

**TINJAUAN YURIDIS PEMBELIAN BARANG MELALUI TOKO ONLINE
(STUDI PADA *E-COMMERCE* YANG MENGIRIM BARANG TIDAK
SESUAI DENGAN PESANAN KONSUMEN)**

Arief Putra Santoso¹, Sudja'I²

Program Studi Hukum Fakultas Hukum Dan Social, Universitas Sunan Giri
Surabaya

Correspondence		
Email: Ariefputrasant@gmail.com	No. Telp:	
Submitted 26 Januari 2024	Accepted 1 Februari 2024	Published 2 februari 2024

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk meninjau penerapan sanksi hukum bagi e-commerce atau pelaku usaha yang mengirimkan barang tidak sesuai dengan pesanan konsumen. Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian normatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaturan hukum atau regulasi tentang perlindungan konsumen di Indonesia memang sudah diatur dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1998 tentang Perlindungan Konsumen, dalam aturan tersebut cukup banyak mengatur tentang hak, dan kewajiban konsumen, begitupula dengan pelaku usaha, konsumen dan pelaku usaha yang melakukan transaksi online dan terdapat kecurangan maka dapat disanksi administrasi, sampai dengan pemidanaan. Sesuai dengan tindakan yang dilakukan oleh pelaku usaha. Selain itu, penegakan hukum bagi pelaku usaha yang melakukan transaksi jual beli tidak sesuai dengan pesanan konsumen telah diatur di dalam Pasal 45A ayat (1) UU ITE yaitu: dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

Kata Kunci : Sanksi Hukum, Pelaku Usaha, *E-Commerce*, Jual Beli Online

ABSTRACT

This research was conducted to review the application of legal sanctions for e-commerce or business actors who send goods not in accordance with consumer orders. This research is included in normative research. The results of this study indicate that legal arrangements or regulations regarding consumer protection in Indonesia have indeed been regulated in Law Number 8 of 1998 concerning Consumer Protection, in these regulations quite a lot regulates the rights and obligations of consumers, as well as business actors, consumers and business actors. businesses that carry out online transactions and there is fraud can be administrative sanctions, up to sentencing. In accordance with the actions taken by business actors. In addition, law enforcement for business actors who make buying and selling transactions not in accordance with consumer orders has been regulated in Article 45A paragraph (1) of the ITE Law, namely: shall be punished with imprisonment for a maximum of 6 (six) years and/or a fine of up to Rp. 1,000,000,000.00 (one billion rupiah).

Keywords: *Legal Sanctions, Business Players, E-Commerce, Buying and Selling Online*

PENDAHULUAN

Dunia modern menggeser pola hidup masyarakat dalam hal melakukan transaksi jual beli. Sebelum internet ditemukan, masyarakat melakukan transaksi jual beli dengan cara tatap muka secara langsung antara pembeli dan penjual, sehingga objek yang dijual belikan diketahui oleh kedua belah pihak, jarang sekali

terjadi kesalahpahaman antara pembeli dan penjual, karena barang yang dijual dapat dilihat secara langsung oleh pembeli, bahkan penjual tidak jarang membuat aturan barang yang dibeli tidak boleh dikembalikan lagi.

Namun cara seperti ini sudah dianggap ketinggalan zaman, dengan teknologi masyarakat dapat melakukan transaksi tanpa harus bertatap muka secara langsung, bahkan barang yang dibeli hanya berupa gambar dan diskripsi produk saja, hal ini memungkinkan adanya kecurangan dari pihak penjual yang menjual barang tidak sesuai dengan gambar dan diskripsi yang diterangkan dalam *market-place* sehingga akan menimbulkan konsekuensi hukum bagi penjual dan pembeli.

Internet membawa perekonomian dunia memasuki babak baru yang lebih populer dengan istilah *digital economic* atau ekonomi digital. Keberadaannya ditandai dengan semakin maraknya kegiatan perekonomian yang memanfaatkan internet sebagai media komunikasi. Perdagangan misalnya, semakin banyak mengandalkan perdagangan elektronik atau *electronic commerce (e-commerce)* sebagai media transaksi.¹ Perdagangan yang berbasis teknologi canggih, *e-commerce* telah mereformasi perdagangan konvensional di mana interaksi antara konsumen dan perusahaan yang sebelumnya dilakukan secara langsung menjadi interaksi yang tidak langsung.

E-commerce telah merubah paradigma bisnis klasik dengan menumbuhkan model - model interaksi antara produsen dan konsumen di dunia virtual. Sistem perdagangan yang dipakai dalam *e-commerce* dirancang untuk menandatangani secara elektronik. Penandatanganan elektronik ini dirancang mulai dari saat pembelian, pemeriksaan dan pengiriman.² Pengertian *e-commerce* sendiri adalah segala bentuk transaksi perdagangan atau perniagaan barang atau jasa dengan menggunakan media elektronik. Dampak dari adanya internet sebagai hasil dari kemajuan perkembangan teknologi informasi bagi konsumen di satu sisi telah mengubah perilaku konsumen menjadi semakin kritis dan selektif dalam menentukan produk yang akan dipilihnya. Begitu pula bagi produsen, kemajuan ini memberi dampak positif dalam memudahkan pemasaran produk sehingga dapat menghemat biaya dan waktu.

Sebaliknya, karena kedua belah pihak secara fisik tidak bertemu maka kemungkinan lahirnya bentuk-bentuk kecurangan atau kekeliruan menjadi perhatian utama yang perlu penanganan lebih besar. Dampak negatif dari *e-commerce* itu sendiri cenderung merugikan konsumen. Diantaranya dalam hal yang berkaitan dengan produk yang dipesan tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan, dan hal-hal lain yang tidak sesuai dengan kesepakatan sebelumnya. Contoh kasus saat belanja barang secara online, tapi barang yang dibeli tidak sama dengan yang dilihat difoto pada iklan yang dipajang. Apakah itu termasuk pelanggaran hak konsumen? Apakah dapat menuntut penjual untuk mengembalikan uang atau mengganti barang yang telah dibeli tersebut.

¹ Richardus Eko Indrajit, *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 2001, hlm. 33

² Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce: Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2005, hlm. vii.

Maka dari itu, dalam skripsi ini akan dipaparkan mengenai bagaimana perlindungan hukum yang seharusnya bagi konsumen dalam menghadapi kenyataan peristiwa yang sedang kekinian dan terbaru di jaman saat ini yakni transaksi jual-beli secara *E-Commerce* berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang mana telah tertuang dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).

Pasal 4 UUPK menyebutkan bahwa hak konsumen diantaranya; hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa, hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Di sisi lain, kewajiban bagi pelaku usaha sesuai Pasal 7 UUPK diantaranya; memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan; memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Transaksi jual beli, meskipun dilakukan secara online, berdasarkan Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 71 Tahun 2019. Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE) tetap diakui sebagai transaksi elektronik yang dapat dipertanggungjawabkan. Kontrak Elektronik itu sendiri menurut Pasal 48 ayat (3) PP PSTE setidaknya harus memuat hal-hal sebagai berikut; data identitas para pihak, objek dan spesifikasi, persyaratan Transaksi Elektronik, harga dan biaya, prosedur dalam hal terdapat pembatalan oleh para pihak, ketentuan yang memberikan hak kepada pihak yang dirugikan untuk dapat mengembalikan barang dan atau meminta penggantian produk jika terdapat cacat tersembunyi dan pilihan hukum penyelesaian Transaksi Elektronik. Dengan demikian, pada transaksi elektronik yang terjadi di kasus dapat menggunakan instrumen UU ITE dan atau PP PSTE sebagai dasar hukum dalam menyelesaikan permasalahannya.

Terkait dengan perlindungan konsumen, Pasal 49 ayat (1) PP PSTE menegaskan bahwa Pelaku Usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Pada ayat berikutnya lebih ditegaskan lagi bahwa Pelaku Usaha wajib memberikan kejelasan informasi tentang penawaran kontrak atau iklan. Lalu muncul pertanyaan bahwa bagaimana jika barang bagi pihak konsumen tidak sesuai dengan yang diperjanjikan?

Maka dengan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan skripsi tentang transaksi jual beli secara on-line yang belakangan ini menjamur di tengah-tengah masyarakat, bahkan dalam kajian hukum lainnya menyebutkan apabila ada unsur kesengajaan dalam pihak penjual atau pembeli dalam melakukan transaksi melakukan perbuatan curang, menguntungkan diri sendiri, dengan cara tipu muslihat, dapat dikenakan Pasal 378 KUHP, berbunyi: “Barangsiapa dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum,

dengan memakai nama palsu atau martabat palsu, dengan tipu muslihat, ataupun rangkaian kebohongan, menggerakkan orang lain untuk menyerahkan barang sesuatu kepadanya, atau supaya memberi hutang diancam karena penipuan dengan pidana penjara paling lama empat tahun". Namun pertanyaan yang muncul kemudian adalah dalam kasus jual beli di *market-place* apakah dapat dikenakan pasal 378 KUHP? Mengingat belum ada laporan pidana yang diputus oleh pengadilan terkait transaksi jual beli yang dilakukan melalui *e-commerce*.

2.1. Pengertian Konsumen, Hak dan Kewajibannya

Sebagai suatu konsep, "konsumen" telah diperkenalkan beberapa puluh tahun lalu di berbagai negara dan sampai saat ini sudah puluhan negara memiliki undang-undang atau peraturan khusus yang memberikan perlindungan kepada konsumen termasuk penyediaan sarana peradilanannya. Sejalan dengan perkembangan itu, berbagai negara telah pula menetapkan hak-hak konsumen yang digunakan sebagai landasan pengaturan perlindungan kepada konsumen.

Di samping itu, telah pula berdiri organisasi konsumen Internasional, yaitu *International Organization of Consumer Union* (IOCU). Di Indonesia telah pula berdiri berbagai organisasi konsumen seperti Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) di Jakarta, dan organisasi konsumen lain di Bandung, Yogyakarta, Surabaya, dan sebagainya." Istilah konsumen berasal dari alih bahasa dari kata *consumer* (Inggris - Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda).

Pengertian dari *consument* itu tergantung dalam posisi mana ia berada. Secara harafiah arti kata *consumer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang. Tujuan penggunaan barang atau jasa nanti menentukan termasuk konsumen kelompok mana pengguna tersebut. Begitu pula Kamus Bahasa Inggris-Indonesia memberi arti kata *consumer* sebagai pemakai atau konsumen.³

Di Indonesia telah banyak diselenggarakan studi, baik yang bersifat akademis, maupun untuk tujuan mempersiapkan dasar-dasar penerbitan suatu peraturan perundang-undangan tentang perlindungan konsumen. Dalam naskah-naskah akademik dan/atau berbagai naskah pembahasan rancangan peraturan perundang-undangan, cukup banyak dibahas dan dibicarakan tentang berbagai peristilahan yang termasuk dalam lingkup perlindungan konsumen. Dari naskah-naskah akademik itu yang patut mendapat perhatian, antara lain:⁴

- a) Badan Pembinaan Hukum Nasional-Departemen Kehakiman (BPHN), menyusun batasan tentang konsumen akhir, yaitu pemakai akhir dari barang, digunakan untuk keperluan diri sendiri atau orang lain, dan tidak untuk diperjualbelikan.
- b) Batasan konsumen dari Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia: Pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat bagi kepentingan diri sendiri, keluarga atau orang lain dan tidak untuk diperdagangkan kembali.
- c) Sedang dalam naskah akademis yang dipersiapkan Fakultas Hukum Universitas Indonesia (FH-UI) bekerja sama dengan Departemen Perdagangan RI, berbunyi:

³ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Jakarta: Diadit Media, 2001), hlm. 3

⁴ *Ibid*, hlm. 9-10

Konsumen adalah setiap orang atau keluarga yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan.

Peraturan perundang-undangan negara lain, memberikan berbagai perbandingan.

METODE PENELITIAN

Peranan Lembaga/Instansi dalam Perlindungan Konsumen Badan Perlindungan Konsumen Nasional

Berdasarkan Pasal 1 ayat (12) UU Perlindungan Konsumen, Badan Perlindungan Konsumen Nasional (“BPKN”) adalah badan yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen. BPKN dibentuk dalam rangka mengembangkan upaya perlindungan konsumen, dan memiliki fungsi dalam memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia.⁵

Untuk menjalankan fungsi tersebut, berdasarkan Pasal 34 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen, BPKN memiliki tugas sebagai berikut:

- 1) memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen;
- 2) melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen;
- 3) melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen;
- 4) mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
- 5) menyebarluaskan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen;
- 6) menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha; dan
- 7) melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen.

Anggota dari BPKN sendiri terdiri dari pemerintah, pelaku usaha, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, akademisi, dan tenaga ahli. Pada dasarnya, BPKN dibentuk sebagai pengembangan upaya perlindungan konsumen yang berkaitan dengan :

- 1) pengaturan hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha;
- 2) pengaturan larangan bagi pelaku usaha;
- 3) pengaturan tanggung jawab pelaku usaha; dan
- 4) pengaturan penyelesaian sengketa konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat

Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (“LPKSM”) diatur dalam Pasal 1 ayat (9) UU Perlindungan Konsumen, yakni sebuah lembaga non-pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen. Pengakuan pemerintah terhadap LPKSM bukanlah tanpa syarat, artinya lembaga tersebut

⁵ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013, hal. 135.

harus terdaftar di pemerintah kabupaten/kota dan bergerak di bidang perlindungan konsumen. Pendaftaran tersebut hanya dimaksudkan sebagai pencatatan, dan bukan perizinan.

Berikut adalah tugas LPKSM yang diatur dalam Pasal 44 ayat (3) UU Perlindungan Konsumen:

- a. menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya;
- c. bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen;
- d. membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen; dan
- e. melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

Kemudian, ketentuan lebih lanjut mengenai tugas LPKSM diatur dalam Peraturan Pemerintah. Sebagai contoh, dalam melaksanakan tugas sebagaimana tercantum di atas, berdasarkan Pasal 9 ayat (1) PP 89/2019, LPKSM dapat bekerja sama dengan organisasi atau lembaga lainnya, baik yang bersifat nasional maupun internasional. Di Indonesia, gerakan perlindungan konsumen melalui LPKSM ditandai dengan lahirnya Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia pada tanggal 11 Mei 1973, yang didirikan dengan tujuan membantu konsumen Indonesia agar tidak dirugikan dalam mengonsumsi barang dan jasa.

YLKI dalam Perlindungan Konsumen

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia merupakan organisasi masyarakat yang bersifat nirlaba dan independen yang didirikan pada tanggal 11 Mei 1973. Keberadaan YLKI diarahkan pada usaha meningkatkan kepedulian kritis konsumen atas hak dan kewajibannya, dalam upaya melindungi dirinya sendiri, keluarga, serta lingkungannya. Pada awalnya, YLKI berdiri karena keprihatinan sekelompok ibu-ibu akan kegemaran konsumen Indonesia pada waktu itu dalam mengonsumsi produk luar negeri. Terdorong oleh keinginan agar produk dalam negeri mendapat tempat di hati masyarakat Indonesia maka para pendiri YLKI tersebut menyelenggarakan aksi promosi berbagai jenis hasil industri dalam negeri dan mendukung kepedulian masyarakat akan penggunaan produk-produk dalam negeri.

YLKI merupakan anggota *International Organization of Consumer Union* – IOCU sejak 15 Maret 1974, dan aktif sebagai full member organisasi internasional yang kini bernama *Consumers International* (CI) yang berpusat di London.

Mengikuti UU Yayasan, YLKI terdiri dari Pembina, Pengawas dan Pengurus. Pengurus YLKI biasa disebut Pengurus Harian, merupakan organ Yayasan yang menjalankan roda organisasi dan bertanggung jawab atas kegiatan organisasi sehari-hari. Dalam menjalankan roda organisasi, Pengurus dibantu oleh ketua bidang dan staf. Terdapat 4 (empat) bidang di YLKI, yaitu;

- 1) Bidang Pengaduan dan Hukum: memberikan bantuan hukum probono (gratis) bagi konsumen yang merasa tidak puas atas produk

dan layanan yang diperoleh, serta memastikan perlindungan atas hak mereka. Pengaduan dapat disampaikan secara online melalui situs <http://pelayanan.ylki.or.id>.

- 2) Bidang Penelitian; membantu konsumen dalam pengambilan keputusan, Bidang Penelitian YLKI melakukan pengujian produk, survey, studi dan penelitian yang diperlukan agar dapat memperoleh informasi yang tidak memihak mengenai kualitas dan kehandalan berbagai produk dan layanan jasa.
- 3) Bidang Edukasi dan Informasi: menyelenggarakan berbagai program pendidikan dan pelatihan yang dianggap populer bagi kelompok-kelompok konsumen. Program pendidikan yang dijalankan juga mencakup penyebaran informasi, baik melalui forum publik maupun media cetak dan elektronik. Selain itu, Bidang Pendidikan YLKI juga memberikan layanan penunjang bagi pelajar/mahasiswa seperti bimbingan skripsi dan magang, serta bagi organisasi yang ingin melakukan berbagai studi mengenai hal terkait.
- 4) Bidang Umum; bertugas memberikan suporting terhadap tiga bidang lainnya dalam menjalankan tugas dan fungsinya.

Berdasarkan Pasal 1 bab 9 UU Perlindungan Konsumen, kedudukan YLKI sebagai Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) adalah lembaga non-pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen.

Tugasnya sesuai dengan Pasal 44 ayat (3) UU Perlindungan Konsumen meliputi :

- 1) menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- 2) memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya;
- 3) bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen;
- 4) membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen;
- 5) melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

mendefinisikan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (“BPSK”) yakni sebuah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen.

Tugas dan wewenang BPSK diatur dalam Pasal 52 UU Perlindungan Konsumen, yang terdiri dari:

- 1) melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi;
- 2) memberikan konsultasi perlindungan konsumen;
- 3) melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku;
- 4) melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam UU Perlindungan Konsumen;
- 5) menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis, dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan

- konsumen;
- 6) melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen;
 - 7) memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
 - 8) memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap UU Perlindungan Konsumen;
 - 9) meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana dimaksud pada huruf g dan huruf h, yang tidak bersedia memenuhi panggilan BPSK;
 - 10) mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan;
 - 11) memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen;
 - 12) memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
 - 13) menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan UU Perlindungan Konsumen.

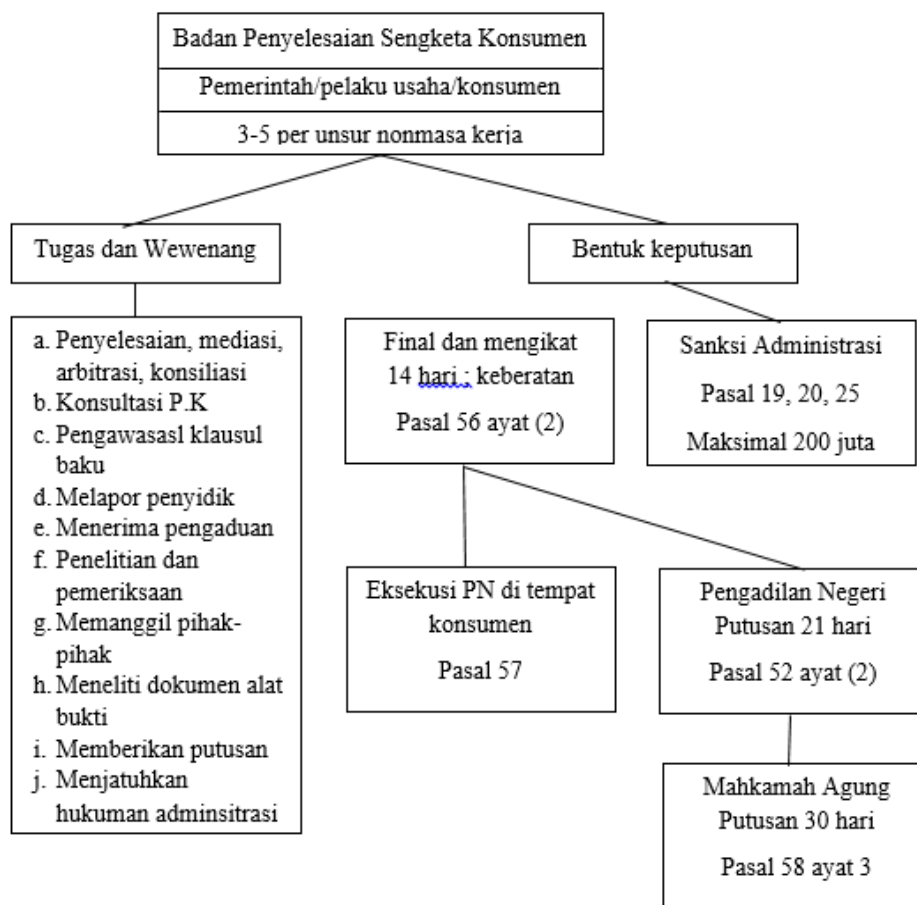
Implikasi dari kegiatan bisnis terhadap lembaga hukum juga berakibat terhadap lembaga pengadilan yang dianggap tidak profesional dalam menangani sengketa bisnis. Akibatnya, lembaga pengadilan dianggap kurang efektif dan efisien dalam memeriksa, mengadili, dan menyelesaikan sengketa bisnis yang diajukan. Dengan demikian, pelaku usaha memilih untuk menyelesaikan sengketa bisnisnya di luar pengadilan.

Selain itu, penyelesaian sengketa di luar pengadilan menawarkan beberapa karakteristik seperti:

- 1) terjaminnya kerahasiaan
- 2) melibatkan para ahli dalam bidangnya
- 3) prosedur cepat dan sederhana
- 4) putusan final dan mengikat
- 5) putusan tidak dipublikasikan tanpa izin para pihak.

Untuk menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen, BPSK membentuk majelis yang berjumlah ganjil, paling sedikit 3 orang yang mewakili unsur pemerintah, konsumen, pelaku usaha, dan dibantu oleh seorang panitera. Dan untuk menghindari proses penyelesaian sengketa konsumen yang berlarut-larut, berdasarkan Pasal 55 UU Perlindungan Konsumen, setelah gugatan diterima, BPSK wajib mengeluarkan putusan paling lambat dalam waktu 21 hari kerja.

Ketentuan tersebut dinilai penting untuk konsumen, mengingat posisi konsumen yang berada di bawah pelaku usaha. Maka, melalui proses penyelesaian sengketa dengan jangka waktu yang singkat, akan menguntungkan konsumen guna menghindari biaya yang tinggi. Keuntungan juga diterima oleh pelaku usaha, yakni pelaku usaha pada umumnya sangat berminat terhadap penyelesaian sengketa dengan jangka waktu yang singkat, karena hal tersebut berkaitan dengan kegiatan bisnis yang membutuhkan waktu dan percepatan usaha.



Gambar 1. Alur Skema di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

Kesimpulannya, terdapat beberapa lembaga perlindungan konsumen yang pada dasarnya memiliki tujuan dan tugas yang serupa, yaitu memberikan perlindungan terhadap konsumen, membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, dan menangani sengketa yang berkaitan dengan perlindungan konsumen. Lembaga-lembaga tersebut antara lain BPKN, LPKSM, dan BPSK. Ketiga lembaga atau badan tersebut pada intinya memiliki tujuan untuk membantu konsumen Indonesia agar tidak dirugikan ketika mengonsumsi barang dan jasa.

KESIMPULAN

Pengaturan hukum atau regulasi tentang perlindungan konsumen di Indonesia memang sudah diatur dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1998 tentang Perlindungan Konsumen, dalam aturan tersebut cukup banyak mengatur tentang hak, dan kewajiban konsumen, begitupula dengan pelaku usaha, konsumen dan pelaku usaha yang melakukan transaksi online dan terdapat kecurangan maka dapat disanksi administrasi, sampai dengan pemidanaan. Sesuai dengan tindakan yang dilakukan oleh pelaku usaha.

1. Penegakan hukum bagi pelaku usaha yang melakukan transaksi jual beli

tidak sesuai dengan pesanan konsumen telah diatur di dalam Pasal 45A ayat (1) UU ITE yaitu: dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

SARAN

Kecanggihan teknologi yang berkembang di masyarakat dapat memicu kejahatan dan merugikan konsumen, oleh karena itu penulis menyarankan agar pengawasan oleh pemerintah dalam transaksi online dilakukan dengan sangat ketat, peran serta masyarakat dengan pemerintah dalam melakukan pengawasan sangatlah penting dilakukan agar masyarakat sebagai konsumen merasa aman dalam melakukan transaksi online dan terhindar dari oknum-oknum yang ingin melakukan tindak pidana penipuan. Selain itu, Penulis juga memberikan saran kepada pemerintah yang berwenang agar dibuat suatu peraturan melalui kementerian yang mengurur terkait transaksi jual beli secara online.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, 2005, *Bisnis E-Commerce: Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Agus Yudha Hernoko, 2010, *Hukum Perjanjian, Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*, Jakarta:Kencana.

Az. Nasution, 2001, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta: Diadit Media.

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

Peter Mahmud Marzuki, 2005, *Penelitian Hukum*, Jakarta : Kencana.

Sabian Utsman, 2014, *Metodologi Penelitian Hukum Progresif*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Shidarta, 2010, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Gresindo.

Soejono Soekanto dan Sri Mamudji, 2010, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Soerjono Soekanto, 2014, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta : Universitas Indonesia.

Lastini, 2016, *Perbuatan Yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha menurut Undang-*

Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Jurnal Lex Privatum, Vol.4

Richardus Eko Indrajit, 2001, *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, Jakarta : PT. Elex Media Komputindo,

Zulham, Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013