

Efektifitas Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Bagi Pengguna E-Commerce Di Era Ekonomi Digital

Fenny Bintarawati ¹, Daud Rismana ²

¹ Fakultas Hukum, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
E-mail: fennybintara@walisongo.ac.id

² Fakultas Hukum, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
E-mail: daudrismana@walisongo.ac.id

ABSTRACT:

The condition of world economic development has entered a new period, referred to as the digital economy. This is seen from The growing quantity of financial transactions conducted via the internet. One example is trading through internet media or e-commerce. Facing the characteristics of e-commerce, there is a possibility that there will be disputes related to the law in online transactions. This e-commerce transaction does not only occur in a country, so it is necessary to analyze whether the existence of Law No. 8 of 1999, which addresses consumer protection in the digital economy era is still effective or not in providing legal protection to e-commerce consumers. This study's goal is to be able to contribute to the study of Consumer Protection law related to how to implement the Consumer Protection Law (UUPK) in the digital economy era, and whether it is still effective if implemented in the current digital economy era. This research method uses an empirical juridical type, which analyzes applicable provisions and regulations by examining various legal sources and literature sources as a reference based on a phenomenon that occurs or develops in society. The study's findings demonstrate that in its implementation, the Law that Protecting Consumers cannot accommodate various kinds of problems that occur in the current digital economy era such as e-commerce customer data leaks, fraud through e-commerce, etc. Meanwhile, related to its effectiveness, it is considered ineffective in providing legal safeguards for e-commerce customers because the rules in this UUPK in guaranteeing consumer rights are still very limited to conventional buying and selling. The update of the rules in the UUPK must be carried out immediately by the Government in order to adapt to the current digital economy conditions.

Keywords: *Effectiveness, Consumer Protection Law, digital economy*

ABSTRAK:

Kondisi perkembangan ekonomi dunia telah memasuki masa baru, yang dikenal dengan istilah ekonomi digital. Hal tersebut dilihat dari semakin banyaknya kegiatan ekonomi melalui internet. Salah satu contohnya adalah pendagangan melalui media internet atau *e-commerce*. Menghadapi ciri khas *e-commerce* maka kemungkinan akan terjadi persengketaan yang berkaitan dengan hukum dalam transaksi online. Transaksi *e-commerce* ini tidak hanya terjadi di suatu negara, sehingga perlu dianalisis apakah keberadaan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen di era ekonomi digital ini masih efektif atau tidak dalam memberikan perlindungan hukum pada konsumen *e-commerce*. Tujuan dalam penelitian ini adalah agar dapat memberikan sumbangsih dalam kajian hukum Perlindungan Konsumen terkait bagaimana pelaksanaan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) di era ekonomi digital, dan apakah masih efektif jika dilaksanakan di era ekonomi digital saat ini. Metode Penelitian ini menggunakan jenis yuridis empiris, yang menganalisis ketentuan maupun peraturan yang berlaku dengan mengkaji berbagai sumber hukum maupun sumber pustaka sebagai referensi

berdasarkan suatu fenomena yang terjadi maupun berkembang di masyarakat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pelaksanaannya Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak dapat mengakomodir berbagai macam permasalahan yang terjadi pada era ekonomi digital saat ini seperti kebocoran data pelanggan *e-commerce*, penipuan melalui *e-commerce*, dsb. Sedangkan terkait dengan keefektifannya dinilai sudah tidak efektif dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen pengguna *e-commerce* karena aturan dalam UUPK ini dalam menjamin hak-hak konsumen masih sangat terbatas pada jual beli secara konvensional. Pembaharuan aturan dalam UUPK harus segera dilakukan oleh Pemerintah agar dapat beradaptasi dengan kondisi ekonomi digital saat ini.

Kata Kunci : Efektifitas, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, ekonomi digital

PENDAHULUAN

Kondisi perkembangan ekonomi dunia telah memasuki masa baru, yang saat ini dikenal dengan istilah ekonomi digital. Hal tersebut dapat dilihat dari semakin banyaknya kegiatan ekonomi melalui komunikasi menggunakan internet. Salah satu contohnya adalah pada bidang perdagangan, dewasa ini perdagangan melalui media internet atau sering disebut dengan *e-commerce* banyak digunakan sebagai media transaksi ekonomi.³ Perdagangan pada *e-commerce* yang menggunakan teknologi canggih tersebut mampu merubah sistem perdagangan yang sebelumnya dilakukan secara konvensional secara langsung dengan pertemuan antara kedua belah pihak baik konsumen dan pelaku usaha, melalui *e-commerce* ini dirubah menjadi interaksi secara virtual melalui internet. Persetujuan Tindakan perdagangan ini dilakukan melalui penandatanganan kesepakatan secara elektronik, yang mana hal ini dilakukan pada seluruh sistem transaksi perdagangan mulai dari saat pembelian, pemeriksaan hingga pengiriman barang.⁴

Para pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli barang dan atau jasa ada dua, yaitu pihak pelaku usaha dan pihak konsumen. Konsumen ini didalamnya termasuk juga pelaku usaha, namun tidak semua konsumen adalah pelaku usaha, hal ini menyebabkan masalah-masalah yang timbul pada konsumen ini berasal dari semua lapisan masyarakat yang harus diperhatikan.⁵ Era Ekonomi digital yang memungkinkan terjadinya perdagangan bebas dan globalisasi saat ini membuat masyarakat banyak berinteraksi melalui *e-commerce* tersebut, tidak hanya berupa barang, namun juga terkait dengan pelayanan di bidang jasa yang mempunyai target pasarnya adalah konsumen pengguna *e-commerce*. Hal tersebut tentu saja membutuhkan suatu bentuk perlindungan hukum bagi konsumen yang menjamin akan terwujudnya kepastian hukum dalam perkembangan teknologi yang semakin berkembang ini.

Adanya *e-commerce* ini memberikan dampak yang positif dan juga negatif. Sisi positifnya konsumen dapat memilih barang/jasa sesuai dengan apa yang diinginkan, selain itu juga dapat menentukan jenis dan kualitas barang/jasa yang dikehendaki. Sedangkan dampak negatifnya adalah posisi konsumen berada pada posisi yang lebih lemah dari perilaku

³ Richardus Eko Indrajit, 2001, *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

⁴ Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, 2005, *Bisnis E-Commerce: Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

⁵ Shidarta, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta : PT Grasindo,

usaha, yang sering mengakibatkan kerugian/kekecewaan.⁶ Seiring berjalannya waktu permasalahan yang timbul diantara konsumen dan pelaku usaha di era digital ini sering kali terjadi. Salah satu contohnya adalah kebocoran data konsumen, penipuan dalam jual beli melalui media e-commerce, ketidaktahuan konsumen mengenai hak-haknya dalam jual beli online, dan lain sebagainya. Padahal, salah satu hak yang sangat penting namun belum dapat terlindungi dengan baik dalam transaksi digital adalah hak akan jaminan terhadap kerahasiaan data pribadi para pihak meliputi data pribadi penjual maupun pembeli, UUPK belum mengatur terkait perlindungan hak tersebut, perlindungan kerahasiaan data tersebut sangat penting demi keamanan dan kenyamanan para pihak, untuk menghindari perbuatan curang berupa penyalahgunaan data pribadi maupun jual beli data pribadi untuk kepentingan salah satu pihak.⁷ Permasalahan yang kompleks tersebut juga tertuju pada era digital saat ini yang berpotensi merugikan konsumen karena posisi konsumen yang berada pada posisi lemah. Hal ini didukung oleh regulasi yang ada terkait perlindungan konsumen yang sudah terlalu lama, belum memadai dan tidak adanya jaminan kepastian hukum, yang diperparah dengan tingkat pengetahuan konsumen terkait hak-haknya yang masih sangat rendah, sehingga penguatan dalam perlindungan konsumen di era digital ini harus bersamaan dengan adanya penguatan pada aspek regulasi hukum dan literasi digital secara bersamaan.

Regulasi Perlindungan hukum pada konsumen di Indonesia diatur dalam Undang-Undang No 8 Tahun 1999, dalam regulasi tersebut dijelaskan tentang hak konsumen dalam memperoleh kepastian Hukum, selain itu juga terdapat aturan bagi pelaku usaha untuk selalu memomorsatkan kualitas dalam memproduksi suatu barang ataupun jasa. Tujuan dari hal tersebut adalah agar tidak ada lagi kerugian yang dialami oleh konsumen pengguna barang dan jasa. Walaupun demikian, kenyataannya aturan dalam UUPK yang ada tersebut tidak mampu menghadapi tantangan perkembangan perlindungan konsumen yang terjadi pada era ekonomi digital, hal ini terlihat dari terminologi dan karakter ekonomi digital belum diatur dalam regulasi tersebut. Menghadapi ciri khas e-commerce dalam era ekonomi digital seperti ini maka kemungkinan akan terjadi persengketaan yang berkaitan dengan hukum dalam perdagangan melalui internet. Padahal di satu sisi regulasi terkait dengan perlindungan hukum konsumen belum bisa melindungi konsumen. Disamping itu, transaksi e-commerce ini tidak hanya terjadi di suatu negara, namun dapat terjadi lintas batas, sehingga keberadaan regulasi yang ada ini belum mampu membantu menyelesaikan sengketa konsumen untuk mewujudkan perlindungan hukum pada konsumen pada Tingkat internasional.⁸

Kegiatan perekonomian yang memanfaatkan internet sebagai media komunikasi Konsumen semakin banyak dilakukan oleh masyarakat dari berbagai kalangan. Menghadapi Era Ekonomi digital saat ini, sudah seharusnya konsumen memperoleh perlindungan hukum dalam bertransaksi di e-commerce. Hak konsumen ini seyogyanya tertuang dalam suatu regulasi yang jelas, sehingga dalam melaksanakan transaksi pada

⁶ Happy Susanto, 2008, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Yogyakarta: Visi Media.

⁷ Simanullang, Helldya N., 2017, *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi E- Commerce*. Melayunesia Law, Vol.1, (No.1).

⁸ Agus Budi, 2003 *Hukum dan Internet di Indonesia*, Yogyakarta : UII Press.

e-commerce konsumen merasa nyaman dan tenang akan terpenuhinya hak-hak nya. Tanpa perlindungan konsumen yang memadai, transformasi ini hanya melahirkan disrupsi baru dalam *e-commerce* seperti penipuan dalam perdagangan melalui internet. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penulis tertarik untuk mengkaji bagaimana efektivitas Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam memberikan perlindungan hukum bagi pengguna *e-commerce* di era ekonomi digital. Harapan dalam penelitian ini adalah dapat memberikan sumbangsih dalam kajian hukum Perlindungan Konsumen, bahwa keberadaan Undang-Undang Perlindungan Konsumen No 8 Tahun 1999 ini apakah masih efektif atau tidak jika dilaksanakan di era ekonomi digital saat ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode yuridis empiris, yaitu melalui analisis ketentuan hukum yang berlaku dengan mengkaji berbagai sumber hukum maupun sumber pustaka sebagai referensi berdasarkan suatu fenomena yang terjadi maupun berkembang di masyarakat.⁹ Data yang dipergunakan yaitu data kepustakaan yang diperoleh dari bahan hukum primer seperti undang-undang, dan Bahan hukum sekunder seperti Buku-Buku hukum dan jurnal hukum. Data penelitian ini diperoleh dengan penelusuran pustaka. Selanjutnya dianalisis dengan menggunakan pendekatan deskriptif analitis, yaitu cara menganalisis dengan menggambarkan objek yang diteliti. Fokus kajian menelaah dan mengkaji berkaitan efektivitas Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam memberikan perlindungan hukum bagi pengguna *e-commerce* di era ekonomi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam memberikan perlindungan hukum bagi pengguna *e-commerce* di era ekonomi digital

Hukum perlindungan konsumen merupakan salah satu kajian hukum ekonomi, dimana pembahasannya tidak jauh dengan hukum privat (hukum perdata) maupun bidang hukum public (hukum pidana). Hal ini mengingat bahwa hukum privat ataupun hukum publik adalah sebagai mengatur dan melindungi kepentingan konsumen selain yang ada pada Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang berperan sebagai payung hukum perlindungan konsumen di Indonesia.¹⁰ Hukum konsumen sendiri merupakan cabang ilmu hukum yang muncul pada tahun 1900-an. Az. Nasution berpendapat bahwa hukum konsumen memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur, serta bersifat melindungi kepentingan konsumen. Adapun hukum konsumen diartikan sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan masalah antara berbagai pihak satu dengan yang lainnya, yang berkaitan dengan barang atau jasa konsumen. Tujuan hukum sendiri adalah memberikan perlindungan kepada seluruh masyarakat, jadi hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen adalah dua bidang yang sulit dipisahkan.¹¹ UUPK merupakan harapan bagi masyarakat dalam mendapatkan perlindungan hukum dalam

⁹ Soerjono Soekanto, 2012, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: Universitas Indonesia Press.

¹⁰ Susilawati S Suwandono, Agus, Dajaan, 2015, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Tangerang Selatan.

¹¹ Celina Tri Siwi Kristiyai, 2017, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika.

bertransaksi ekonomi. Keberadaan UUPK telah lahir terlebih dahulu jauh sebelum era ekonomi digital, sehingga belum sepenuhnya dapat memberikan jaminan dalam pemenuhan hak hak konsumen dalam era ekonomi digital. Aturan mengenai perlindungan konsumen di era bisnis digital juga dapat diatur dengan UU ITE yang telah mengalami beberapa kali perubahan demi mengimbangi perubahan hukum dalam Masyarakat, namun perlindungan yang diberikan UU ITE bersifat represif, yang mana ketentuan didalamnya berdasarkan pada perbuatan yang tergolong sebagai Tindak Pidana dengan sanksi berupa penjara dan denda.¹² *E-commerce* adalah singkatan dari dua kata yaitu *electronic* dan *commerce*. Bila diartikan secara harfiah, artinya adalah perdagangan elektronik. Maksudnya, segala bentuk perdagangan meliputi proses pemasaran barang sampai dengan distribusi yang dilakukan melalui jaringan elektronik atau *online*. Sederhananya, e-commerce adalah penyebaran, penjualan, pembelian, serta pemasaran barang atau jasa yang mengandalkan sistem elektronik, seperti internet, TV, atau jaringan teknologi lainnya. *E-commerce* dibedakan menjadi beberapa jenis berdasarkan karakteristiknya yaitu¹³:

1. Business to Business (B2B) yaitu Jenis *e-commerce* di mana satu perusahaan menjual produk atau layanan ke perusahaan lain. Dalam model e-commerce ini, pembeli biasanya memesan barang dalam jumlah banyak. Contohnya adalah perusahaan yang membeli perlengkapan kantor dari produsen.
2. Business to Customer (B2C) yaitu Jenis *e-commerce* ini, perusahaan menjual produk atau layanan kepada konsumen. Secara umum, pelanggan e-commerce B2C hanya terlibat dalam industri ritel. Consumer to Consumer (C2C)
3. Consumer to Business (C2B) yaitu Jenis *E-Commerce* B2C memiliki sistem di mana seseorang menjual produk atau layanan ke perusahaan. Misalnya, desainer grafis menawarkan dan menjual logo ke perusahaan makanan.
4. Business-to-Government (B2A) yaitu Model *e-commerce* ini mirip dengan B2B, tetapi pelakunya adalah perusahaan dan instansi pemerintah. Contoh B2A adalah layanan pembuatan website untuk sistem manajemen online.
5. Consumer to Government (C2A) yaitu Jenis *e-commerce* yang bekerja seperti C2B. Namun, transaksi dilakukan oleh individu dan lembaga pemerintah. E-commerce dengan model C2A jarang ditemukan di Indonesia. Jenis transaksi yang terjadi biasanya berupa jasa.

Dalam pelaksanaannya, masih banyak sekali pelanggaran-pelanggaran dalam pemenuhan hak-hak konsumen yang terjadi dalam berbagai transaksi ekonomi di era ekonomi digital ini, bahkan mengalami kenaikan dari waktu ke waktu. Berbagai permasalahan tersebut antara lain adalah masih sering terjadinya kebocoran data nasabah dalam berbagai bidang ekonomi, salah satunya adalah di e-commerce. Konsumen sering mendapatkan pesan tawaran pinjaman online dengan lengkap menyebut nama konsumen. Hal tersebut tentu saja menjadikan kekhawatiran bagi konsumen karena konsumen merasa data diri yang di sampaikan Ketika registrasi pada e-commerce telah tersebar kemana-mana. Konsumen dalam hal ini yang dalam kenyataannya masih sangat minim informasi mengenai hak dan kewajibannya serta

¹² Tumbel, Trivena Gabriela M, 2020, *Perlindungan Konsumen Jual Beli Online Dalam Era Digital 4.0*. Lex Et Societatis, Vol.VIII,(No.3).

¹³ Mahir Pradana, 2015, *Klasifikasi Bisnis E-Commerce di Indonesia*,. Jurnal MODUS Vol.27 (2).

minim pula pengetahuan tentang penyelesaian sengketa konsumen merasa tidak mendapatkan perlindungan hukum dalam bertransaksi melalui e-commerce.

Kasus lainnya adalah Ketika banyaknya laporan mengenai penipuan online yang semakin merajalela. Meskipun telah ada Undang-Undang ITE namun penyelesaian sengketa konsumen berupa penipuan melalui e-commerce ini tidak dapat diselesaikan berdasarkan UUPK baik melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) maupun melalui pengadilan. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam pelaksanaan UUPK tidak dapat diterapkan dalam beberapa permasalahan konsumen yang berkaitan dengan transaksi melalui e-commerce. Pembuktian yang diterapkan dalam UUPK juga tidak dapat mengakomodir penyelesaian sengketa konsumen yang terjadi. Menurut Hoffman dan Fodor, *e-commerce* dapat berjalan dengan baik apabila berdasarkan prinsip 4C yaitu *Connection* (koneksi), *Creation* (penciptaan), *Consumption* (Konsumsi), *Control* (Pengendalian). Dalam hal prinsip pengendalian yang disampaikan oleh Hoffman tersebut seharusnya dapat diterapkan melalui regulasi dalam Undang-Undang Perlindungan konsumen yang diharapkan mampu memberikan perlindungan hukum dalam mengendalikan kemungkinan-kemungkinan sengketa yang terjadi dalam transaksi melalui *e-commerce*.

Efektifitas pelaksanaan undang-undang perlindungan konsumen dalam memberikan perlindungan hukum bagi pengguna *e-commerce* di era ekonomi digital

Bekerjanya hukum secara efektif dalam masyarakat dapat tercermin Ketika hukum dilaksanakan dan ditaati dengan baik oleh masyarakat. Hukum harus dapat mengarahkan perilaku masyarakat sehingga tujuan pembentukan hukum dapat terwujud, Hukum dianggap memiliki peran besar dalam perubahan masyarakat yaitu ketika hukum dapat merespon dengan cepat perubahan hukum yang terjadi, mengingat permasalahan dalam masyarakat cenderung berubah secara cepat mengikuti perkembangan zaman termasuk dalam ekonomi digital.¹⁴ Sebagai sebuah sistem, hukum terbagi dalam 3 (tiga) komponen yaitu : struktur hukum, substansi hukum dan kultur hukum.¹⁵ Struktur hukum/penegak hukum merupakan alat yang menjalankan hukum berupa suatu lembaga yang diciptakan oleh hukum, diantaranya kepolisian, kejaksaan dan pengadilan yang memiliki fungsi sebagai law enforcement. Pemerintah merupakan struktur hukum yang mempengaruhi efektivitas bekerjanya suatu peraturan dalam fungsinya sebagai pembentuk kebijakan. Pemerintah telah memberikan kepastian hukum demi menjamin hak konsumen dalam bisnis digital melalui UUPK, UUIITE, UU Perdagangan, beberapa PP terkait yaitu PP tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik serta PP terkait Perdagangan melalui sistem elektronik bahkan peraturan OJK tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi. Meskipun demikian masih banyak ketentuan dalam UUPK yang dilanggar oleh pelaku usaha, contohnya adalah Pasal 8 dan Pasal 9.¹⁶ Pasal 8 dan 9 tersebut mengatur terkait perbuatan yang dilarang bagi penjual dalam memproduksi maupun memasarkan

¹⁴ Rahardjo, S. 2010, *Sosiologi Hukum Esai Esai Terpilih*. Yogyakarta: Genta Publishing.

¹⁵ Friedman, Lawrence M. 2009, *Sistem Hukum; Perspektif Ilmu Sosial*. Bandung: Nusa Media.

¹⁶ Nugrahaningsih, W., 2017, *Implementasi Undang - Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Bisnis Online*. Jurnal Serambi Hukum, Vol.11, (No.01).

barangnya, seperti adanya ketidaksesuaian ukuran maupun kondisi barang yang diterima pembeli dengan apa yang dijelaskan penjual dalam keterangan barang. Kenyataannya, banyak pembeli mengalami kerugian diakibatkan oleh penjual yang curang dalam menjelaskan kondisi barang, keterangan terkait kondisi barang ditulis sangat baik, namun setelah diterima oleh pembeli, barang dalam kondisi maupun ukuran yang tidak sesuai dengan keterangan. Khusus terkait bisnis digital, pemerintah kurang responsif dalam mengikuti perubahan dan perkembangan teknologi, hal tersebut dapat dilihat dengan belum adanya perubahan terhadap UUPK yang telah ada sejak tahun 1999, jauh sebelum munculnya digitalisasi sehingga UUPK belum secara teknis mengatur ketentuan terkait perlindungan konsumen dalam melakukan jual beli secara digital, begitu pula UU ITE dan peraturan lainnya belum secara teknis mengatur terkait perlindungan konsumen ketika melakukan transaksi menggunakan media digital.¹⁷

Kedua, Substansi hukum merupakan norma hukum yang digunakan sebagai pedoman bagi struktur hukum untuk menjalankan fungsinya sebagai penegak hukum, diantaranya berupa Undang-Undang maupun peraturan tertulis lainnya. Regulasi yang dapat menjadi dasar hukum perlindungan konsumen dalam transaksi digital belum mengatur hal – hal teknis. Contoh, dalam kasus jual beli secara digital, dimana pembeli menerima barang yang tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan penjual, sehingga menimbulkan kerugian pada pihak pembeli. Meskipun penjual memberi garansi untuk penukaran barang, namun kerugian tetap saja terjadi pada pihak pembeli mengingat pada beberapa kasus, ongkos kirim penukaran barang tetap dibebankan pada pembeli. Regulasi yang mengatur hal teknis seperti pembebanan ongkos kirim akibat kelalaian pelaku usaha tersebut sangat dibutuhkan sebagai suatu standar yang mengikat guna mengatur perilaku pelaku usaha sehingga dapat menjamin hak konsumen. Ketiga, kultur atau budaya dari pelaku usaha maupun konsumen serta pemerintah. Dalam jual beli melalui transaksi digital, pembeli maupun penjual cenderung belum memahami hak dan kewajiban masing – masing, begitu pula terkait hal yang dilarang bagi penjual sebagai pelaku usaha sebagaimana diatur dengan UUPK. Sebagai contoh, yaitu pencantuman klausula baku sebagaimana diatur dengan Pasal 18 UUPK. Pasal tersebut melarang pencantuman klausula baku yang letak dan bentuknya sulit terlihat dan tidak dapat dibaca secara jelas oleh pembeli. Praktiknya, beberapa penjual mencantumkan klausula baku dengan tulisan yang lebih kecil dan diletakkan dipojok bawah keterangan barang sehingga penjual cenderung tidak menyadari adanya klausula tersebut. Terkait isi dari klausula baku yang dilarang, telah secara jelas disebutkan dalam Pasal 18 UUPK, salah satunya adalah klausula baku yang menyatakan bahwa penjual berhak menolak penyerahan kembali uang yang telah dibayarkan pembeli atas sebuah barang tertentu. Klausula tersebut bertentangan dengan tanggung jawab pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 19 UUPK, yaitu penjual bertanggung jawab mengganti kerugian yang dialami pembeli akibat dari mengonsumsi barang yang dijual oleh penjual, yang mana ganti kerugian dapat berupa pengembalian uang maupun penggantian barang.

¹⁷ Nugrahaningsih, W. 2017, *Implementasi Undang - Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Bisnis Online*. Jurnal Serambi Hukum, Vol.11, (No.01).

Ketiga adalah Kultur hukum/budaya hukum merupakan suatu hal yang tercipta, yang merupakan cerminan ide, sikap, harapan maupun sudut pandang lawyer dan judges sebagai internal legal culture dan masyarakat sebagai external legal culture dalam menghadapi hukum. Sebagai suatu sistem, struktur hukum, substansi hukum dan kultur hukum saling berinteraksi pada realitas hukum dan sosial.¹⁸ Berdasarkan teori hukum tersebut, dalam menjalankan fungsinya, 3 komponen sistem hukum tersebut saling terkait satu sama lain, substansi hukum yang selalu dapat mengimbangi permasalahan masa kini sangat dibutuhkan agar dapat menjadi pedoman bekerjanya struktur hukum dan terciptanya budaya hukum yang baik. UUPK dapat berlaku secara efektif bergantung pada sistem hukum yang saling berhubungan yaitu penegak hukum dalam menyikapi regulasi Perlindungan Konsumen, UUPK sebagai substansi hukum serta kultur hukum yang tidak hanya meliputi hukum negara dan hukum adat namun juga meliputi kebiasaan pelaku usaha dan konsumen dalam menjalankan fungsinya masing-masing.

Perlindungan hukum menurut Satjipto Rahardjo, merupakan suatu perlindungan yang memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia yang telah dirugikan oleh orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak nya yang telah diberikan oleh hukum.¹⁹ Sedangkan menurut C. S. T. Kansil perlindungan hukum merupakan upaya yang harus diberikan oleh para aparat penegak hukum, agar terciptanya rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari ancaman maupun gangguan dari pihak manapun.²⁰ Philipus M. Hadjon berpendapat bahwa perlindungan hukum adalah suatu tindakan untuk melindungi atau memberikan pertolongan kepada subjek hukum, dengan menggunakan perangkat- perangkat hukum.²¹ Menurut Philipus M. Hadjon terdapat dua macam perlindungan hukum yaitu:

1) Sarana Perlindungan Hukum Preventif

Pada perlindungan hukum preventif ini merupakan suatu perlindungan yang diberikan oleh pemerintah dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran. Hal ini terdapat dalam peraturan perundang-undangan dengan maksud untuk mencegah suatu pelanggaran serta memberikan rambu-rambu dalam melakukan suatu kewajiban.

2) Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan hukum represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa. Penanganan perlindungan hukum oleh Pengadilan Umum dan Pengadilan Administrasi di Indonesia termasuk kategori perlindungan hukum ini.²² Perlindungan hukum merupakan suatu kewajiban bagi suatu negara untuk memberikan perlindungan hukum bagi warga negaranya. Pada Pasal 1 ayat 3 Undang-Undang Dasar 1945 menyebutkan bahwa Indonesia adalah negara hukum. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa Indonesia merupakan negara yang berdasarkan atas hukum. Perlindungan hukum merupakan pengakuan terhadap harkat dan martabat warga negaranya, sebagai manusia. Negara

¹⁸ Arif, Yudhi Candra N., 2013, *Dimensi Perubahan Hukum Dalam Perspektif Sistem Hukum Terbuka*. Jurnal IuS; Kajian Hukum dan Keadilan, Vol.1, (No.1).

¹⁹ Satjipto Rahardjo, 2000, *Ilmu Hukum*, Bandung: PT. Citra Bakti.

²⁰ C.S.T. Kansil, 1989, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.

²¹ Philipus M. Hadjon, 2011, *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

²² Wahyu Simon Tampubolon, 2016, "Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen," *Jurnal Ilmiah Advokasi*.

wajib menjamin hak-hak hukum warga negaranya.²³ Efektifnya perlindungan konsumen bermakna keberhasilan mencapai tujuan, hal ini terkait peran pemerintah sebagai pembuat regulasi yang seharusnya up to date dengan kondisi zaman, banyak argument dari beberapa pakar yang menjabarkan alasan UUPK ini harus segera direvisi, bahkan darurat revisi. Banyaknya aduan pelanggaran perlindungan. Selain itu juga dapat dilihat dari kemungkinan timbulnya kerugian karena penggunaan barang/jasa, maka UUPK dapat dikatakan sebagai bagian dari aturan hukum yang mengatur tentang pemberian perlindungan kepada konsumen dalam rangka pemenuhan kebutuhannya sebagai konsumen. Regulasi terkait perlindungan konsumen merupakan regulasi yang lahir jauh sebelum perkembangan teknologi. Era bisnis digital merupakan hal baru yang belum diatur secara khusus dan lengkap meskipun terkait beberapa aspek telah diakomodir oleh UU ITE, namun regulasi yang sudah ada tersebut belum mengatur hal teknis terkait perlindungan konsumen sehingga UUPK sebagai peraturan yang secara khusus mengatur Perlindungan Konsumen perlu dilakukan pembaharuan yang mengikuti kompleksitas masalah yang terus berkembang.

Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa dalam pelaksanaannya, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen sudah tidak efektif dalam memberikan perlindungan hukum konsumen pengguna e-commerce karena kapasitas Undang-undang ini dalam menjamin hak-hak konsumen masih sangat terbatas pada aturan-aturan lama yang menerapkan kegiatan ekonomi secara konvensional. Penataan ulang berupa pembaharuan terkait dengan aturan yang ada dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen harus segera dilakukan oleh Pemerintah agar dapat beradaptasi dengan kondisi ekonomi digital saat ini yang menuntut kita untuk mampu menyesuaikan dengan perubahan yang ada, karena resiko yang dapat terjadi karena adanya perubahan ekonomi digital ini mempunyai suatu penanganan yang berbeda. Hal ini tentu saja dibutuhkan kerjasama yang baik pula dari Pelaku usaha dan konsumen dalam rangka memenuhi hak-hak konsumen. Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini juga sudah berusia 25 tahun, sehingga sangat tertinggal jauh dari perkembangan teknologi digital yang berkembang pesat saat ini, bahkan regulasi ini sudah tidak mampu lagi mewujudkan perlindungan hukum konsumen di era serba digital saat ini. Dengan adanya pembaharuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini diharapkan mampu untuk memberikan perlindungan dan menjamin adanya Perlindungan hukum pada konsumen pengguna *e-commerce* di Indonesia, sehingga sengketa konsumen ini diharapkan tidak lagi terjadi dan hak-hak konsumen terpenuhi.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pelaksanaannya Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak dapat mengakomodir berbagai macam penyelesaian sengketa yang terjadi pada era ekonomi digital saat ini seperti kasus kebocoran data konsumen, penipuan online antar negara, penipuan jual beli melalui e-commerce dsb. Sedangkan terkait dengan keefektifannya, Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam pelaksanaannya saat ini sudah tidak efektif dalam memberikan perlindungan hukum konsumen pengguna e-commerce karena kapasitas Undang-undang ini dalam

menjamin hak-hak konsumen masih sangat terbatas pada aturan-aturan lama yang menerapkan kegiatan ekonomi secara konvensional. Penataan ulang berupa pembaharuan terkait dengan aturan yang ada dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen harus segera dilakukan oleh Pemerintah agar dapat beradaptasi dengan kondisi ekonomi digital saat ini yang menuntut kita untuk mampu menyesuaikan dengan perubahan yang ada, karena resiko yang dapat terjadi karena adanya perubahan ekonomi digital ini mempunyai suatu penanganan yang berbeda. Hal ini tentu saja dibutuhkan kerjasama yang baik pula dari Pelaku usaha dan konsumen dalam rangka memenuhi hak-hak konsumen. Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini juga sudah berusia 25 tahun, sehingga sangat tertinggal jauh dari perkembangan teknologi digital yang berkembang pesat saat ini, bahkan regulasi ini sudah tidak mampu lagi mewujudkan perlindungan hukum konsumen di era serba digital saat ini. Dengan adanya pembaharuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini diharapkan mampu untuk memberikan perlindungan dan menjamin adanya Perlindungan hukum pada konsumen pengguna *e-commerce* di Indonesia, sehingga sengketa konsumen ini diharapkan tidak lagi terjadi dan hak-hak konsumen terpenuhi. Dalam hal ini saran penulis bagi pemerintah agar dapat menjadikan pertimbangan dalam membuat pembaharuan kebijakan yang berkaitan dengan Upaya Perlindungan hukum bagi pengguna *e-commerce* di era ekonomi digital.

REFERENSI

- Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, 2005, *Bisnis E-Commerce: Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Agus Budi, 2003 *Hukum dan Internet di Indonesia*, Yogyakarta: UII Press.
- Arif, Yudhi Candra N., 2013, *Dimensi Perubahan Hukum Dalam Perspektif Sistem Hukum Terbuka*. Jurnal IuS; Kajian Hukum dan Keadilan, Vol.1, (No.1).
- Celina Tri Siwi Kristiyai, 2017, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika.
- C.S.T. Kansil, 1989, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.
- Friedman, Lawrence M. 2009, *Sistem Hukum; Perspektif Ilmu Sosial*. Bandung: Nusa Media.
- Happy Susanto, 2008, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Yogyakarta: Visi Media.
- Richardus Eko Indrajit, 2001, *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Mahir Pradana, 2015, *Klasifikasi Bisnis E-Commerce di Indonesia*, Jurnal MODUS Vol.27 (2).
- Nugrahaningsih, W., 2017, *Implementasi Undang - Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Bisnis Online*. Jurnal Serambi Hukum, Vol.11, (No.01).
- Philipus M. Hadjon, 2011, *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Rahardjo, S. 2010, *Sosiologi Hukum Esai Esai Terpilih*. Yogyakarta: Genta Publishing.
- Shidarta, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT Grasindo,
- Simanullang, Helldya N., 2017, *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi E- Commerce*. Melayunesia Law, Vol.1, (No.1).
- Satjipto Rahardjo, 2000, *Ilmu Hukum*, Bandung: PT. Citra Bakti.

Soerjono Soekanto, 2012, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: Universitas Indonesia Press.

Susilawati S Suwandono, Agus, Dajaan, 2015, *Hukum Perlindungan Konsumen* , Tangerang Selatan.

Tumbel, Trivena Gabriela M, 2020, *Perlindungan Konsumen Jual Beli Online Dalam Era Digital 4.0*. *Lex Et Societatis*, Vol.VIII,(No.3).

Wahyu Simon Tampubolon, 2016, "Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen," *Jurnal Ilmiah Advokasi*.