wilayah menuju wilayah yang lain hingga

¹ Endang Purwaningsih, *Hukum Bisnis*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2010, p.57

sampai pada tangan konsumen dan menciptakan terjadinya suatu hubungan timbal balik antara pelaku usaha dan konsumen yang saling menguntungkan satu sama lain.

Dengan adanya *e-commerce*, proses perdagangan jual dan beli yang pada saat itu dilakukan secara langsung (konvensional) kini kemudian berubah menjadi semakin mudah dengan media digital elektronik yang diakses menggunakan jaringan komputer yaitu internet. Internet merupakan salah satu faktor utama yang menjadi pengaruh besar bagi berkembangnya *e-commerce*, karena internet memberikan kemudahan-kemudahan untuk melakukan suatu kegiatan termasuk sebagai media dalam bertransaksi yang dapat digunakan tanpa terbatas oleh waktu dan jarak baik kapanpun dan dimanapun masyarakat mengaksesnya.

Sayangnya, kemudahan pada *e-commerce* juga membawa kekhawatiran bagi masyarakat terhadap terjadinya penipuan online sehingga menimbulkan kerugian bagi konsumen. Oleh sebab itu, konsumen membutuhkan perlindungan hukum yang kuat terhadap segala kegiatan yang dilakukan dalam *e-commerce*. Berbagai bentuk kegiatan tersebut harus mempunyai payung hukum baik itu bagi pelaku usaha, konsumen, maupun kurir pengiriman barang. Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis mengidentifikasi beberapa pertanyaan yang menjadi pokok rumusan masalah yang akan dibahas, diantaranya:

1. Bagaimana bentuk-bentuk kerugian yang dirasakan oleh konsumen pada pengguna *E-Commerce*?
2. Bagaimana perlindungan hukum yang dapat diberikan pada konsumen pengguna *E-Commerce* yang mengalami kerugian?

B. PEMBAHASAN

1. Bentuk-Bentuk Kerugian Konsumen Pengguna *E-Commerce*

Proses transaksi jual beli saat ini semakin mengalami peningkatan secara pesat akibat adanya perkembangan teknologi dan informasi yang memberi banyak perubahan di dalam dunia perbisnisan. Bentuk perubahan yang terjadi di dalam dunia bisnis tersebut salah satunya adalah sebuah pemanfaatan teknologi internet sebagai media atau perantara sistem perdagangan baru yang saat ini dikenal

sebagai transaksi elektronik.² Dalam *e-commerce* sendiri juga tidak hanya meliputi perdagangan yang disalurkan melalui media digital saja seperti apa yang dipahami oleh sebagian orang pada saat ini, melainkan mencakup semua aktifitas proses jual beli yang dilakukan dengan menggunakan media digital elektronik yang lain.

Ketika konsumen melakukan transaksi jual beli pada suatu *e-commerce* tertentu, secara teoritis tentu membutuhkan keyakinan dalam suatu keputusan pembelian konsumen tersebut. Dalam hal ini yang dimaksud adalah mengenai kualitas produk, bahan yang digunakan dalam pembuatan produk, harga pasaran suatu produk dalam skala yang luas, metode transaksi, hingga meyakinkan diri untuk memutuskan siap membeli barang yang dipilih.

Pada dasarnya ketika melakukan transaksi jual beli pada toko konvensional, konsumen masih dapat melakukan seleksi produk yang ingin dibeli dengan membandingkan kualitas bahan produk secara langsung dengan toko yang lain, namun ketika melakukan pembelian pada *e-commerce* konsumen akan sedikit susah untuk membandingkan kualitas barang yang akan dibeli, sehingga konsumen harus melakukan keputusan pembelian secara cermat. Hal ini dapat dilakukan salah satunya dengan melihat rating dari sebuah toko, keramahan penjual dalam melayani pembeli, melihat ‘*review*’ pembeli yang lain melalui komentar kepuasan pelanggan, dan lain-lain.

Pada saat seorang pembeli atau konsumen yang kemudian akan memutuskan untuk melakukan pembelian terhadap suatu barang dan jasa, terdapat beberapa faktor yang memengaruhi tingkat keyakinan seorang konsumen dalam membeli, salah satunya yakni citra dari toko penjual maupun merek produk.³ Berdasarkan citra yang terdapat dari sebuah toko atau merek produk akan memengaruhi dan memberikan pandangan baik bagi pembeli atau konsumen, sehingga akan memengaruhi reputasi dari toko maupun produk. Semakin tinggi citra baik dari toko maupun produk maka semakin tinggi pula minat konsumen untuk melakukan pembelian.

² Ahmad M. Ramli, *Cyber Law Dan HAKI Dalam Sistem Hukum Indonesia*, Refika Aditama, Bandung, 2004, p.1.

³ Niru Anita Sinaga dan Nunuk Sulisrudatin, *Pelaksanaan Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara, Vol.5, No. 2 (Maret 2015), p.75.

Dikutip dari data yang ditinjau oleh Kementerian Perdagangan pada tahun 2021, pengaduan yang diterima dari konsumen yang menggunakan *electronic commerce* atau *e-commerce* mencapai sebanyak 4.855 aduan pada sektor perdagangan online tersebut. Selain itu selama periode pada bulan Januari-Juni tahun 2021, pengaduan dari konsumen pengguna *e-commerce* yang diperoleh Kementrian telah mencapai 5.103 dan semakin meningkat semenjak adanya pandemi *Covid-2019*. Dapat disimpulkan berdasarkan data tersebut tingkat kerugian yang dialami oleh konsumen pengguna *e-commerce* juga tidak sedikit dibalik suksesnya sistem perdagangan *online* tersebut. Kerugian yang dialami konsumen pun tidak jauh dari tindakan penipuan yang dilakukan oleh pelaku usaha yang memanfaatkan *e-commerce* sebagai media perantara.

Kerugian yang dialami oleh pembeli atau konsumen sangatlah tinggi sebab kemudahan akses dari perbelanjaan *online* serta menjadi celah bagi beberapa oknum yang menyamar sebagai pelaku usaha untuk melakukan penipuan juga semakin besar sebab kekurangan *e-commerce* sendiri ialah kegiatan jual belinya tidak dapat dilakukan seperti pada toko konvensional yang bisa mendapatkan jaminan daripada toko *online*.⁴ Selain produk yang dapat dipalsukan gambarnya, berbelanja dengan menggunakan *e-commerce* maka barang yang dibeli oleh pembeli tidak dapat semata-mata langsung didapatkan dan diterima di tangan konsumen, sebab pembelian barang melalui *e-commerce* harus melalui proses pengiriman terlebih dahulu, terutama apabila lokasi wilayah pemasaran produk dan lokasi pembeli yang jauh, maka tentunya akan membutuhkan waktu yang cukup lama untuk sampai ke tangan konsumen.

Dapat dilihat seperti pada contoh kasus yakni penipuan jual beli *online* atau melalui perantara media elektronik yang terjadi pada tahun 2020 lalu di Kab. Barru, Sulawesi Selatan. Dimana kronologi yang terjadi pada kasus ini adalah korban mengalami kasus penipuan atas pembelian masker pada situs belanja *online* dan setelah melakukan pembayaran, paket yang datang bukan masker namun berisi sekotak buku tulis serta handuk bayi bekas yang dibungkus dengan

⁴ Dhea Cynara Torong, *Analisis Yuridis Wanprestasi Oleh Penjual Dalam Jual Beli Melalui Media Internet*, Jurnal Perspektif Hukum, Vol.2, No. 1 (Juni 2021), p.180.

rapi. Pelaku yang telah menerima sejumlah uang pembayaran segera menarik uang tersebut dan memblokir akun korban.⁵

2. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen yang Mengalami Kerugian Pada E-Commerce

Indonesia merupakan negara yang sangat menjunjung tinggi hukum yang berlaku serta berbagai jenis kegiatan dan segala aktivitas masyarakat memiliki pengaturan hukum yang berlaku. Hal ini dilakukan agar kehidupan masyarakat tercipta keamanan karena mendapat perlindungan langsung dari negara berupa aturan undang-undang. Prinsip negara Indonesia memanglah memberikan kebebasan bagi setiap warga negaranya, namun kebebasan tersebut tetaplah memiliki batasan-batasan tertentu yang harus dipatuhi.

Adanya kemajuan teknologi dan informasi tersebut membuat pemerintah mengundang suatu peraturan guna mengatur segala permasalahan dan kegiatan yang bersangkutan dengan teknologi dan informasi. Undang-undang tersebut ialah Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik yang diubah menjadi Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik yang biasa dikenal oleh masyarakat sebagai UU ITE.

Aktivitas elektronik juga diatur pada Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 yang mengatur terkait dengan perdagangan atau biasa dikenal dengan UU Perdagangan. Kehadiran UU ITE sendiri menjadi payung hukum bagi masyarakat yang mengatur mengenai segala kegiatan transaksi elektronik yang ada di Indonesia. Selain itu, hadirnya UU ITE di tengah masyarakat akan dapat memberikan jaminan kepastian hukum dalam kegiatan bertransaksi yang digunakan dengan media elektronik.

Pada umumnya transaksi yang dilakukan melewati media elektronik seperti *e-commerce* ialah salah satu bentuk dari adanya perjanjian jual beli yang dilakukan antar kedua pihak yang dalam hal ini adalah penjual dan pembeli. Perjanjian jual beli tersebut telah dirumuskan dalam suatu peraturan pada Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yakni Pasal 1457 yang diperkuat pada Pasal

⁵ News Metropol, *Polres Barru Ungkap Kasus Penipuan Transaksi Jual Beli Online*, diakses dari <https://newsmetropol.com/polres-barru-ungkap-kasus-penipuan-transaksi-jual-beli-online/#>, diakses pada 25 Maret 2025, jam 16.00 WIB.

1458 yang menyebutkan bahwa dalam perjanjian jual beli ketika kedua belah pihak telah mencapai kata sepakat terkait dengan harga dan benda yang dijual dan dibeli oleh para pihak, maka dengan segera pihak yang menjual harus atau wajib untuk menyerahkan barang yang ia jual tersebut kepada pihak yang membeli, dan pihak pembeli harus atau wajib untuk melakukan pembayaran dengan harga pembelian yang telah disepakati oleh keduanya di awal kesepakatan.

Ketika seorang pembeli telah menyepakati dan menyetujui untuk pada akhirnya membeli suatu benda yakni barang atau jasa dari *website online*, maka berdasarkan peraturan yang terdapat dalam KUHPer Pasal 1347 pada saat itu juga pembeli atau konsumen dinyatakan telah terikat dengan penjual atau lahirnya perikatan diantara para pihak. Oleh karena itu, ketika hendak melakukan pembelian terhadap suatu barang dan konsumen telah menekan opsi setuju pada pernyataan yang tertera, maka hal tersebut termasuk salah satu bentuk pernyataan setuju dari konsumen atas adanya syarat serta ketentuan daripada jual beli online tersebut.

Dalam Pasal 65 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 yang mengatur mengenai Perdagangan atau biasa disebut dengan UU Perdagangan mengatakan bahwa siapapun orang yang menjadi pelaku usaha dimana ia memperjualkan barang atau jasa maka diwajibkan bagi mereka untuk menyediakan informasi serta data yang baik dan juga benar.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga mengatur mengenai salah satu hak yang akan didapatkan oleh konsumen yakni hak atas informasi yang jelas, jujur, benar atau valid terkait dengan kondisi serta jaminan pada produk atau barang dan jasa.⁶ Kemudian terdapat pula hak-hak yang lain seperti hak untuk mendapatkan ganti kerugian dan penggantian atau kompensasi atas barang atau jasa yang diterimanya berbeda dan tidak sesuai sebagaimana yang telah diperjanjikan.⁷

Sebagaimana yang telah diatur dalam undang-undang, bahwa pelaku usaha harus bertanggung jawab atas barang yang diperdagangkannya sesuai dengan

⁶ Alfina Maharani dan Adnand Darya Dzikra, *Fungsi Perlindungan Konsumen dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen di Indonesia: Perlindungan, Konsumen dan Pelaku Usaha*, Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi, Vol.2, No.6 (Juli 2021), p.662.

⁷ Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Visimedia, Jakarta, 2008, p.4.

perjanjian atau kontrak yang telah disepakati, namun meskipun telah diatur di dalam undang-undang, masih banyak oknum-oknum yang mengindahkan peraturan tersebut dan tetap nekat melakukan penipuan online. Beberapa konsumen diantaranya yang mengalami kerugian bahkan belum mendapatkan keadilan atas tindakan pelaku. Pada kasus kerugian yang dialami konsumen pengguna *e-commerce*, maka konsumen berhak untuk mendapatkan ganti rugi atau penggantian barang dan jasa atau kompensasi jika barang dan jasa diterima tidak sesuai pada yang diperjanjikan.

C. PENUTUP

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh, selain memiliki banyak keuntungan, *e-commerce* juga memiliki dampak negatif yang menimbulkan kerugian pada konsumen. Dalam Pasal 65 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (UU Perdagangan) mengatakan bahwa siapapun orang yang menjadi pelaku usaha dimana ia memperjualkan barang atau jasa maka diwajibkan bagi mereka untuk menyediakan informasi serta data yang baik dan juga benar. Dapat disimpulkan bahwa segala kegiatan ataupun aktivitas jual beli yang dilakukan oleh penjual dan pembeli telah diatur ke dalam undang-undang sedemikian rupa untuk melindungi konsumen dan pelaku usaha. Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga telah diatur bahwasannya konsumen memiliki hak atas transaksi jual-beli. Konsumen berhak untuk menerima transparansi informasi atas produk yang dibeli dan transaksinya, dan ketika dirugikan, konsumen juga berhak menerima ganti rugi yang setara dengan kerugian yang dialaminya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Purwaningsih, E. 2010. *Hukum Bisnis*. (Bogor: Ghalia Indonesia).
- Ramli, A.M. 2004. *Cyber Law Dan HAKI Dalam Sistem Hukum Indonesia*. (Bandung: Refika Aditama).
- Susanto, H. 2008. *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*. (Jakarta: Visimedia).

Publikasi Ilmiah

- Maharani, Alfina, dkk. *Fungsi Perlindungan Konsumen dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen di Indonesia: Perlindungan, Konsumen dan Pelaku Usaha*, Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi. Vol.2, No.6 (Juli 2021).
- Sinaga, Niru Anita, dkk. *Pelaksanaan Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara. Vol.5, No. 2 (Maret 2015),
- Torong, Dhea Cynara. *Analisis Yuridis Wanprestasi Oleh Penjual Dalam Jual Beli Melalui Media Internet*. Jurnal Perspektif Hukum. Vol.2, No. 1 (Juni 2021).

Website

- News Metropol. *Polres Barru Ungkap Kasus Penipuan Transaksi Jual Beli Online*, diakses dari <https://newsmetropol.com/polres-barru-ungkap-kasus-penipuan-transaksi-jual-beli-online/#>. diakses pada 25 Maret 2025.

Sumber Hukum

- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821.
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 251. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5952.

Nama Penulis
Judul Naskah

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Lembaran Negara
Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 45. Tambahan Lembaran Negara
Republik Indonesia Nomor 5512.