

**Tersedia di online:** <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

**E-ISSN: 2580-9113**

**P-ISSN: 2581-2033**

**LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & KEADILAN**

**Tanggungjawab Pelaku Usaha dalam Transaksi E-Commerce Perspektif  
Perlindungan Konsumen**

**Depi Angga Alpiana**

[depiangga92@gmail.com](mailto:depiangga92@gmail.com)

**Sri Astutik**

[sri.astutik@unitomo.ac.id](mailto:sri.astutik@unitomo.ac.id)

**Fitri Ayuningtyas**

[fitry.ningtyas69@gmail.com](mailto:fitry.ningtyas69@gmail.com)

**Muhammad Yustino Aribawa**

[yustino@unitomo.ac.id](mailto:yustino@unitomo.ac.id)

***ABSTRACT***

*In the ever-evolving landscape of e-commerce, the importance of consumer protection is becoming increasingly prominent. This narrative abstract comprehensively reviews the responsibilities of businesses in electronic transactions, particularly from the perspective of consumer protection. In this digital age, the ease of transactions is directly proportional to the potential losses that consumers may experience, ranging from fraud, products that do not match their descriptions, to personal data breaches. Business entities' responsibilities no longer merely involve providing goods or services but also encompass moral and legal obligations to create a safe and trustworthy ecosystem. This includes providing clear and accurate information about products, prices, and terms and conditions. Additionally, business entities must ensure the security of payment systems and protect consumers' personal data from misuse. Consumer protection in the context of e-commerce also requires effective and transparent dispute resolution mechanisms. Consumers have the right to compensation or refunds if they suffer losses due to the negligence of business operators. Therefore, a strong legal framework and strict enforcement are key pillars for ensuring that business operators fulfil their obligations. Thus, the responsibility of business operators is not only a legal obligation but also the foundation of business ethics that builds trust and sustainability in the e-commerce industry.*

**Keywords:** *Business Actor Responsibilities, E-Commerce Transactions, Consumer Protection*

**Tersedia di online:** <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

**E-ISSN: 2580-9113**

**P-ISSN: 2581-2033**

**LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & Keadilan**

### ABSTRAK

Dalam lanskap e-commerce yang terus berkembang, pentingnya perlindungan konsumen semakin menonjol. Abstrak naratif ini mengulas secara komprehensif tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi elektronik, terutama dari sudut pandang perlindungan konsumen. Di era digital ini, kemudahan transaksi berbanding lurus dengan potensi kerugian yang dapat dialami konsumen, mulai dari penipuan, produk yang tidak sesuai deskripsi, hingga kebocoran data pribadi. Tanggung jawab pelaku usaha tidak lagi sebatas menyediakan barang atau jasa, tetapi juga mencakup kewajiban moral dan hukum untuk menciptakan ekosistem yang aman dan tepercaya. Ini termasuk penyediaan informasi yang jelas dan akurat mengenai produk, harga, serta syarat dan ketentuan. Selain itu, pelaku usaha harus menjamin keamanan sistem pembayaran dan melindungi data pribadi konsumen dari penyalahgunaan. Perlindungan konsumen dalam konteks e-commerce juga memerlukan adanya mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif dan transparan. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan kompensasi atau pengembalian dana jika terjadi kerugian akibat kelalaian pelaku usaha. Oleh karena itu, kerangka hukum yang kuat dan penegakan yang tegas menjadi pilar utama untuk memastikan pelaku usaha memenuhi kewajibannya. Dengan demikian, tanggung jawab pelaku usaha bukan hanya kewajiban legal, tetapi juga landasan etika bisnis yang membangun kepercayaan dan keberlanjutan dalam industri e-commerce.

**Kata Kunci:** Tanggungjawab Pelaku Usaha, Transaksi E-Commerce, Perlindungan Konsumen

## 1. PENDAHULUAN

Kecanggihan teknologi baik komputer dan telekomunikasi sangat mendukung perkembangan internet. Internet tidak hanya menjadi sarana mencari dan bertukar tetapi, internet juga merupakan media yang terus berkembang melalui sebuah inovasi yang teraplikasi dalam kehidupan saat ini. Seiring perkembangan zaman, aktivitas ekonomi merupakan salah satu aktivitas yang cukup berkembang saat ini, salah satunya yaitu (*E-commerce*). Perkembangan *e-commerce* tidak terlepas dari laju pertumbuhan internet karena *e-commerce* berjalan melalui jaringan internet.

*E-commerce* didefinisikan sebagai proses penggunaan internet untuk membeli dan menjual produk, layanan, dan informasi secara elektronik. Di satu sisi, karena kemajuan perkembangan teknologi informasi, pengaruh Internet terhadap konsumen telah

**Tersedia di online:** <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

**E-ISSN: 2580-9113**

**P-ISSN: 2581-2033**

**LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & Keadilan**

mengubah perilaku konsumen, dan menjadi semakin penting dan selektif dalam memutuskan produk mana yang akan mereka pilih. Sama untuk produsen, kemajuan ini memiliki efek positif pada pemasaran produk untuk menghemat biaya dan waktu (Rahim et al., 2023).

Namun dalam transaksi *e-commerce* tetap membawa risiko sengketa, termasuk pemenuhan hak dan kewajiban konsumen. Namun terkadang konsumen masih berada pada posisi yang lemah. Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen seringkali adalah rendahnya tingkat pengetahuan hukum dan kesadaran konsumen tentang hak-haknya, kondisi ini dimanfaatkan oleh badan usaha untuk memaksimalkan keuntungan, tanpa memenuhi kewajibannya harus tergantung pada pelaku bisnis. Oleh karena itu, diperlukan mekanisme penyelesaian sengketa yang dapat memperhatikan kepentingan semua pihak dalam transaksi *e-commerce* (Fista et al., 2023).

Dalam penyelenggaraan *e-commerce*, transaksi antara badan usaha dengan konsumen dan pelaksanaan transaksi tunduk pada peraturan perlindungan konsumen. Hal ini didasarkan pada kondisi bahwa salah satu pihak selalu berada pada posisi yang lebih diuntungkan. Dalam keadaan demikian, konsumen menjadi objek kegiatan komersial, dan melalui promosi, metode penjualan, dan penerapan perjanjian baku yang tidak menguntungkan konsumen, mereka dapat memperoleh keuntungan sebesar-besarnya dari pelaku komersial. Secara khusus, dalam transaksi jual-beli online, pembeli sering menghadapi perilaku penjual yang tidak bertanggung jawab. Hal ini memudahkan penjual karena para pihak tidak bertemu secara langsung pada saat akad. Oleh sebab itu, seperti halnya transaksi tradisional, Anda perlu memberikan perlindungan hukum atas transaksi online atau *e-commerce* antara pelaku usaha dengan konsumen. Pelaksanaan transaksi *e-commerce* memerlukan upaya perlindungan konsumen baik sebelum maupun sesudah terjadinya sengketa (Sihombing et al., 2024).

Pengertian perlindungan konsumen yang terdapat dalam Pasal 1 angka (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut

**Tersedia di online: <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>**

**E-ISSN: 2580-9113**

**P-ISSN: 2581-2033**

**LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & Keadilan**

Undang-Undang Perlindungan Konsmen/ UUPK) tersebut cukup memadai. Kalimat yang menyatakan ”segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum”, diharapkan sebagai benteng untuk menyadakan tindakan sewenang wenangnya yang merugikan pelaku usaha hanya demi untuk kepentingan perlindungan konsumen. Meskipun undang-undang ini disebut sebagai Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) namun bukan berarti kepentingan pelaku usaha tidak ikut menjadi perhatian, teristimewa karna keberadaan perekonomian nasional banyak ditentukan oleh para pelaku usaha. Lemahnya kedudukan konsumen dan pelaku usaha dalam melakukan transaksi online tentu sangat merugikan konsumen dan melanggar hak konsumen yang diatur dalam Pasal 4 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen (Rizky & Sitabuana, 2022).

Sehubungan dengan banyaknya ketidakadilan dan ketidakpuasan konsumen dalam berbelanja online maka bagi setiap pelaku usaha (penjual online) harus memiliki kewajiban yang harus di terapkan sebagaimana diatur dalam pasal 7 UU perlindungan konsumen adalah:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
- b. Memberikan informasi yang jelas dan benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta member penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang di produksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan jasa tertentu serta member jaminan dan/atau garansi barang yang dibuat dan/atau diperdagangkan.
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

**Tersedia di online:** <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

**E-ISSN: 2580-9113**

**P-ISSN: 2581-2033**

**LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & Keadilan**

Dengan demikian, upaya hukum yang digunakan dalam transaksi elektronik dapat dilakukan instrument UU ITE dan/atau PP PSTE sebagai dasar hukum dalam penyelesaian dan permasalahan yang ada, guna untuk melindungi konsumen dalam jual beli online agar menghindari kerugian dalam bertransaksi. Terkait dengan perlindungan konsumen, Pasal 49 Ayat (1) PSTE menegaskan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui system elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar yang berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Jika barang yang diterima tidak sesuai dengan yang diperjanjikan maka pelaku usaha wajib memberikan batas waktu pada konsumen untuk mengembalikan sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi, dan apabila barang tidak sesuai foto pada iklan online. Konsumen dapat menggugat pelaku usaha (penjual online) secara perdata dengan dalih wanprestasi atas transaksi jual beli yang anda lakukan dengan penjual. Dengan demikian sebaiknya diharapkan untuk lebih selektif lagi dalam melakukan transaksi secara online dan mengedepankan aspek keamanan transaksi dan kehati-hatian sebagai pertimbangan utama dalam melakukan transaksi jual beli online (Ahmad et al., 2023).

## **2. METODE PENELITIAN**

Tipe penelitian ini adalah penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif, yaitu pendekatan terhadap hukum positif atau peraturan perundang-undangan, yang artinya pendekatan ini merupakan pendekatan yang menganalisis, dan peraturan perundang-undangan telah menjelaskan adanya permasalahan dalam Tanggungjawab Pelaku Usaha Dalam Transaksi *E-Commerce* Perspektif Perlindungan Konsumen (Sutedi, 2009). Pendekatan yang digunakan untuk dapat menjawab permasalahan dalam penelitian ini adalah Pendekatan perundang-undangan (*Statute Approach*) dan Pendekatan Konsep Hukum (*Conceptual Approach*). Pendekatan perundang-undangan digunakan untuk mengkaji secara rinci peraturan perundang-undangan yang relevan, termasuk undang-undang, peraturan pemerintah, dan peraturan terkait lainnya. Pendekatan ini bertujuan

untuk memahami struktur hukum, konteks sejarah, dan penafsiran normatif dari peraturan tersebut. Pendekatan Konseptual digunakan untuk mempertimbangkan konsep-konsep hukum yang mendasari peraturan perundang-undangan dan asas-asas hukum terkait dengan sengketa *e-commerce* di Indonesia. Pendekatan ini membantu dalam mengeksplorasi teori-teori hukum yang relevan dan memperkenalkan konsep-konsep ini ke dalam praktek hukum.

### **3. PEMBAHASAN**

#### **Bentuk Kerugian Konsumen dari Pelaku Usaha Jika Terjadi Sengketa**

Dalam transaksi *e-commerce*, konsumen sering kali mengalami kerugian sebagai akibat dari tindakan pelaku usaha yang tidak memenuhi kewajibannya. Berdasarkan pendekatan yuridis dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, UU ITE, serta Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019, kerugian tersebut dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

#### **a. Informasi Produk yang Tidak Benar atau Menyesatkan**

Banyak pelaku usaha memberikan informasi yang tidak sesuai mengenai barang/jasa yang dijual, baik dalam bentuk foto, deskripsi, maupun spesifikasi teknis. Hal ini melanggar:

- 1) Pasal 9 UUPK, yang melarang pelaku usaha membuat pernyataan menyesatkan.
- 2) Pasal 28 ayat (1) UU ITE, tentang larangan menyebarkan informasi palsu atau menyesatkan.

Konsumen yang telah terlanjur membeli produk berdasarkan informasi tersebut berhak atas pengembalian dana atau penggantian barang.

#### **b. Barang/Jasa Tidak Sesuai dengan Perjanjian**

Konsumen kerap menerima barang yang rusak, cacat, atau tidak sesuai dengan pesanan. Hal ini menyebabkan kerugian secara langsung, baik secara material maupun emosional. Pelanggaran ini dikaitkan dengan:

**Tersedia di online:** <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

**E-ISSN: 2580-9113**

**P-ISSN: 2581-2033**

**LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & KEADILAN**

1) Pasal 8 ayat (1) UUPK, tentang larangan memperdagangkan barang cacat atau tidak sesuai standar.

2) Pasal 19 UUPK, yang mewajibkan pelaku usaha memberikan ganti rugi.

c. Keterlambatan Pengiriman atau Barang Tidak Dikirim

Beberapa pelaku usaha tidak mengirim barang dalam waktu yang dijanjikan, atau bahkan tidak mengirim barang sama sekali setelah pembayaran dilakukan. Hal ini menimbulkan kerugian finansial bagi konsumen. Dalam hal ini, pelaku usaha telah melakukan wanprestasi, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1239 dan 1243 KUH Perdata, dan wajib memberikan kompensasi atas keterlambatan atau kerugian akibat tidak terlaksananya perjanjian.

d. Tidak Tersedianya Mekanisme Pengaduan atau Pengembalian Barang

Beberapa pelaku usaha tidak menyediakan layanan pelanggan atau prosedur pengembalian barang, yang menyebabkan konsumen tidak memiliki akses terhadap penyelesaian sengketa. Menurut Pasal 21 dan Pasal 45 PP No. 80 Tahun 2019, pelaku usaha wajib memberikan jaminan pengembalian barang dan sarana penyelesaian sengketa. Ketiadaan mekanisme ini merupakan bentuk pelanggaran tanggung jawab hukum pelaku usaha.

e. Penyalahgunaan Data Konsumen

Konsumen juga mengalami kerugian karena pelaku usaha menyalahgunakan data pribadi untuk tujuan yang tidak disetujui, seperti spam, penawaran tanpa izin, atau bahkan penipuan oleh pihak ketiga. Hal ini merupakan pelanggaran terhadap prinsip keamanan data sebagaimana ditekankan dalam:

1) Pasal 26 UU ITE, tentang perlindungan data pribadi.

2) Pasal 14 PP 80/2019, yang mewajibkan pelaku usaha menjaga kerahasiaan informasi pribadi konsumen.

**Tersedia di online:** <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

**E-ISSN: 2580-9113**

**P-ISSN: 2581-2033**

**LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & Keadilan**

#### **Analisis:**

Berdasarkan peraturan di atas, jelas bahwa pelaku usaha memiliki tanggung jawab hukum yang kuat untuk mencegah terjadinya kerugian terhadap konsumen. Namun, dalam praktiknya, masih banyak pelaku usaha yang abai terhadap hak-hak konsumen. Oleh karena itu, peran aktif konsumen, pengawasan pemerintah, dan keberadaan mekanisme penyelesaian sengketa menjadi kunci untuk mencegah dan menangani kerugian yang dialami konsumen dalam transaksi e-commerce.

#### **Implementasi Tanggung Jawab Pelaku Usaha dalam Praktik**

Berdasarkan pengamatan dan studi literatur, implementasi tanggung jawab pelaku usaha dalam praktik masih menghadapi beberapa kendala:

- a. Kurangnya penegakan hukum terhadap pelaku usaha yang melanggar hak konsumen.
- b. Sulitnya menuntut pelaku usaha yang berada di luar negeri atau menggunakan identitas palsu.
- c. Minimnya pengawasan terhadap platform digital, terutama marketplace yang tidak selektif terhadap mitra penjualnya.

Namun demikian, telah ada sejumlah upaya yang dilakukan, seperti:

- a. Penguatan regulasi melalui PP No. 80 Tahun 2019.
- b. Peningkatan edukasi konsumen oleh pemerintah dan Lembaga Perlindungan Konsumen.
- c. Pengembangan fitur pelaporan di marketplace untuk membantu penyelesaian sengketa.

#### **Pertanggungjawaban Pelaku Usaha dalam Transaksi E-Commerce dalam Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen**

Perkembangan teknologi informasi telah melahirkan bentuk transaksi jual beli yang lebih efisien, yaitu e-commerce. Namun, kemudahan ini juga menimbulkan permasalahan

**Tersedia di online: <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>**

**E-ISSN: 2580-9113**

**P-ISSN: 2581-2033**

**LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & KEADILAN**

baru terkait perlindungan konsumen. Dalam konteks hukum Indonesia, perlindungan konsumen diatur dalam beberapa regulasi utama, yakni:

**a. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK)**

**Tujuan UUPK** Sebagaimana tercantum dalam Pasal 3, tujuan utama UUPK adalah:

- 1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen.
- 2) Meningkatkan harkat dan martabat konsumen.
- 3) Meningkatkan pemberdayaan konsumen.
- 4) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang adil dan transparan.
- 5) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha akan pentingnya tanggung jawab.

**Hak Konsumen (Pasal 4)** Konsumen memiliki hak:

- 1) Memperoleh kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa.
- 2) Memilih dan mendapatkan barang/jasa sesuai kebutuhan dan nilai tukar yang dijanjikan.
- 3) Mendapatkan informasi benar, jelas, dan jujur.
- 4) Didengar pendapat dan keluhannya.
- 5) Mendapat perlindungan hukum dan penyelesaian sengketa secara patut.
- 6) Mendapat pembinaan dan edukasi.
- 7) Mendapat perlakuan dan pelayanan yang adil serta tidak diskriminatif.

**Kewajiban Pelaku Usaha (Pasal 7)** Pelaku usaha wajib:

- 1) Beritikad baik dalam menjalankan kegiatan usahanya.
- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur.
- 3) Menjamin mutu barang/jasa.
- 4) Memberikan pelayanan secara adil.
- 5) Memberikan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian.

Tersedia di online: <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

**E-ISSN: 2580-9113**

**P-ISSN: 2581-2033**

**LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & KEADILAN**

**Larangan Bagi Pelaku Usaha (Pasal 8)** Pelaku usaha dilarang:

- 1) Memproduksi/menjual barang yang tidak sesuai standar.
- 2) Memalsukan produk.
- 3) Memberikan informasi menyesatkan.
- 4) Mengiklankan barang/jasa secara tidak benar.

**Tanggung Jawab dan Ganti Rugi (Pasal 19)** Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan **ganti rugi** atas kerusakan, pencemaran, atau kerugian yang diderita konsumen akibat mengonsumsi barang/jasa yang diperdagangkan. Ganti rugi dapat berupa:

- 1) Pengembalian uang.
- 2) Penggantian barang/jasa.
- 3) Perawatan dan/atau perbaikan.

**Sanksi Pidana (Pasal 62)** Pelaku usaha yang melanggar ketentuan UUPK dapat dikenakan sanksi pidana berupa:

- 1) Pidana penjara paling lama 5 tahun; dan/atau
- 2) Denda paling banyak Rp2 miliar

**Penyelesaian Sengketa** Sengketa konsumen dapat diselesaikan melalui:

- 1) Pengadilan (litigasi); atau
- 2) Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) → penyelesaian non-litigasi secara cepat dan murah.

**Relevansi terhadap Transaksi E-Commerce** Dalam konteks transaksi digital, pelaku usaha tetap terikat oleh ketentuan UUPK, termasuk kewajiban memberikan informasi yang benar, jaminan barang/jasa, serta tanggung jawab atas kerugian konsumen. Meskipun jual beli terjadi secara online, perlindungan konsumen tetap berlaku secara penuh.

Tersedia di online: <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

E-ISSN: 2580-9113

P-ISSN: 2581-2033

**LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & KEADILAN**

**b. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE)**

Disahkan : 25 November 2016

Lembaran Negara : LN No. 251 Tahun 2016

Tambahan Lembaran Negara : TLN No. 5952

Undang-Undang ini merupakan perubahan terhadap UU No. 11 Tahun 2008 tentang ITE, yang dimaksudkan untuk:

- 1) Memberikan kepastian hukum dalam ruang digital.
- 2) Menghindari multitafsir terhadap pasal-pasal yang dapat menimbulkan kriminalisasi atas ekspresi di internet.
- 3) Menyesuaikan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

**Ruang Lingkup dan Materi Penting**

UU No. 19 Tahun 2016 mencakup sejumlah pengaturan yang relevan dalam konteks hukum di ruang siber, di antaranya:

Pasal 27 ayat (3) – Pencemaran Nama Baik

*"Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan, mentransmisikan, dan/atau membuat dapat diaksesnya informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik."*

Pasal ini sering digunakan dalam kasus cyberbullying, khususnya yang berisi hinaan atau serangan terhadap kehormatan seseorang melalui media digital.

Pasal 28 ayat (2) – Ujaran Kebencian (SARA)

*"Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA)".* Relevan terhadap cyberbullying yang bermuatan diskriminasi atau provokasi kebencian.

Tersedia di online: <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

E-ISSN: 2580-9113

P-ISSN: 2581-2033

**LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & KEADILAN**

Pasal 29 – Ancaman Kekerasan

*"Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak mengirimkan informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang berisi ancaman kekerasan atau menakutkan secara pribadi."*

Pasal 45 – Sanksi Pidana

UU ini juga mengubah ancaman pidana pada beberapa pasal:

Pasal 45 ayat (3): *"Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan informasi penghinaan dan/atau pencemaran nama baik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 27 ayat (3), dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp750.000.000."*

UU ini juga menegaskan bahwa pelanggaran Pasal 27 ayat (3) merupakan delik aduan, sehingga hanya dapat diproses hukum apabila ada laporan dari pihak yang dirugikan.

Pasal 26A – Hak untuk Dilupakan (*Right to be Forgotten*)

Pasal baru yang memberi hak kepada individu untuk meminta penghapusan informasi digital terkait dirinya yang dianggap merugikan atau tidak relevan lagi.

### **Kaitan dengan Cyberbullying**

Undang-Undang ini sangat penting sebagai dasar hukum untuk menangani kasus *cyberbullying*, karena:

- 1) Mengatur larangan konten bermuatan penghinaan, ancaman, dan kebencian.
- 2) Memberikan landasan pidana terhadap pelaku bullying digital.
- 3) Menyediakan mekanisme penghapusan konten yang merugikan korban.
- 4) Menekankan pendekatan hukum yang seimbang antara perlindungan korban dan kebebasan berekspresi.

**Tersedia di online:** <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

**E-ISSN: 2580-9113**

**P-ISSN: 2581-2033**

**LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & Keadilan**

**c. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik**

Ditetapkan : 25 November 2019

Diundangkan : 25 November 2019

Lembaran Negara RI Tahun 2019 Nomor 229

Peraturan ini dibuat sebagai respon terhadap pesatnya perkembangan transaksi jual beli secara elektronik (e-commerce) di Indonesia. PP ini mengatur hak, kewajiban, dan perlindungan hukum bagi pelaku usaha dan konsumen dalam transaksi digital, serta mendukung tata kelola perdagangan digital yang sehat.

**Tujuan PP No. 80 Tahun 2019**

- 1) Memberikan kepastian hukum dalam perdagangan melalui sistem elektronik.
- 2) Melindungi konsumen dalam transaksi digital.
- 3) Mendorong pertumbuhan ekonomi digital secara adil dan bertanggung jawab.
- 4) Menjamin persaingan usaha yang sehat di ranah digital.

**Ruang Lingkup**

Peraturan ini mengatur:

- 1) Pelaku usaha perdagangan elektronik (merchant, marketplace, platform)
- 2) Konsumen
- 3) Media elektronik (web, aplikasi, sistem pembayaran)
- 4) Kontrak elektronik
- 5) Iklan, promosi, dan penawaran elektronik
- 6) Perlindungan data pribadi konsumen
- 7) Kewajiban pendaftaran pelaku usaha PMSE

Pokok-Pokok Pengaturan dalam PP No. 80 Tahun 2019

Pelaku Usaha (Pasal 5–9)

- 1) Harus terdaftar dan memiliki legalitas sebagai pelaku usaha.

**Tersedia di online:** <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

**E-ISSN: 2580-9113**

**P-ISSN: 2581-2033**

**LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & KEADILAN**

2) Wajib menyediakan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai produk, harga, dan identitas perusahaan.

3) Dapat berbentuk individu, perusahaan, atau platform digital seperti marketplace.

Kontrak Elektronik (Pasal 50–56)

1) Harus memenuhi asas persetujuan kedua belah pihak.

2) Dinyatakan sah apabila memenuhi unsur: kesepakatan, kecakapan hukum, objek yang jelas, dan tidak bertentangan dengan hukum.

Perlindungan Konsumen (Pasal 15–17)

Konsumen memiliki hak atas:

1) Informasi yang benar dan jelas.

2) Keamanan transaksi.

3) Pengembalian dana dalam kondisi tertentu.

4) Pelaku usaha wajib menyampaikan syarat dan ketentuan secara transparan.

Pendaftaran dan Pengawasan (Pasal 66–70)

1) Setiap pelaku usaha PMSE wajib mendaftarkan ke Kementerian Perdagangan.

2) Pihak asing yang beroperasi di Indonesia juga diwajibkan memiliki perwakilan resmi di Indonesia.

3) Pelaku usaha yang melakukan transaksi melalui sistem elektronik memiliki tanggung jawab hukum untuk.

4) Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai produk atau jasa (Pasal 4 dan 7 UUPK).

5) Memastikan kesesuaian barang/jasa yang dikirim dengan deskripsi, iklan, dan spesifikasi yang ditampilkan.

6) Memberikan ganti rugi atau kompensasi apabila terjadi kerugian akibat kesalahan pelaku usaha.

7) Melayani konsumen dengan itikad baik, tanpa diskriminasi (Pasal 7 UUPK).

8) Menyediakan sarana pengaduan dan penyelesaian sengketa.

**Tersedia di online: <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>**

**E-ISSN: 2580-9113**

**P-ISSN: 2581-2033**

**LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & KEADILAN**

Menurut Pasal 9 UU ITE, pelaku usaha wajib mencantumkan informasi lengkap dan benar tentang kontrak, produsen, dan produk. Jika hal ini diabaikan, maka pelaku usaha dapat dianggap wanprestasi atau bahkan melanggar hukum pidana apabila informasi yang diberikan ternyata palsu (Pasal 28 UU ITE). Dalam transaksi e-commerce, pelaku usaha memiliki tanggung jawab hukum untuk memenuhi kewajiban sebagaimana ditentukan dalam peraturan perundang-undangan, terutama dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 jo. UU Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), serta Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Pelaku usaha wajib:

- 1) Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang atau jasa yang ditawarkan (Pasal 4 dan 7 UUPK).
- 2) Memberikan jaminan mutu dan keamanan barang atau jasa sesuai kesepakatan.
- 3) Tidak melakukan penyamaran atau penipuan melalui media elektronik (Pasal 28 ayat (1) UU ITE).
- 4) Memberikan ganti rugi jika barang atau jasa tidak sesuai dengan kesepakatan atau menimbulkan kerugian kepada konsumen (Pasal 19 UUPK).

*E-commerce* sebagai bentuk transaksi digital menuntut pelaku usaha untuk lebih transparan dan akuntabel, mengingat interaksi dengan konsumen bersifat tidak langsung. Pasal 9 UU ITE secara eksplisit mewajibkan pelaku usaha yang menggunakan sistem elektronik untuk menyediakan informasi kontrak, identitas produsen, dan spesifikasi produk secara lengkap dan akurat. Risiko dan Kerugian Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Transaksi secara daring menyimpan sejumlah risiko yang dapat merugikan konsumen, antara lain:

- 1) Informasi Produk Tidak Sesuai

**Tersedia di online:** <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

**E-ISSN: 2580-9113**

**P-ISSN: 2581-2033**

**LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & KEADILAN**

- 2) Seringkali informasi yang ditampilkan di laman penjualan tidak sesuai dengan barang yang diterima oleh konsumen, baik dari segi ukuran, kualitas, maupun kondisi barang.
- 3) Barang Rusak atau Cacat
- 4) Konsumen kerap menerima produk dalam kondisi rusak atau tidak berfungsi sebagaimana mestinya. Pelaku usaha seringkali menolak tanggung jawab atas hal ini.
- 5) Tidak Tersedianya Layanan Pengembalian atau Kompensasi
- 6) Banyak pelaku usaha, terutama individu yang tidak terdaftar resmi, tidak menyediakan kebijakan pengembalian atau ganti rugi, sehingga konsumen kehilangan haknya.
- 7) Pelanggaran Privasi dan Keamanan Data
- 8) Beberapa pelaku usaha tidak menjaga keamanan data konsumen yang dapat disalahgunakan oleh pihak lain.

Dalam konteks ini, perlindungan konsumen menjadi sangat penting untuk menyeimbangkan kedudukan antara pelaku usaha dan konsumen, karena konsumen cenderung berada dalam posisi yang lemah dan rentan terhadap praktik bisnis yang tidak adil.

### **Analisis Yuridis terhadap Kewajiban Pelaku Usaha**

#### **a. Berdasarkan UUPK:**

Pelaku usaha wajib memenuhi ketentuan dalam Pasal 7 UUPK, yang mengharuskan mereka bertindak jujur, memberikan informasi yang akurat, serta menjamin mutu barang. Apabila tidak dilaksanakan, maka Pasal 19 UUPK mewajibkan pelaku usaha memberikan ganti rugi.

**Tersedia di online: <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>**

**E-ISSN: 2580-9113**

**P-ISSN: 2581-2033**

**LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & KEADILAN**

b. Berdasarkan UU ITE

Pelaku usaha yang memanfaatkan sistem elektronik wajib memberikan informasi lengkap sesuai dengan Pasal 9 UU ITE. Bila informasi tersebut terbukti menyesatkan dan mengakibatkan kerugian konsumen, maka pelaku usaha dapat dikenakan sanksi pidana berdasarkan Pasal 28 ayat (1) dan Pasal 45A ayat (1) UU ITE, yaitu penjara paling lama 6 tahun dan/atau denda paling banyak Rp1 miliar.

c. Berdasarkan PP No. 80 Tahun 2019

PP ini memperkuat tanggung jawab pelaku usaha dalam perdagangan melalui sistem elektronik, antara lain melalui:

- 1) Pasal 6: Kewajiban pelaku usaha untuk menyampaikan identitas dan informasi barang/jasa secara jelas.
- 2) Pasal 21: Kewajiban memberikan layanan pengembalian barang.
- 3) Pasal 45–47: Ketentuan penyelesaian sengketa, baik melalui internal platform, lembaga perlindungan konsumen, hingga jalur hukum.

### **Hambatan dalam Penegakan Tanggung Jawab Pelaku Usaha**

Meskipun regulasi telah tersedia, implementasinya masih mengalami berbagai hambatan:

- 1) Minimnya literasi hukum konsumen untuk menuntut haknya.
- 2) Ketidakterjangkauan pelaku usaha yang tidak terdaftar secara resmi atau berada di luar negeri.
- 3) Kurangnya pengawasan terhadap platform marketplace, terutama yang memperbolehkan penjual individu tanpa verifikasi ketat.
- 4) Proses hukum yang lambat dan mahal, yang membuat konsumen enggan menempuh jalur peradilan.

Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat untuk menciptakan ekosistem e-commerce yang sehat dan adil.

**Tersedia di online: <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>**

**E-ISSN: 2580-9113**

**P-ISSN: 2581-2033**

**LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & KEADILAN**

#### **4. PENUTUP**

Tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi e-commerce tidak hanya terbatas pada pengiriman barang. Mereka memiliki kewajiban untuk memastikan bahwa hak-hak konsumen terpenuhi, sejalan dengan prinsip-prinsip perlindungan konsumen yang diatur dalam undang-undang, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Secara spesifik, tanggung jawab pelaku usaha mencakup beberapa aspek penting:

- a. **Penyampaian Informasi yang Akurat dan Jelas:** Pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jujur, dan tidak menyesatkan mengenai produk atau jasa yang ditawarkan. Ini termasuk spesifikasi, harga, ketersediaan stok, dan juga informasi mengenai keamanan dan legalitas produk.
- b. **Keamanan Transaksi:** Pelaku usaha bertanggung jawab untuk menyediakan sistem transaksi yang aman guna melindungi data pribadi dan finansial konsumen dari penyalahgunaan.
- c. **Pelayanan Purna Jual:** Setelah transaksi selesai, pelaku usaha tetap memiliki tanggung jawab untuk melayani keluhan dan menyediakan solusi jika terjadi masalah, seperti produk yang tidak sesuai atau rusak.
- d. **Ganti Rugi:** Jika terjadi kerugian, pelaku usaha bertanggung jawab untuk memberikan ganti rugi atau kompensasi kepada konsumen. Ganti rugi ini dapat berupa pengembalian uang, penggantian barang, atau bentuk lain yang disepakati.

Kerugian yang dialami konsumen dalam transaksi e-commerce sering kali disebabkan oleh beberapa faktor yang terkait langsung dengan kelalaian atau praktik tidak bertanggung jawab dari pelaku usaha:

- a. **Ketidaksesuaian Produk:** Barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi atau foto yang dipromosikan di platform e-commerce. Ini bisa berupa perbedaan kualitas, warna, ukuran, atau bahkan jenis produk yang dikirim.

**Tersedia di online:** <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

**E-ISSN: 2580-9113**

**P-ISSN: 2581-2033**

**LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & KEADILAN**

- b. Penipuan: Pelaku usaha sengaja melakukan penipuan dengan tidak mengirimkan barang setelah pembayaran diterima atau mengirimkan barang palsu.
- c. Keterlambatan atau Kegagalan Pengiriman: Pengiriman barang yang tidak tepat waktu atau bahkan tidak sampai ke tangan konsumen tanpa alasan yang jelas.
- d. Penyalahgunaan Data: Data pribadi atau informasi pembayaran konsumen disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab karena sistem keamanan yang lemah.
- e. Layanan Pelanggan yang Buruk: Pelaku usaha tidak merespons keluhan konsumen dengan baik atau bahkan tidak bisa dihubungi sama sekali, sehingga konsumen tidak mendapatkan solusi atas masalah yang mereka hadapi.

Secara keseluruhan, perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce sangat bergantung pada kesadaran dan tanggung jawab pelaku usaha untuk bertindak secara profesional dan mematuhi peraturan yang berlaku. Dengan demikian, kepercayaan konsumen dapat dibangun dan ekosistem e-commerce yang sehat dapat terwujud.

#### **4. DAFTAR PUSTAKA**

- Ahmad, A., Pransisto, J., & Syahril, M. A. F. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Melalui E-Commerce. *PLEDOI (Jurnal Hukum Dan Keadilan)*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.56721/pledoi.v2i1.146>
- Fista, Y. L., Machmud, A., & Suartini. (2023). *Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen*.
- Khalish Aunur Rahim, Siti Novita Rahmah Siregar, Dio Marcelino Hutauruk, Sherly Berliana, Ayu Puspita Sari, Said Al Farid Basid, Helmi Bintang Purba, & Fauzan Mahfudin. (2023). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli-Online (E-Commerce). *Jurnal Hukum Dan Sosial Politik*, 1(3), 178–188. <https://doi.org/10.59581/jhsp-widyakarya.v1i3.607>
- Rizky, R., & Sitabuana, T. H. (2022). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce. *FIAT JUSTISIA: Jurnal Ilmu Hukum*, 7(2), 733–738. <https://doi.org/10.25041/fiatjustisia.v7no2.378>

**Tersedia di online: <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>**

**E-ISSN: 2580-9113**

**P-ISSN: 2581-2033**

**LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & Keadilan**

Sihombing, R. E., Gede, M., Karma, S., Hukum, F., & Udayana, U. (2024). *Perlindungan Konsumen dalam E-Commerce di Indonesia ( Hambatan Penerapan Regulasi Antara Penerapan Dan Pengawasan )*. 6, 58–70.

Sutedi, A. (2009). *Metode Penelitian Hukum*. Sinar Grafika.