

BAB IV

RASIONALISASI KEPERCAYAAN KONSUMEN *E COMMERCE* DI INDONESIA PERLU DI LINDUNGI

A. Penggunaan Internet dalam Sektor Bisnis di Indonesia

Pemanfaatan teknologi informasi disamping menghasilkan banyak manfaat bagi kehidupan manusia, sekaligus juga berdampak pada munculnya berbagai permasalahan yang memerlukan penanganan yang serius, seperti sosial, ekonomi, keamanan, hukum.¹⁸³ Berkaitan dengan permasalahan hukum, maka pembicaraan semakin menarik untuk dikemukakan mengingat kondisi perkembangan hukum di Indonesia dari waktu ke waktu selalu menunjukkan ketertinggalan, baik disebabkan banyaknya peraturan yang merupakan produk dari peninggalan penjajah masih tetap dipakai maupun produk hukum yang dibuat pada masa sekarang dari sisi materi/substansi tidak mampu mengimbangi perkembangan jaman yang semakin cepat.¹⁸⁴

¹⁸³Internet saat ini merupakan suatu wahana dari, oleh dan untuk masyarakat dunia maya. Salah satu isu utama adalah permasalahan keamanan atau security baik keamanan informasi (konten), infrastruktur dan interaksi. Hal ini meningkatkan insiden keamanan yang tidak diinginkan baik sengaja maupun tidak. Insiden yang pernah terjadi di Indonesia adalah pada sistem informasi dan teknologi pendukung pemilu di Indonesia yang akhirnya membuka mata masyarakat akan ancaman keamanan yang menimpa berbagai sistem berskala nasional. Tahun 2007 dibentuklah Peraturan Menteri Komunikasi dan Informastika Republik Indonesia Nomor 26/PER/M.KOMINFO/5/2007 tentang pengamanan pemanfaatan jaringan telekomunikasi berbasis protokol internet. Terbentuk institusi bernama ID-SIRTII (*Indonesia Security Incident Response Team on Internet Infrastructure*) yang memiliki tugas utama 1) mensosialisasikan kepada seluruh pihak yang terkait untuk melakukan kegiatan pengamanan pemanfaatan jaringan telekomunikasi berbasis protokol internet. 2) melakukan pemantauan, pendeteksian dini dan peringatan dini terhadap ancaman dan gangguan pada jaringan telekomunikasi berbasis protokol internet di Indonesia. 3) Membangun dan atau menyediakan, mengoperasikan, memelihara dan mengembangkan sistem database pemantauan dan pengamanan pemanfaatan jaringan internet telekomunikasi berbasis protokol internet sekurang-kurangnya untuk a) mendukung kegiatan sebagaimana dimaksud dalam butir 2, b) menyimpan rekaman transaksi (*log file*) dan c) mendukung proses penegakan hukum. 4) melaksanakan fungsi layanan informasi atas ancaman dan gangguan keamanan pemanfaatan jaringan telekomunikasi berbasis protokol internet. 5) Menyediakan laboratorium simulasi dan pelatihan kegiatan pengamanan pemanfaatan jaringan telekomunikasi berbasis protokol internet. 6) Melakukan layanan konsultasi dan bantuan teknis, 7) menjadi contact point dengan lembaga terkait tentang pengamanan jaringan telekomunikasi berbasis protokol internet baik dalam negeri maupun luar negeri. Lihat Richardus Eko Indrajit, *Konsep dan Strategi Keamanan Informasi di Dunia Cyber*, Graha Ilmu Yogyakarta, 2012. hlm. 20

¹⁸⁴Dikdik M. Arief Mansur dan Elisatris Gultom, *Cyber Law. Aspek Hukum Teknologi Informasi*, Refika Aditama. Bandung, 2005

Hal ini kontradiktif dengan kedudukan hukum sebagai “*a tool of social engineering*”,¹⁸⁵ yang diharapkan posisi hukum seharusnya berada di depan pembangunan. Sudah sewajarnya beberapa kasus tertentu di Indonesia akibat ketertinggalan hukum dari perkembangan teknologi seringkali ketika muncul permasalahan dan permasalahan ini diajukan ke pengadilan hakim mengalami kesulitan dalam memutuskan.

Ada beberapa permasalahan hukum yang diperkirakan memiliki kaitan erat dengan pemanfaatan teknologi informasi, antara lain dengan masuknya media internet dalam dunia perdagangan/bisnis, banyak hal-hal mengalami perubahan, seperti kedekatan para pihak dalam bertransaksi menjadi semakin renggang, karena masing-masing pihak praktis tidak mengenal secara dekat satu sama lain (pengenalan hanya diketahui melalui media komputer), ketidakjelasan mengenai barang yang ditawarkan, terlebih apabila barang yang ditawarkan membutuhkan pengenalan secara fisik (seperti parfum, obat-obatan), kepastian bahwa barang yang dikirim sesuai dengan barang yang dipesan, hubungan yang timbul antara konsumen dengan pelaku usaha senantiasa dimaksudkan agar kedua belah pihak menikmati keuntungan. Kondisi inilah yang seringkali timbul dalam setiap transaksi dengan mempergunakan internet. Sebaliknya undang-undang perlindungan konsumen yang sekarang berlaku di Indonesia masih berbasis pada sesuatu yang sifatnya fisik belum kepada *virtual*/maya.

Transaksi perdagangan melalui media elektronik atau lazim disebut *electronik commerce* menyisakan berbagai permasalahan yang belum ada pengaturannya. *Electronic commerce* terbentuk dari berbagai sub sistem yang tersusun secara sistematis, yang tersusun secara sistematis, dan masing-masing sub sistem tersebut memiliki permasalahannya masing-masing. Ketika seseorang hendak melakukan suatu transaksi, misalnya saja pembelian

¹⁸⁵Roscoe Pound (1954), filsuf hukum termashyur, sampai sekarang dihormati dunia dunia akademisi melalui terori terkenal: *law as a tool of social engineering*. Hukum merupakan alat untuk merekayasa masyarakat. Analoginya adalah hukum sebagai alat memajukan industri dan masyarakat telekomunikasi. Hukum menjadi sarana pembaruan, dan wujud hukum ada dalam wujud regulasi dan regulator.

barang, maka para pihak sudah mulai dihadapkan pada berbagai masalah hukum seperti keabsahan dokumen yang dibuat, tandatangan digital yang dibuat saat orang tersebut menyatakan sepakat untuk bertransaksi, kekuatan mengikat dari kontrak tersebut, pembayaran transaksi, dan lain-lain.

E-commerce dapat berbentuk *Business to Business* atau *Business to Consumers*. Salah satu isu yang *crucial* dalam e-commerce adalah menyangkut keamanan dalam mekanisme pembayaran (*payment mechanism*) dan jaminan keamanan dalam bertransaksi (*security risk*), seperti informasi mengenai transfer data kartu kredit dan identitas pribadi konsumen. Dalam hal ini ada dua masalah utama yaitu *pertama, identification integrity* yang menyangkut identitas si pengirim yang dikuatkan lewat *digital signature*. *Kedua, message integrity* yang menyangkut apakah pesan yang dikirimkan oleh pengirim benar-benar diterima oleh penerima yang dikehendaki (*intended recipient*).

Internet ini sangat penting bagi dunia usaha dan masyarakat, sama dengan kebutuhan pokok. Internet dapat memenuhi rasa ingin tahu masyarakat dengan cepat, mudah dan murah. Terlebih lagi di dunia usaha, internet dapat mempercepat arus informasi dan data pada para penggunanya. internet juga dapat membantu mencerdaskan kehidupan bangsa. Terlebih lagi, salah satu hasil survei yang dilakukannya bersama APJII menunjukkan, 78,49% pelaku industri di Indonesia menggunakan internet untuk mencari informasi dan berita.¹⁸⁶

Dari hasil penelitian yang telah penulis lakukan pada APJII (Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia) diperoleh hasil bahwa¹⁸⁷

¹⁸⁶Suryamin, Profil Terkini Internet Industri dan Pertumbuhannya di Jakarta, Rabu (15/1/2014), acara yang diselenggarakan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) bersama BPS

¹⁸⁷Survei Penggunaan Internet di Sektor Bisnis di Indonesia tahun 2013 dilaksanakan di 33 provinsi di Indonesia, tepatnya di 78 kabupaten/kota. Survey ini dilakukan oleh tenaga internal BPS di 33 Propinsi dan 1175 responden, yang terselenggarakan survey nya selama bulan september (1 bulan), dimana proses nya sendiri telah di mulai dari Mei 2013. Proses pengumpulan dan pengolahan data sendiri dilakukan di Oktober hingga November 201. Cakupan sektor bisnis dalam survei yang dilakukan meliputi 3 jenis usaha yang mengacu pada KBLI (Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia) Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) merupakan klasifikasi baku mengenai kegiatan ekonomi yang terdapat di Indonesia, yang dirinci menurut

Tabel 5
Penggunaan Komputer, Internet dan Server

No	Penggunaan	Manufaktur	Hotel	Restoran
		1	2	3
1.	Komputer	77,8%	74,6%	68,9%
2	Internet	68,9%	71,1%	57,8%
3	Server	59,0%	63,4%	47,1%

Sumber : Kerjasama BPS-APJII, survey P2TIK 2013

Berdasarkan tabel data tersebut diatas dapat di ketahui bahwa Persentase gap penggunaan komputer dan internet untuk kegiatan utama: industri pengolahan 8,65%; hotel 3,53%; dan restoran/rumah makan 11,15%. Gap ini merupakan potensi penyediaan jasa koneksi internet.

Jumlah pengguna Internet terbanyak adalah di provinsi Jawa Barat sebanyak 13.2 juta, diikuti oleh Jawa Timur 9.8 juta pengguna dan Jawa Tengah 8.6 juta pengguna. Berdasarkan populasi untuk wilayah lain yang memiliki jumlah pengguna Internet terendah adalah Papua Barat dan Maluku Utara. Hal ini terkait dengan infrastruktur serta ketersediaan jaringan Internet di sana yang masih belum banyak dan baik. Faktor yang menjadi pendorong pertumbuhan dalam bisnis jasa Internet di Indonesia:¹⁸⁸

- a. Ekonomi (pertimbangan untuk memilih akses Internet yang murah dengan perangkat yang terjangkau)
- b. Teknologi (kecenderungan pada yang mudah digunakan atau *user friendly*)
- c. Kultural (budaya masyarakat Indonesia yang cenderung suka mengobrol atau “silaturahmi”)

kategori. KBLI hanya mengelompokkan unit produksi menurut kegiatan ekonomi tidak membedakan unit produksi menurut kepemilikan, jenis badan hukum, formal atau informal yang terdiri dari Industri Manufaktur, Hotel dan Restoran. (Parlindungan Marius dan Freddie Pinontoan, Penggunaan Internet Sektor Bisnis 2013, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia dan Badan Pusat Statistik, Jakarta, 2013, hlm. 22





¹⁸⁸ Asosiasi Pengguna Jasa Internet, Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia, 2013, hlm. 32

Ketiga faktor ini sekaligus terlihat pada gaya hidup pengguna Internet Indonesia yang gemar mengakses media sosial dengan menggunakan perangkat smartphone yang tidak terlalu rumit digunakan, harga perangkat dan biaya akses prabayar yang relatif terjangkau, sehingga mendukung budaya “silaturahmi”.

Pemanfaatan internet di sektor bisnis, e-mail (mengirim dan menerima) menduduki posisi teratas (95,75%), kedua internet dimanfaatkan untuk mencari berita/informasi (78,49%), ketiga mencari barang/jasa (77,81%), keempat informasi lembaga pemerintahan (tender) sebesar (65,07%), kelima untuk sosial media (61,23%). Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian terhadap internet untuk rumah tangga/konsumen yang dilakukan APJII sebelumnya, di mana sosial media menduduki peringkat pertama (88%). Email di peringkat kelima. Sosial Media yang digunakan di sektor bisnis juga belum tentu untuk kepentingan pribadi karyawan mengingat saat ini banyak perusahaan telah menggunakan sosial media sebagai sarana untuk promosi dan melayani pelanggan. Media berita untuk mencari informasi berita di Indonesia, pada survey konsumen maupun industri menduduki posisi kedua atau ketiga (68%).¹⁸⁹

Tabel 6

Kegiatan yang dilakukan pengguna internet industri ketika mengakses internet

	Kegiatan	Persentase Penggunaan
	Mengirim/menerima e-mail	95,7
	Mencari Informasi berita	78,4
	Mencari Informasi barang/jasa	77,8
	Mencari informasi lembaga	65

¹⁸⁹ Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia, Profil Penggunaan Internet Sektor Bisnis 2014. Kegiatan Apa yang dilakukan Pengguna Internet Industri Ketika Mengakses Internet ?, APJII dan PUSKAKOM UI, Jakarta, <http://www.slideshare.net/internetsehat/profil-pengguna-internet-indonesia-2014-riset-oleh-apjii-dan-puskakom-ui>, Diakses 16 Februari 2016 Jam 13.04 WIB

	pemerintahan	
	Menyediakan pelayanan bagi pelanggan	61,2
	Sosial Media	61,2
	Menerima pemesanan barang/jasa	55,7
	Internet Banking	47,2
	Melakukan pembelian barang/jasa	45
	Merekrut calon tenaga kerja	38
	Mengakses fasilitas finansial lainnya	37,6
	VOIP	25,6
	Pengadaan barang/jasa atau BUMN secara elektronik	20,6
	<i>Video Conferencing</i>	19,5
	Memberikan pelatihan bagi tenaga kerja	17,1
	Lainnya	4,1












Sumber : Kerjasama BPS-APJII, Survey P2TIK 2013

Tujuan Penggunaan Internet digunakan untuk aktivitas/keperluan terkait bisnis perusahaan yang membutuhkan fasilitas jaringan internet dapat ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 7

Tujuan Penggunaan Internet

	Kegiatan	Manufaktur	Hotel	Restoran
	Mengirim/menerima e-mail	95,7	97,0	93,6
	Mencari Informasi barang/jasa	84,4	89,4	52,1
	Mencari Informasi berita	84,1	86,8	50,9
	Mencari Informasi lembaga pemerintah	74,7	76,2	31,0
	Internet Banking	54,5	52,7	26,9

	Menerima pemesanan barang/jasa	54,1	65,2	38,6
	Melakukan pembelian barang/jasa	50,6	48,3	31,0
	Sosial Media	50,6	78,8	46,2
	Merekrut calon tenaga kerja	40,9	42,7	25,7
	Mengakses fasilitas finansial lainnya	38,9	45,0	22,8
	Menyediakan pelayanan bagi pelanggan	38,1	82,8	57,9
	VOIP	28,4	27,2	18,7
	Pengaduan barang/jasa atau BUMN secara elektronik	19,5	21,2	6,4
	<i>Video Conferencing</i>	19,1	24,5	11,7
	Memberikan pelatihan bagi tenaga kerja	14,4	28,5	16,4
	Lainnya	3,9	4,6	3,5

Sumber : Kerjasama BPS-APJII, Survey P2TIK 2013

Tujuan utama penggunaan internet di sektor bisnis didominasi oleh aktivitas mengirim atau menerima email serta mencari informasi barang jasa. Sedang aktivitas penyediaan layanan bagi pelanggan di internet paling besar adalah di lapangan usaha restoran.

Indonesia adalah salah satu negara dengan pertumbuhan pasar *e-commerce* yang terbesar di Asia-Pacific. Di bawah ini adalah jumlah estimasi penjualan *e-commerce* untuk wilayah Asia-Pacific.

Tabel 8
Pertumbuhan Pasar *e commerce* se Asia Pacific
dalam USD

No	Tahun	USD
1	2013	383,9
2	2014	525,2
3	2015	681,2
4	2016	855,7
5	2017	1052,9

Sumber: Emarketer, GoGlobe 2015

Estimasi pada penjualan *e-commerce* B2C di beberapa negara Asia. Walaupun jumlah penjualan di Indonesia masih rendah dibanding negara lainnya, namun melihat perkembangan Indonesia yang cukup pesat, tidak menutup kemungkinan negara tercinta kita ini akan menyaingi negara Asia lain yang sudah dulu menghasilkan penjualan *e-commerce* di atas Indonesia.

Tabel 9
E commerce B2C di Negara Asia Tenggara

	2013	2014	2015	2016
	\$ 181.62	\$ 274.57	\$ 358.59	\$ 439.72
	\$ 118.59	\$ 127.06	\$ 135.54	\$ 143.13
	\$ 18.52	\$ 20.24	\$ 21.92	\$ 23.71
	\$ 16.32	\$ 20.74	\$ 25.65	\$ 30.31
	\$ 1.79	\$ 2.60	\$ 3.56	\$ 4.89

Estimated B2C eCommerce
Sales by Country 2013-2016
(in billion)

Source: Insideretail

Sumber: Majalah Marketing Edisi 08/XIV/Agustus/2014, WSJ, *Event Veritrans: Rise of E-Commerce*

Berdasarkan tabel tersebut diatas, meskipun saat ini Indonesia masih relatif minim penggunaan *e commerce*, namun potensi Indonesia untuk terus meningkat dalam pelaksanaan *Bisnis to Consumer* terlihat dari adanya kenaikan penjualan menggunakan *Bisnis to Consumer* dalam *E commerce* dari tahun 2013 hingga 2015 dan di prediksi akan terus meningkat di Tahun 2016 seiring meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia.

B. Fenomena Perkembangan Situs *E Commerce*

Di Indonesia situs pelopor *e commerce* antara lain: sanur.co.id, javacraft.com, Radioclick.com, Sentralayan.com dan BII.com. Sanur.co.id adalah toko buku *online* yang diinspirasi oleh www.amazon.com. Selain itu adalah Indonesia Interactive atau 1-2 (<http://www.1.2.co.id>) 1-2 dibangun sebagai portal dan menyediakan sebuah *virtual shooping mall* dan saat ini sudah berkembang menjadi 10 *online store* yang menjual buku, komputer, *handycraft* dan tshirt.¹⁹⁰

Pertumbuhan pesat pangsa pasar *e-commerce* di Indonesia mencapai 82 juta orang atau sekitar 30% dari total penduduk di Indonesia, pasar *e-commerce* menjadi tambang emas yang sangat menggoda bagi sebagian orang yang bisa melihat potensi ke depannya. Pertumbuhan ini didukung dengan data dari Menkominfo yang menyebutkan bahwa nilai transaksi *e-commerce* pada tahun 2013 mencapai angka Rp130 triliun. Ini merupakan angka yang sangat fantastis mengingat bahwa hanya sekitar 7% dari pengguna internet di Indonesia yang pernah belanja secara online, ini berdasarkan data dari McKinsey. Dibandingkan dengan China yang sudah mencapai 30%, Indonesia memang masih tertinggal jauh, namun jumlah ini akan terus naik seiring dengan bertumbuhnya penggunaan *smartphone*, penetrasi internet di Indonesia, penggunaan kartu debit dan kredit, dan tingkat kepercayaan konsumen untuk berbelanja secara online. Tahun 2012, tercatat bahwa 41% penjualan menggunakan *e commerce* berasal dari Jakarta, tapi enam bulan

¹⁹⁰Dikdik Arif Mansur dan Elisatris Gultom, *Cyberlaw Aspek Hukum dan Teknologi Informasi*, Refika Aditama Bandung, hlm. 144

selanjutnya angka ini turun menjadi 22%. Ini menunjukkan bahwa tidak hanya konsumen di Jakarta saja yang rutin berbelanja online, konsumen di luar Jakarta pun tidak ingin ketinggalan mengikuti perkembangan zaman dengan menunjukkan kontribusi mereka pada pasar *e-commerce* di Indonesia.¹⁹¹

E-commerce di Indonesia tumbuh 42% dari tahun 2012-2015. Angka ini lebih tinggi jika dibandingkan negara lain seperti Malaysia (14%), Thailand (22%), dan Filipina (28%). Tentulah nilai sebesar ini sangat menggoda bagi sebagian investor, baik dalam maupun luar negeri. Beberapa VC (Venture Capital) besar seperti Rocket Internet, CyberAgent, East Ventures, dan IdeoSource bahkan sudah menanamkan modal ke perusahaan *e-commerce* yang berbasis di Indonesia seperti Lazada dan Zalora, Berrybenka, Tokopedia, Bilna, Saqina, VIP Plaza, Ralali dan masih banyak lagi. Website tersebut adalah sebagian contoh dari perusahaan *e-commerce* yang sukses dan berhasil dalam memanfaatkan peluang pasar *e-commerce* di Indonesia.¹⁹²

Tahun 2013 golongan kelas menengah di Indonesia sudah mencapai angka 74 juta orang dan diprediksi pada tahun 2020, angka ini naik menjadi 141 juta orang atau sekitar 54% dari total penduduk di Indonesia. Melihat dari data ini, sudah jelas dan bisa dipastikan bahwa potensi pasar *e-commerce* di Indonesia sangatlah besar. Dengan meningkatnya golongan kelas menengah, orang-orang tidak akan segan untuk mengkonsumsi uang mereka untuk membeli berbagai macam barang yang mereka inginkan. Tapi walaupun memiliki potensi yang besar, tetap ada beberapa masalah yang menjadi penghambat pertumbuhan konsumen yang pernah belanja online.¹⁹³

¹⁹¹Wyndo, Data Statistik Mengenai Pertumbuhan Pangsa Pasar E-Commerce di Indonesia Saat Ini, 2014, <http://startupbisnis.com/data-statistik-mengenai-pertumbuhan-pangsa-pasar-e-commerce-di-indonesia-saat-ini/>. Diakses 5 Oktober 2015 Jam 06.31 WIB.

¹⁹²<http://www.icd-research.com/about-us.html> Diakses 5 Oktober 2015. Jam 06.45 WIB.

¹⁹³Startupbisnis, Perilaku konsumen indonesia terhadap e commerce . <http://startupbisnis.com/data-statistik-mengenai-pertumbuhan-pangsa-pasar-e-commerce-di-indonesia-saat-ini/>. Diakses 5 Oktober 2015. Jam 06.43 WIB

Hasil penelitian yang telah penulis lakukan pada diperoleh data statistik pengguna *e commerce* di Indonesia sebagai berikut:¹⁹⁴

1. Pembeli mayoritas pada tokopedia.com adalah golongan usia 21-30 thn sebanyak 50% disusul golongan usia 31-40 thn dengan 31%
2. Kategori penjual juga memiliki mayoritas usia yang sama, golongan usia 21-30 thn mendominasi dengan 55% dan 31-40 thn sebanyak 33%
3. Persentase pembeli pria sebanyak 46%, wanita 53,7%, tetapi wanita mendominasi nilai transaksi dengan 60,5% sedangkan pria hanya 39,5%

Upaya perlindungan konsumen mulai dilakukan pemerintah seiring dengan globalisasi ekonomi yang membawa Indonesia masuk ke dalam keterbukaan pasar nasional maupun internasional. Sistem perdagangan saat ini tidak lagi mengenal pasar dengan istilah bertemunya pedagang dan pembeli. Tren pasar saat ini adalah pasar yang dapat menembus ruang batas dan waktu yakni pasar *online*.

C. Rentannya Perlindungan Hukum bagi Pengguna Website dalam E Commerce

Peran pemerintah Indonesia di satu sisi harus memberikan kesejahteraan bagi rakyat Indonesia melalui pertumbuhan dan perkembangan perekonomian dan namun disisi lain harus menjamin suasana kondusif bagi tumbuh kembang dunia usaha. Pemerintah juga harus tegas dalam memberikan jaminan perlindungan kepada konsumen.

Pemerintah dalam melakukan upaya perlindungan konsumen dengan terbitnya Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999. *Political will* Pemerintah tersebut juga terlihat dengan adanya *political action* dari setiap upaya yang dilakukan oleh Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). BPKN seperti kita ketahui dibentuk berdasarkan amanat Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999 tersebut.

¹⁹⁴ Anonim. Statistik Tokopedia Selama 5 Tahun Berkiprah di Ecommerce Indonesia. <http://startupbisnis.com/statistik-tokopedia-selama-5-tahun-berkiprah-di-ecommerce-indonesia/>. Diakses 5 Oktober 2015, Jam 06.39 WIB

Berdasarkan data BPKN, pada tahun 2010 tercatat 197 pengaduan yang didominasi masalah keluhan masyarakat terhadap layanan perbankan. Pada tahun 2011 jumlah pengaduan meningkat menjadi 240 aduan. Pada tahun 2012, tercatat ada 352 aduan dan pada tahun 2013 (sampai bulan Mei) terdapat 478 aduan.¹⁹⁵ Salah satu lembaga independen yang berfungsi untuk membantu pemerintah dalam menyelesaikan sengketa konsumen di Kabupaten dan Kota adalah Badan penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Hasil penelitian yang telah penulis lakukan pada BPSK Kota Surakarta diperoleh hasil pengaduan konsumen adalah sebagai berikut.¹⁹⁶

Tabel 10

Kasus Pengaduan Konsumen dan Mekanisme Penyelesaian

No	Mekanisme Penyelesaian	Jumlah
1	Diputus dengan cara konsiliasi	7 kasus
2	Diputus dengan cara mediasi	4 kasus
3	Diputus dengan cara arbitrase	8 kasus
4	Dicabut	5 kasus
5	Lain-lain	5 kasus

Sumber: BPSK Kota Surakarta 2014

Dari hasil penelitian yang telah penulis lakukan dengan salah seorang konsumen pengguna *e commerce* mengatakan bahwa,

“Saya sering belanja online mengingat saya harus berangkat pagi dan pulang malam, terlebih Jakarta sering macet. Untuk memenuhi kebutuhan saya sering melakukan pembelian secara online seperti waktu saya ingin membeli barang untuk kado atau kebutuhan pribadi seperti baju, tas, kemudian terakhir saya membeli kitchen set juga saya memperoleh informasi dari website. Hanya nominal yang saya beli tidak lebih dari 300.000 rupiah saya tidak akan membeli barang secara online yang mengharuskan transfer lebih dari 300.000. saya sering membeli lewat groupon atau lazada. Selama ini saya tidak pernah kecewa dengan pembelian secara online semua baik baik saja”¹⁹⁷

¹⁹⁵Badan Perlindungan Konsumen Nasional, 2014.

¹⁹⁶Mulyanto Utomo, 2013, *Mengenal Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (Fungsi, Peran, dan Pelaksanaan BPSK Kota Surakarta)*, BPSK Kota Surakarta, Surakarta, hlm. 77-82

¹⁹⁷Wawancara langsung dengan Dhany Hidayati selaku Karyawan BPK RI, Jakarta pada tanggal 6 Januari 2015. Jam 12.15 WIB

Berbeda dengan hasil penelitian yang telah penulis lakukan dengan seorang konsumen pengguna *e commerce* di Kota Surakarta yang mengatakan bahwa,

“Baru saja saya tertipu oleh penjual *bed cover* di internet. Awalnya saya tertarik dengan posting foto-foto *bed cover* yang selalu mereka update selain itu saya melihat disana ada forum tanya jawab yang juga *up to date*. Kemudian setelah beberapa kali saya konsultasi dengan admin melalui website saya diminta nomer telpon untuk konfirmasi lebih lanjut serta cara pembayaran yang nantinya akan dihubungi melalui telepon. Akhirnya mereka menunjuk salah satu bank dan saya mentransfer sebesar 4 juta rupiah. Dari informasi yang saya peroleh saya akan mendapatkan barang satu minggu maksimal dari waktu transfer namun ingga tiga minggu saya tunggu dan beberapa kali saya konfirmasi ternyata mereka menjawab dengan berbelit belit sampai pada akhirnya saya ingin meminta uang saya kembali namun mereka bilang tidak bisa dengan berbagai alasan. Setelah itu saya sadar bahwa saya sudah tertipu. Saya enggan melapor polisi karena dari pengalaman yang saya dapat saat saya mengurus kehilangan laptop hingga kini tidak ada tindak lanjut sama sekali”¹⁹⁸

Sepanjang tahun 2012 BPSK telah menangani penyelesaian sengketa sebanyak 30 kasus, dari 30 kasus yang ditangani, diantaranya 2 (dua) kasus Pelaku Usaha mengajukan keberatan atas Putusan BPSK. Kedua kasus yang diajukan keberatannya oleh Pelaku Usaha, putusan BPSK dikuatkan oleh Pengadilan Negeri dan posisi saat ini Pelaku Usaha mengajukan keberatan atas putusan Pengadilan Negeri ke Mahkamah Agung.¹⁹⁹

¹⁹⁸Wawancara langsung dengan Ratih Intansari selaku ibu rumah tangga di Surakarta pada tanggal 9 Maret 2015 Jam 15.45 WIB

¹⁹⁹*Ibid*, hlm. 95

Tabel 11

Kasus Pengaduan Konsumen dan Mekanisme Penyelesaian

No	Mekanisme Penyelesaian	Jumlah
1	Diputus dengan cara konsiliasi	4 kasus
2	Diputus dengan cara mediasi	4 kasus
3	Diputus dengan cara arbitrase	6 kasus
4	Dicabut	8 kasus
5	Dalam proses	2 kasus
6	Gantung	1 kasus
7	Sepakat untuk tidak sepakat	1 kasus

Sumber: BPSK Kota Surakarta 2014

Tahun 2013 BPSK telah menangani penyelesaian sengketa sebanyak 26 kasus. Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan, mengenai pengaduan konsumen tentang penggunaan *e commerce* diperoleh data bahwa,

“Hanya terdapat satu pengaduan konsumen atas pembelian sebuah produk kosmetik di sebuah website. Konsumen mengeluh bahwa wajahnya rusak setelah mengonsumsi kosmetik yang digunakan. Namun pada saat BPSK minta data dan fakta lebih lanjut mengenai nama website pelaku usaha, hasil lab dan bukti yang berhubungan dengan fakta yang menunjukkan pelaku usaha tersebut melakukan tindakan curang dalam menjalankan usahanya, konsumen tersebut tidak kembali lagi ke BPSK untuk menindaklanjuti pengaduannya”²⁰⁰

Dalam pelaksanaannya, *e-commerce* ini mengalami permasalahan khususnya yang berkaitan dengan perlindungan kepercayaan konsumen pengguna *e commerce*. Keramahan digital untuk peningkatan loyalitas pelanggan perlu untuk diperhatikan.

“Banyak dari situs *e-commerce* mengalami kendala dalam gangguan digital. Padahal, dunia *e-commerce* sekarang ini sedang gencar bersaing untuk memenangkan hati pelanggan dalam pasar digital yang semakin padat. Pelaku usaha *e-commerce* harus mengubah

²⁰⁰ Wawancara langsung dengan Ibu Tuti selaku Sekretaris BPSK Kota Surakarta Pada 14 Februari 2015, Jam 11.15 WIB

pengalaman belanja pada situsnya untuk membedakannya dari situs lain, bukan hanya dari harga tetapi juga membuatnya menjadi situs yang lebih kreatif dan inovatif dalam berbelanja online. Rakuten sebagai pasar elektronik terbesar ketiga di seluruh dunia, dengan pendapatan pada tahun 2012 senilai \$50 miliar, Rakuten menggunakan model bisnis B2B2C (*business-to-business-to-consumer*) dan mengedepankan fokus emosi serta fokus perasaan yang berhubungan dengan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat sekarang ini²⁰¹

Maraknya kasus – kasus penipuan *online* mengakibatkan ketidakpercayaan konsumen untuk melakukan transaksi *e commerce* melalui internet. Hasil penelitian yang telah penulis lakukan beberapa pengaduan telah masuk ke Mabes Polri sehubungan dengan transaksi *e commerce* dengan menggunakan internet adalah sebagai berikut:

Pengaduan permasalahan mengenai penipuan *e commerce* yang tercatat di Kementerian Kominfo sepanjang tahun 2011-2014 adalah sebagai berikut:

Tabel 12

Laporan Kasus yang ditangani Kementerian Kominfo Tahun 2011 – 2014

No	Kasus	Laporan Tertangani	Laporan Kasus
1	Pornografi	8	23
2	Perjudian	2	7
3	Pencemaran Nama Baik	5	29
4	Penipuan Konsumen	2	132
5	SARA	2	17
6	Ilegal Akses	8	270
7	Gangguan Terhadap Data	4	15
8	Manipulasi Data	1	11
9	Pengancaman / Pemerasan	3	4
	Total	35	508

Sumber: Kementerian Kominfo 2014

²⁰¹Koji Suzuki, *Head of Data Driven Marketing* Rakuten. Workshop yang diadakan oleh Asosiasi Ecommerce Indonesia (idEA) "Digital Disruption in Ecommerce: Putting the costumer at the center of your business!" pada Kamis, 6 November 2014 bertempat di Hotel Le Meridien, Jakarta.

Berdasarkan tabel tersebut diatas dapat diketahui permasalahan sehubungan dengan *e commerce* dari tahun 2011 – 2014 terdapat 132 kasus namun, Kementrian Kominfo hanya mampu menangani sebanyak 2 kasus. Hal ini menunjukkan bahwa minimnya jumlah kasus yang dapat ditangani oleh Kementrian Kominfo menunjukkan bahwa Konsumen saat ini masih dalam posisi lemah untuk melakukan transaksi *e commerce*. E-commerce dalam prakteknya sangat rawan penipuan. Ketidakesesuaian jenis dan kualitas barang yang dijanjikan, ketidaktepatan waktu pengiriman barang, serta keamanan transaksi adalah yang paling banyak dikeluhkan. Mereka sudah membayar tapi barang tak kunjung datang.

Tahun 2013, YLKI sedikitnya menerima 13 pengaduan dari konsumen *e-commerce*. Dari jumlah tersebut hanya seperempatnya saja yang dapat diselesaikan. Lebih dari separuhnya dapat dikategorikan penipuan, karena barang tidak diterima meski uang telah dikirimkan, sementara pelaku bisnisnya tidak dapat ditelusuri.²⁰²

Permasalahan yang saat ini muncul dalam *e commerce* juga diperoleh berdasarkan pengaduan yang di terima oleh BPKN yang berupa keamanan transaksi, beberapa jenis produk dan kualitas ternyata tidak sesuai dengan yang dijanjikan perusahaan serta pengiriman sering tidak tepat sampai ke alamat konsumen.²⁰³ Pengaduan terbesar di tahun 2014 adalah keamanan transaksi elektronik dan e money yang berupa penipuan keuangan, pungutan liar jasa keuangan dan pembayaran elektronik ilegal.²⁰⁴

Dari hasil wawancara yang telah penulis lakukan dengan Ferinandus Setu dikatakan bahwa

²⁰²Cecep Supriyadi, YLKI: E Commerce masih rawan penipuan, 2014. <http://www.marketing.co.id/ylki-e-commerce-masih-rawan-penipuan/> Diakses pada Tanggal 5 Oktober 2015 Jam 11.09 WIB

²⁰³Ainur Rahman. Pengaduan Masyarakat Meningkat, BPKN akan atur E Commerce. <http://jaringnews.com/ekonomi/sektor-riil/25150/pengaduan-masyarakat-meningkat-bpkn-akan-atur-e-commerce>. Diakses Tanggal 5 Oktober 2015 Jam 11.51 WIB

²⁰⁴Nikmatu Sholihah, Selama 2014, BPKN banyak terima Pengaduan Perbankan. <http://bisnis.news.viva.co.id/news/read/569585-selama-2014--bpkn-banyak-terima-pengaduan-perbankan> Diakses 5 Oktober 2015. Jam 12.06 WIB

“Untuk pengaduan masalah *e commerce* dapat dilakukan di unit direktorat penyidikan dan penindakan, dibawah informasi ada penyidikan dan penindakan, ada keluhan-keluhan dari luar ini sebenarnya Kominfo, berdasarkan UU ITE kita ini ada penyidik pegawai negeri sipil, jadi artinya setiap kita masukkan laporan atau apapun yg masuk ke Kominfo kita tidak harus ke Polisi lagi tapi kita bisa lewat sini untuk ditindak lanjuti proses penyidikan dari sudut penyidikan dan penindakan. Walaupun belum optimal tp sudah bisa jalan jadi untuk kasus UU ITE bisa lewat polisi bisa lewat PPNS kominfo”²⁰⁵

Dari hasil wawancara yang telah penulis lakukan di Subdit Penyidikan dan Penindakan Kementrian Kominfo dikatakan bahwa,

“Pengaduan kepada Kementrian Kominfo banyak dilakukan secara online namun, kita hanya akan menindak lanjuti pengaduan yang dilakukan melalui prosedur dalam arti pihak yang mengadukan tersebut harus menyertakan bukti-bukti akurat bahwa pelaku usaha telah melakukan wanprestasi atau melakukan penipuan. Untuk saat ini kita hanya melakukan blokir atas website yang merugikan konsumen dan untuk melakukan blokir tersebut perlu serangkaian prosedur agar pelaku usaha juga tidak merasa di rugikan”²⁰⁶

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan di bidang *e commerce* Kementrian Perdagangan diperoleh hasil bahwa²⁰⁷

“kita tidak punya data pasti *e commerce*, pertumbuhannya pun kita tidak punya karena selama ini tidak ada sector yang khusus *e-commerce*. Misalnya perdagangan, datanya ya perdagangan tetapi tidak bergerak di bidang online. Kedepannya sebenarnya ingin pendaftaran semacam ini terdata di website, yang nanti ada garansi dari pemerintah mana yg masuk di daftar *black list*. Saat ini kita punya BPKN, tetapi setelah ditelusuri lembaga ini belum siap, jadi mungkin untuk membantu konsumen dapat dilakukan melalui CA kita serahkan ke KOMINFO punya aturan CA. Dalam hukum pasar berlaku seleksi alam. Meskipun mereka tidak tahu, tanpa disadari regulasi tercipta. Konsumen juga percaya. Ketika terjadi perselisihan, pemerintah memberikan perlindungan, tetapi

²⁰⁵Wawancara dengan Ferdinandus Setu selaku Kepala Subbag Penyusunan Rancangan Peraturan Direktorat Jendral Aplikasi Informatika Kementrian Kominfo Jakarta Pada 10 Februari 2014

²⁰⁶Wawancara dengan Heru Supriyatno selaku Subdit Penyidikan dan Penindakan Kementrian Kominfo

²⁰⁷Wawancara langsung dengan Ibu Ria selaku Subdit e Bisnis di Kementrian Perdagangan RI Jakarta

perlindungan seperti apa yang diinginkan konsumen. Hingga saat ini pemerintah belum menjangkau ke arah itu masih dilakukan secara bertahap membenahi beberapa regulasi”

Pengaruh hukum terhadap percepatan pembangunan ekonomi di Indonesia memegang peranan yang sangat strategis, melalui perangkat hukum segala aktivitas ekonomi dalam berbagai perwujudannya, memiliki dasar legalitas. Melalui perangkat hukum perlindungan dalam beraktivitas menggunakan internet khususnya *e commerce* akan semakin terjamin. Keamanan dan kejelasan dalam transaksi tidak dapat diabaikan karena salah satu instrumen yang dapat dipakai untuk menjamin adanya keamanan dan kepastian dalam bertransaksi adalah instrumen hukum (perundang-undangan).

Beberapa permasalahan dalam *e commerce* yang berkaitan dengan pemanfaatan teknologi informasi antara lain, pertama adalah rendahnya penetrasi kartu debit dan kredit. Berdasarkan data dari *Euromonitor International* di tahun 2013, ada 92 juta atau lebih dari 40% akun bank yang terhubung ke kartu kredit dan debit dari total penduduk Indonesia yang mencapai 240 juta. Jika dibandingkan dengan penetrasi *mobile phone*, angka ini masih rendah karena sekitar 85% orang Indonesia memiliki *mobile phone* yang mana setiap bulannya mereka menghabiskan 661 halaman untuk *browsing*. Penyebab kedua mengapa orang Indonesia belum pernah belanja *online* adalah ketidakpercayaan. Data riset dari Nielsen menyatakan bahwa 60% orang Indonesia masih takut untuk memberikan informasi kartu kredit mereka di internet untuk belanja *online*, lebih besar dari negara-negara di Asia Tenggara kecuali Filipina. Walaupun jumlahnya masih rendah dibanding negara dengan total penduduk besar lainnya, jumlah pengguna kartu kredit di Indonesia sudah mulai bertumbuh, pada tahun ini diharapkan pengguna kartu kredit di Indonesia akan mencapai angka 16.5 juta. Berbeda dengan kartu

kredit, jumlah kartu debit di Indonesia jauh lebih unggul yaitu hampir mencapai 80 juta pada tahun 2013 kemarin.²⁰⁸

Rendahnya penetrasi kartu debit dan kredit serta kepercayaan adalah permasalahan yang harus dipecahkan perusahaan *e-commerce* dari sisi infrastruktur dan juga sistem pembayarannya. Perusahaan *e-commerce* harus bisa meyakinkan calon *customer* mereka agar mereka mau berbelanja secara *online* khususnya untuk target pasar anak muda yang pada umumnya sangat mengetahui perkembangan teknologi. Jika suatu perusahaan *e-commerce* bisa memberikan rasa kenyamanan dalam berbelanja online dan menyediakan sistem pembayaran yang bisa diterima banyak orang, diharapkan akan semakin banyak orang Indonesia yang tidak akan ragu lagi untuk berbelanja, baik menggunakan kartu kredit ataupun debit mereka.

Rakyat Indonesia khususnya di kota besar sudah tidak asing lagi dengan *e commerce* mereka menggunakan transaksi *online* untuk melakukan transaksi barang dan jasa baik untuk *Business to Business* maupun *Business to Customers*. Pada prakteknya belum ada data yang pasti mengenai peran *e commerce* dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Tidak ada data yang pasti atas perkembangan transaksi *e-commerce* yang menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan, meskipun banyak keuntungan yang ditawarkan *e-commerce* namun konsumen masih banyak yang melakukan transaksi dengan cara konvensional. Maraknya kasus penipuan dalam *e commerce* serta kurangnya perlindungan konsumen pengguna *e commerce* mengakibatkan konsumen tidak percaya melakukan transaksi *e commerce*.

²⁰⁸Jake Maxwell watts, Just Looking: Indonesia Still Not Down With Online Shopping. <http://blogs.wsj.com/indonesiarealtime/2014/08/30/just-looking-indonesia-still-not-down-with-online-shopping/> Diakses 5 Oktober 2015. Jam 06.55 WIB.

D. Perlindungan Kepercayaan Konsumen *E Commerce* di Indonesia berdasarkan Teori Negara Hukum

Konsumen sering kali sekadar menjadi obyek aktivitas bisnis pelaku usaha, kedudukan konsumen masih lemah. Banyak kasus bisa ditemui di lapangan, dicurangi bahkan terancam kesehatan serta jiwanya akibat pelaku usaha tanpa bisa berbuat banyak. Kalaupun kemudian bersengketa, maka harus ke pengadilan yang tentu saja akan memakan waktu dan biaya.

Perlindungan konsumen menjadi penting mengingat perkembangan perekonomian di Indonesia yang kian pesat mengakibatkan munculnya variasi produk barang dan jasa yang luar biasa. Hal ini berefek pada kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan maka dilakukan analisis menggunakan teori negara hukum *the rule of law* dari Brian Tamanaha. Tamanaha menawarkan pemisahan konsep *the rule of law* ke dalam dua kategori dasar:

1. Kategori formal

a. *Rule by law*

Rule by law disini di jelaskan bahwa hukum hanya difungsikan sebagai instrumen dalam penyelenggaraan pemerintahan. Hukum hanya dimaknai dan difungsikan sebagai instrumen kekuasaan belaka. Upaya pemerintah untuk membangun keterpercayaan *e commerce* melalui perlindungan terhadap konsumen dibuktikan dengan adanya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang- Undang Nomor. 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat,

Adapun kelemahan dari hukum atau undang-undang tersebut diatas adalah sebagai berikut:

1). Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Hak konsumen yang ada dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah :

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan jasa.
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan
- b. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/jasa.
- c. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- d. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- e. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
- f. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- g. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya

Melihat hak konsumen yang ada dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tersebut, ternyata tidak dapat diterapkan pada konsumen *e commerce*, hal ini dikarenakan tidak jelasnya identitas pelaku usaha, jaminan kebenaran atas informasi yang diberikan, jaminan atas data personal konsumen serta ketidakjelasan mekanisme penyelesaian sengketa yang diberikan oleh pelaku usaha.

Dalam praktek konsumen tidak lagi melakukan transaksi secara manual, tetapi juga melakukan transaksi secara *online*. Dalam teorinya, pelaku usaha dan konsumen yang melakukan transaksi secara elektronik tidak termasuk subjek hukum yang diatur Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2009 tentang Perlindungan Konsumen, sehingga hak-hak konsumen kategori ini sering dilanggar oleh pelaku usaha yang menjual produknya secara *online*. Hal ini mengakibatkan *e commerce* sangat rawan penipuan dan menimbulkan ketidakpercayaan konsumen untuk melakukan *e commerce* menggunakan *website*.

2). Undang-Undang Nomor. 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Dalam undang-undang antimonopoli tidak disebutkan secara jelas mengenai perlindungan konsumen. Perlindungan konsumen yang dimaksud dalam Undang-Undang Nomor. 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat terdapat dalam Pasal 5 tentang kartel harga, Pasal 19 huruf b tentang penguasaan pasar yang digunakan untuk menghalangi pesaing dalam bertransaksi, dan Pasal 25 ayat (1) huruf a tentang posisi dominan yang digunakan untuk menghalangi konsumen untuk memperoleh barang dan/atau jasa yang lebih bersaing. Sanksi yang terdapat dalam Pasal 47, Pasal 48, Pasal 49 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, juga merupakan bentuk perlindungan hukum bagi konsumen, namun perlindungan bagi konsumen dalam Undang-Undang ini sama dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen yang belum mampu memberikan perlindungan sepenuhnya bagi konsumen *e commerce*.

3). Undang Undang Nomor 30 Tahun 1999 Tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa

Sebagai upaya untuk menyelesaikan sengketa bisnis, Pasal 4 ayat (1) disebutkan dalam hal para pihak telah menyetujui bahwa sengketa di antara mereka akan diselesaikan melalui arbitrase dan para pihak telah memberikan wewenang, maka arbiter berwenang menentukan dalam putusannya mengenai hak dan kewajiban para pihak jika hal ini tidak diatur dalam perjanjian mereka. Lebih lanjut dikatakan bahwa Pengadilan Negeri tidak berwenang untuk mengadili sengketa para pihak yang telah terikat dalam perjanjian arbitrase (Pasal 3).

Penyelesaian sengketa melalui arbitrase hanya di pergunakan untuk sengketa di bidang perdagangan dan mengenai hak yang menurut hukum dan peraturan perundang-undangan dikuasai

sepenuhnya oleh pihak yang bersengketa dan yang menurut peraturan perundang-undangan tidak dapat diadakan perdamaian ketentuan ini dijelaskan dalam Pasal 5 ayat (1) dan (2).

Dalam ADR terdapat bentuk-bentuk penyelesaian sengketa yakni melalui :

- a) Negosiasi adalah proses berunding secara damai untuk mencapai kesepakatan antara kedua belah pihak, tanpa adanya pihak ketiga sebagai penengah.
- b) Mediasi adalah proses penyelesaian kedua belah pihak yang bersengketa, yang di dalamnya terdapat mediator sebagai penasihat.
- c) Konsiliasi adalah usaha mempertemukan keinginan para pihak yang berselisih untuk mencapai suatu penyelesaian dengan melibatkan pihak ketiga.
- d) Arbitrase adalah cara penyelesaian sengketa perdata di luar pengadilan umum yang didasarkan perjanjian arbitrase secara tertulis oleh pihak yang bersengketa

Bentuk penyelesaian untuk sengketa *e-commerce* itu sendiri bisa dilakukan dengan menggunakan mekanisme Penyelesaian Sengketa Alternatif berupa arbitrase, negosiasi, mediasi dan konsiliasi. Pada pelaksanaannya penyelesaian sengketa *e-commerce* di Indonesia belum sepenuhnya bersifat online, namun Undang-Undang Arbitrase memberikan kemungkinan penyelesaian sengketa dapat secara online dengan menggunakan e-mail, maka para pihak yang bersengketa bisa menyelesaikan sengketanya secara online tanpa harus bertemu satu sama lain.

- 4) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Pasal 2 Undang-Undang Nomor. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik secara eksplisit menyebutkan bahwa undang-undang ini berlaku untuk setiap perbuatan subjek

hukum yang menimbulkan implikasi hukum di Indonesia. Undang-undang ini memberikan kewenangan kepada para pihak yaitu pelaku usaha maupun konsumen untuk memilih hukum mana yang akan diterapkan dalam transaksi elektronik internasional yang diselenggarakannya. Tetapi jika para pihak tersebut tidak melakukan pilihan hukum, maka secara otomatis hukum yang berlaku didasarkan pada asas Hukum Perdata Internasional sebagaimana dijelaskan dalam Pasal 18 ayat (3) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang berbunyi,

Jika para pihak tidak melakukan pilihan hukum dalam Transaksi Elektronik internasional, hukum yang berlaku didasarkan pada asas Hukum Perdata Internasional

Pasal 9 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik telah menegaskan bahwa, “Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan.”

Pada kenyataannya, masih saja banyak terdapat oknum yang merugikan konsumen dengan menyalahgunakan kemampuannya dalam penguasaan teknologi seperti internet. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik telah merancang ketentuan yang bersifat preventif dan kelembagaan (institusional) terutama untuk menghadapi persoalan situs-situs palsu yang berkedok penjualan barang dan/atau jasa fiktif yang dapat merugikan dan menyesatkan konsumen. Salah satu upaya yang dilakukan yaitu dengan membentuk sebuah lembaga yang bertugas menerbitkan sertifikasi kepada pelaku usaha sebagai bukti bahwa mereka yang melakukan perdagangan secara elektronik memang layak berusaha.

Pasal 10 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang berbunyi, “Setiap pelaku

usaha yang menyelenggarakan transaksi elektronik dapat disertifikasi oleh lembaga Sertifikasi Keandalan (*Certification Authority*).”Namun, untuk dapat memperoleh sertifikat keandalan tersebut tidaklah mudah, pengguna (*user*) harus melewati tahap penilaian dan audit dari badan yang berwenang menerbitkan sertifikasi keandalan. Setelah itu, pengguna (*user*) akan mendapatkan sebuah logo sertifikasi berupa trust mark pada halaman (*home page*) pelaku usaha sebagai bukti bahwa telah dilakukan sertifikasi keandalan, namun hingga saat ini isi Pasal 10 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik juga belum terealisasi.

5) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan

Tujuan Undang-Undang Perdagangan dalam melindungi konsumen tertuang dalam Pasal 3 Huruf j yang berbunyi, Pengaturan kegiatan Perdagangan bertujuan meningkatkan perlindungan konsumen.

Selanjutnya dijelaskan Kebijakan dan pengendalian Perdagangan Dalam Negeri bertujuan untuk peningkatan efisiensi dan efektivitas Distribusi; peningkatan iklim usaha dan kepastian berusaha pengintegrasian dan perluasan Pasar dalam negeri, peningkatan akses Pasar bagi Produk Dalam Negeri dan Perlindungan konsumen.

Larangan bagi pelaku usaha diperjelas dalam Pasal 65 ayat (1) – ayat (3) yang menyebutkan bahwa Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan barang dan atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan atau informasi secara lengkap dan benar. Setiap pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang dan atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data dan atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1). Penggunaan sistem elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib memenuhi ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Data dan atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat

(1) paling sedikit memuat Identitas dan legalitas pelaku usaha sebagai produsen atau pelaku usaha distribusi, Persyaratan teknis barang yang ditawarkan, Persyaratan teknis dan kualifikasi jasa yang ditawarkan. Harga dan cara pembayaran barang dan atau jasa serta Cara penyerahan barang. Undang-Undang ini baru diimplementasikan pada tahun 2014 sehingga masih belum dapat dianalisis untuk efektivitas pelaksanaannya.

6) Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

Sertifikasi Keandalan bagi Penyelenggara Sistem Elektronik Nonpelayanan Publik atau Penyelenggara Sistem elektronik privat bersifat pilihan dan bukan kewajiban Seperti yang disebutkan dalam Pasal 42 Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

- (1) Penyelenggaraan Transaksi Elektronik dalam lingkup privat dapat menggunakan Sertifikat keandalan dan/atau Sertifikat Elektronik
- (2) Dalam hal menggunakan Sertifikat keandalan, penyelenggaraan Transaksi Elektronik dalam lingkup privat dapat disertifikasi oleh Lembaga Sertifikasi Keandalan Indonesia yang sudah terdaftar.
- (3) Dalam hal menggunakan Sertifikat Elektronik, penyelenggaraan Transaksi Elektronik dalam lingkup privat dapat menggunakan jasa penyelenggara sertifikasi elektronik Indonesia yang sudah terdaftar

Sertifikasi Keandalan adalah dokumen yang menyatakan Pelaku Usaha yang menyelenggarakan Transaksi Elektronik telah lulus audit atau uji kesesuaian dari Lembaga Sertifikasi Keandalan seperti yang disebutkan dalam Pasal 1 Ketentuan Umum Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

Pasal 1

(25) Sertifikat Keandalan adalah dokumen yang menyatakan Pelaku Usaha yang menyelenggarakan Transaksi Elektronik telah lulus audit atau uji kesesuaian dari Lembaga Sertifikasi Keandalan

Meskipun tidak bersifat wajib bagi Penyelenggara Sistem elektronik privat, Sertifikat keandalan biasanya digunakan oleh Pelaku Usaha/ Penyelenggara Sistem elektronik dalam rangka memberikan rasa percaya kepada konsumen atau masyarakat atas produk/jasa yang diselenggarakannya. Peraturan mengenai Lembaga Sertifikasi Keandalan belum ada aturan yang spesifik mengaturnya sehingga sampai saat ini LSK tersebut hanya merupakan wacana yang terdapat dalam PP 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggara Sistem dan Transaksi Elektronik.

b. *Formal Legality*

Bentuk formal legality, dimana konsep hukum diartikan sebagai norma yang umum, jelas, prospektif dan pasti. Seperti yang dikatakan oleh Az. Nasution Hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang lebih luas. Secara definisi dikatakan:²⁰⁹

Hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas/ kaidah-kaidah bersifat mengatur dan juga memandang sifat melindungi kepentingan konsumen Adapun hukum konsumen diartikan sebagai keseluruhan asas-asas/ kaidah-kaidah yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan jasa konsumen, di dalam pergaulan hidup²¹⁰

Bentuk formal hukum konsumen tertuang dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Teknologi Elektronik, Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Undang-Undang Nomor 7

²⁰⁹ Az. Nasution, *Hukum dan Konsumen, Tinjauan Sosial, Ekonomi dan Hukum Pada Perlindungan Konsumen Indonesia*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, hlm. 71

²¹⁰ *Ibid.* hlm. 72

Tahun 2014 tentang Perdagangan memiliki tujuan yang jelas serta berlaku untuk umum dan mengikat semua orang tanpa kecuali.

Pelaku usaha diwajibkan untuk menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Pelaku Usaha wajib memberikan kejelasan informasi tentang penawaran kontrak atau iklan. Pelaku Usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi. Pelaku Usaha wajib menyampaikan informasi mengenai barang yang telah dikirim. Pelaku Usaha tidak dapat membebani konsumen mengenai kewajiban membayar barang yang dikirim tanpa dasar kontrak.

Dengan demikian, sebaiknya dikatakan bahwa hukum konsumen berskala luas karena meliputi berbagai aspek hukum yang terdapat kepentingan pihak konsumen di dalamnya. Kata aspek hukum ini sangat bergantung pada kemauan kita mengartikan hukum termasuk juga hukum diartikan sebagai asas dan norma yang secara jelas terangkum dalam Undang-Undang yang berlaku bagi semua pihak serta terdapat sanksi yang mengikat.

c. *Democracy and legality*

Democracy and legality memiliki konsep bahwa kesepakatan yang menentukan isi atau substansi hukum. Hal ini seperti yang terdapat dalam Pasal 1338 ayat (1) KUHPdata yang menyebutkan bahwa, semua persetujuan yang dibuat secara sah sesuai dengan undang-undang berlaku bagi mereka yang membuatnya.

Semua, menunjukkan adanya kebebasan bagi setiap orang untuk membuat perjanjian dengan siapa saja dan tentang apa saja asalkan tidak dilarang oleh hukum. Artinya bahwa semua ketentuan dalam perjanjian yang telah disepakati oleh para pihak mengikat dan wajib dilaksanakan oleh para pihak yang membuatnya. Apabila salah satu pihak tidak

commit to user

melaksanakan maka pihak yang dirugikan dapat menuntut ganti rugi kepada pihak yang tidak melaksanakan tadi.

Persetujuan itu tidak dapat ditarik kembali selain dengan kesepakatan kedua belah pihak atau karena alasan-alasan yang ditentukan oleh Undang-Undang. Pasal 1457 dan 1458 KUHPerdara yang menyatakan jual beli adalah persetujuan suatu pihak mengikatkan diri untuk wajib menyerahkan barang dan pihak lain membayar harga yang dimufakati kedua pihak. Selanjutnya dalam Pasal 1475 KUHPerdara menyatakan penyerahan barang oleh penjual ke arah kekuasaan dan pemegang pihak pembeli. dengan begitu disimpulkan pembatasan syarat perdagangan juga menganut asas timbal balik.

Perjanjian jual beli yang dilakukan para pihak secara elektronik pula baik melalui e-mail atau cara lainnya menimbulkan berbagai akibat hukum dengan segala konsekuensinya, antara lain apabila muncul suatu perbuatan yang melawan hukum dari salah satu pihak dalam sebuah transaksi jual beli secara elektronik ini, akan menyulitkan pihak yang dirugikan untuk menuntut segala kerugian yang timbul dan disebabkan perbuatan melawan hukum itu, karena memang dari awal hubungan hukum antara kedua pihak termaksud tidak secara langsung berhadapan, mungkin saja pihak yang telah melakukan perbuatan melawan hukum tadi berada di sebuah negara yang sangat jauh sehingga untuk melakukan tuntutan terhadapnya pun sangat sulit dilakukan tidak seperti tuntutan yang dapat dilakukan dalam hubungan hukum konvensional/biasa.

Kenyataan birokrasi yang seperti ini mengakibatkan kurangnya perlindungan dan kepastian hukum bagi para pengguna internet. Demokrasi yang dinamis diimbangi oleh hukum yang menjamin kepastian hukum. Demokrasi dalam hal penggunaan *e commerce* juga mengandung keterbatasan-keterbatasan yang serupa dengan formal legality, dapat memunculkan praktik-praktik buruk kekuasaan otoritarian yang memanfaatkan keterbatasan birokrasi penyelesaian sengketa *e commerce*.
commit to user

2. kategori substantive

a. *Individual Right*

Konsep negara hukum berkembang dari *individual right* dimana privacy dan otonomi individu serta kontrak sebagai landasan paling pokok. Konsep ini seperti yang tertuang dalam Pasal 1338 KUHPerdara dan Pasal 1320 KHUPerdara. Menurut Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara bahwa, perjanjian yang mengikat hanyalah perjanjian yang sah. Supaya sah pembuatan perjanjian harus mempedomani Pasal 1320 KUHPerdara. Oleh karena itu kedua Pasal dalam KUHPerdara tersebut mempunyai hubungan yang erat dalam perjanjian atau perikatan. Dari Pasal 1320 KUHPerdara dan Pasal 1338 KUHPerdara tersebut terdapat beberapa hubungan atau asas-asas yang berlaku dalam perjanjian jual beli diantaranya adalah, asas kebebasan berkontrak, asas itikad baik, asas pacta sunt servanda, asas konsesnsualitas dan asas berlakunya suatu perjanjian.

Dalam beberapa regulasi yang mengatur tentang perlindungan konsumen, adanya jaminan dan perlindungan terhadap hak milik, kontrak pribadi, dan otonomi seseorang diwujudkan dalam sanksi yang terdapat dalam Undang-Undang :

- 1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Pasal 61 menyebutkan penuntutan pidana dilakukan terhadap pelaku usaha dan atau pengurusnya. Pasal 62 (1) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15. Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2) dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah). (2) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat (1), Pasal 14,

Pasal 16, dan Pasal 17 ayat (1) huruf d dan huruf f dipidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah). (3) Terhadap pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap atau kematian diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku.

Pasal 63, terhadap sanksi pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 62, dapat dijatuhkan hukuman tambahan, berupa:

- a. perampasan barang tertentu;
 - b. pengumuman keputusan hakim;
 - c. pembayaran ganti rugi;
 - d. perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen;
 - e. kewajiban penarikan barang dari peredaran; atau
 - f. pencabutan izin usaha.
- 2) Undang- Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Sanksi dalam Undang-Undang ini terdapat dalam Pasal 47 (1) Komisi berwenang menjatuhkan sanksi berupa tindakan administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undang-undang ini. (2) Tindakan administratif sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dapat berupa: a. penetapan pembatalan perjanjian sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 sampai dengan Pasal 13, Pasal 15, dan Pasal 16; dan atau b. perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan integrasi vertikal sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14; dan atau c. perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan kegiatan yang terbukti menimbulkan praktek monopoli dan atau menyebabkan persaingan usaha tidak sehat dan atau merugikan masyarakat; dan atau d. perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan penyalahgunaan posisi dominan; dan atau e. penetapan pembatalan atas penggabungan atau peleburan badan

usaha dan pengambilalihan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28; dan atau f. penetapan pembayaran ganti rugi; dan atau g. pengenaan denda serendah-rendahnya Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp 25.000.000.000,00 (dua puluh lima miliar rupiah).

Bagian Kedua Pidana Pokok terdapat dalam Pasal 48 (1) Pelanggaran terhadap ketentuan Pasal 4, Pasal 9 sampai dengan Pasal 14, Pasal 16 sampai dengan Pasal 19, Pasal 25, Pasal 27, dan Pasal 28 diancam pidana denda serendahrendahnya Rp 25.000.000.000,00 (dua puluh lima miliar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp 100.000.000.000,00 (seratus miliar rupiah), atau pidana kurungan pengganti denda selamalamanya 6 (enam) bulan. (2) Pelanggaran terhadap ketentuan Pasal 5 sampai dengan Pasal 8, Pasal 15, Pasal 20 sampai dengan Pasal 24, dan Pasal 26 Undang-undang ini diancam pidana denda serendahrendahnya Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp 25.000.000.000,00 (dua puluh lima miliar rupiah), atau pidana kurungan pengganti denda selama-lamanya 5 (lima) bulan. (3) Pelanggaran terhadap ketentuan Pasal 41 Undang-undang ini diancam pidana denda serendah-rendahnya Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah), atau pidana kurungan pengganti denda selamalamanya 3 (tiga) bulan.

Bagian Ketiga Pidana Tambahan terdapat dalam Pasal 49, dengan menunjuk ketentuan Pasal 10 Kitab Undang-undang Hukum Pidana, terhadap pidana sebagaimana diatur dalam Pasal 48 dapat dijatuhkan pidana tambahan berupa:

- a. pencabutan izin usaha; atau
- b. larangan kepada pelaku usaha yang telah terbukti melakukan pelanggaran terhadap undang-undang ini untuk menduduki jabatan direksi atau komisaris sekurang-kurangnya 2 (dua) tahun

dan selama-lamanya 5 (lima) tahun; atau c. penghentian kegiatan atau tindakan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian pada pihak lain.

3). Undang-Undang Nomor. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Ketentuan Pidana dalam undang-undang ini terdapat dalam Pasal 45 ayat (1) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 27 ayat (1), ayat (2), ayat (3), atau ayat (4) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah). (2) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) atau ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah). (3) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 29 dipidana dengan pidana penjara paling lama 12 (dua belas) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

Pasal 46 ayat (1) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp600.000.000,00 (enam ratus juta rupiah). (2) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp700.000.000,00 (tujuh ratus juta rupiah). (3) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 ayat (3) dipidana dengan pidana penjara paling lama 8 (delapan) tahun dan/atau denda paling banyak Rp800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah).

Pasal 47 menyebutkan bahwa, setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 31 ayat (1) atau ayat (2)

dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah). Pasal 48 ayat (1) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 32 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 8 (delapan) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah), ayat (2) Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 32 ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 9 (sembilan) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 3.000.000.000,00 (tiga miliar rupiah). (3) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 32 ayat (3) dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

Pasal 49 disebutkan bahwa setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah). Pasal 50 menyebutkan, setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 34 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah).

Pasal 51 ayat (1) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 35 dipidana dengan pidana penjara paling lama 12 (dua belas) tahun dan/atau denda paling banyak Rp12.000.000.000,00 (dua belas miliar rupiah). (2) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 36 dipidana dengan pidana penjara paling lama 12 (dua belas) tahun dan/atau denda paling banyak Rp12.000.000.000,00 (dua belas miliar rupiah).

Pasal 52 ayat (1) dalam hal tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 27 ayat (1) menyangkut kesusilaan atau

eksploitasi seksual terhadap anak dikenakan pemberatan sepertiga dari pidana pokok. (2) Dalam hal perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 sampai dengan Pasal 37 ditujukan terhadap Komputer dan/atau Sistem Elektronik serta Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik milik Pemerintah dan/atau yang digunakan untuk layanan publik dipidana dengan pidana pokok ditambah sepertiga. (3) Dalam hal perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 sampai dengan Pasal 37 ditujukan terhadap Komputer dan/atau Sistem Elektronik serta Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik milik Pemerintah dan/atau badan strategis termasuk dan tidak terbatas pada lembaga pertahanan, bank sentral, perbankan, keuangan, lembaga internasional, otoritas penerbangan diancam dengan pidana maksimal ancaman pidana pokok masing-masing Pasal ditambah dua pertiga. (4) Dalam hal tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 27 sampai dengan Pasal 37 dilakukan oleh korporasi dipidana dengan pidana pokok ditambah dua pertiga.

4). Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan

Pasal 104 dikatakan bahwa setiap pelaku usaha yang tidak menggunakan atau tidak melengkapi label berbahasa Indonesia pada Barang yang diperdagangkan di dalam negeri sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

Pasal 105 Pelaku Usaha Distribusi yang menerapkan sistem skema piramida dalam mendistribusikan Barang sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah).

Pasal 106 Pelaku Usaha yang melakukan kegiatan usaha Perdagangan tidak memiliki perizinan di bidang Perdagangan yang

diberikan oleh Menteri sebagaimana dimaksud dalam Pasal 24 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun atau pidana denda paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah). Pasal 107 Pelaku Usaha yang menyimpan Barang kebutuhan pokok dan/atau Barang penting dalam jumlah dan waktu tertentu pada saat terjadi kelangkaan Barang, gejolak harga, dan/atau hambatan lalu lintas Perdagangan Barang sebagaimana dimaksud dalam Pasal 29 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

Pasal 108 Pelaku Usaha yang melakukan manipulasi data dan/atau informasi mengenai persediaan Barang kebutuhan pokok dan/atau Barang penting sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah). Pasal 109, produsen atau importir yang memperdagangkan barang terkait dengan keamanan, keselamatan, kesehatan, dan lingkungan hidup yang tidak didaftarkan kepada Menteri sebagaimana dimaksud dalam Pasal 32 ayat (1) huruf a dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

Pasal 110 Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa yang ditetapkan sebagai Barang dan/atau Jasa yang dilarang untuk diperdagangkan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 36 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah). Pasal 111 Setiap Importir yang mengimpor Barang dalam keadaan tidak baru sebagaimana dimaksud dalam Pasal 47 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

Pasal 112 (1) Eksportir yang mengekspor Barang yang ditetapkan sebagai Barang yang dilarang untuk diekspor sebagaimana dimaksud dalam Pasal 51 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah). (2) Importir yang mengimpor Barang yang ditetapkan sebagai Barang yang dilarang untuk diimpor sebagaimana dimaksud dalam Pasal 51 ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

Pasal 113 Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang di dalam negeri yang tidak memenuhi SNI yang telah diberlakukan secara wajib atau persyaratan teknis yang telah diberlakukan secara wajib sebagaimana dimaksud dalam Pasal 57 ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

Pasal 114 Penyedia Jasa yang memperdagangkan Jasa di dalam negeri yang tidak memenuhi SNI, persyaratan teknis, atau kualifikasi yang telah diberlakukan secara wajib sebagaimana dimaksud dalam Pasal 60 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah). Pasal 115 Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 65 ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 12 (dua belas) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 12.000.000.000,00 (dua belas miliar rupiah).

Pasal 116 Setiap Pelaku Usaha yang menyelenggarakan pameran dagang dengan mengikutsertakan peserta dan/atau produk yang dipromosikan berasal dari luar negeri yang tidak mendapatkan izin dari Menteri sebagaimana dimaksud dalam Pasal 77 ayat (2)

dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

b. *Right of Dignity*

Right of Dignity merupakan jaminan terhadap martabat seseorang, termasuk jaminan atas hak atas keadilan. Berdasarkan analisis penulis pada transaksi *e-commerce* hak – hak konsumen sangat riskan sekali untuk dilanggar, dalam hal ini konsumen tidak mendapatkan hak – haknya secara penuh dalam transaksi *e-commerce*. Hak – hak tersebut antara lain :

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Hal ini dikarenakan para konsumen tidak langsung mengidentifikasi, melihat dan menyentuh barang yang akan dipesan lewat internet, sebagaimana yang biasa terjadi dalam transaksi tatap muka di pasar. Selain itu hak untuk mendapatkan keamanan dalam bertransaksi *e-commerce* sangatlah kurang, tidak ada jaminan keamanan data, nomor kartu kredit password yang memadai yang diberikan oleh *merchant* yang berada di Indonesia, seperti teknik kriptografi, SSL dan SET. Berbeda dengan *mercahnt* yang berada di luar negeri seperti Amazon.com yang menjamin kemanan konsumen dalam bertransaksi dengan metode SSL (*Secure Socet Layer*). Atau belum adanya lembaga penjamin (*Certification Authority*) untuk keabsahan suatu toko *online*, sehingga kenyamanan, keamanan konsumen dalam bertransaksi belum terjamin.
- 2) Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi suatu barang. Hal ini dikarenakan pelaku usaha dan konsumen tidak bertemu secara langsung dan komunikasi terjadi jika konsumen tersebut aktif bertanya kepada pelaku usaha. Dalam hal ini informasi mengenai produk sangatlah kurang sekali karena dalam melakukan penawarannya *merchant* hanya menampilkan deskripsi produk dan

gambar produk pada *websitenya* saja. Ada barang yang diperjual belikan di internet membutuhkan lebih dari sekedar deskripsi produk.

- 3) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan jasa yang digunakan. Karena penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung maka komunikasi terjadi melalui *e-mail* ataupun *telephon* dan atau toko *online* yang tidak mencantumkan alamat di dunia nyata dengan jelas sehingga sangat sulit konsumen dalam menyampaikan keluhan. Walaupun ada toko *online* yang menyediakan cara berkomunikasi dengannya untuk menanyakan hal – hal yang dianggap kurang jelas ataupun komplain terhadap produk yang dibelinya. Selain itu juga sangat sulit untuk menuntut pelaku usaha di dunia maya.
- 4) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut. Seperti yang terjadi pada responden yang tidak dikirim barang pesannya oleh *merchant* yang berada di luar negeri sangat sulit untuk menuntut *merchant* tersebut. Hal tersebut dikarenakan letaknya jauh di luar negeri dan tidak jelasnya mekanisme penyelesaian dalam transaksi *ecommerce*, karena transaksi ini melewati batas – batas suatu negara jadi untuk menentukan hukum mana yang dipilih tidak mudah.

Menurut analisis penulis, hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang jelas mengenai identitas perusahaan milik pelaku usaha dalam transaksi sangat diperlukan, seperti alamat jelas di dunia nyata dan nama pemilik toko *online*. Hak tersebut kurang dapat direalisasikan dalam transaksi *e-commerce*, karena pada *website* pelaku usaha sering kali tidak dicantumkan alamat lengkap perusahaan di dunia nyata, biasanya yang ditampilkan pada *website* hanya nomor telephone dan alamat *e-mail*. Hal ini menurut penulis, sangat merugikan bagi konsumen jika dalam bertransaksi terjadi suatu permasalahan, seperti barang yang

dikirim tidak sesuai dengan barang yang dipesan, barang yang dipesan belum sampai di tangan konsumen tepat pada waktunya. Sehingga konsumen akan kesulitan jika akan komplain pada pelaku usaha. Selain itu konsumen tidak mengetahui dengan jelas dengan siapa dia bertransaksi.

Hak lain yang sangat penting tetapi kurang dapat direalisasikan dalam transaksi *e-commerce* adalah hak akan jaminan kerahasiaan data – data pribadi milik konsumen oleh pelaku usaha, hak tersebut belum terakomodir di dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Jaminan akan kerahasiaan data sangat penting untuk dijaga oleh pelaku usaha demi keamanan dan kenyamanan konsumen dalam bertransaksi, karena jika pelaku usaha tersebut bertindak curang, maka data pribadi tersebut dapat diperjual belikan kepada pihak lain untuk kepentingan promosi.

c. *Social Welfare*

Konsumen sebagai subyek hukum memiliki hak dasar yang merupakan hak untuk mendapatkan perlindungan atas jaminan kepastian hukum, ketertiban dan perlindungan hukum yang berintikan kebenaran dan keadilan. Hingga saat ini banyak konsumen *e commerce* yang belum terlindungi dan belum mendapatkan kepastian jaminan akan haknya sebagai konsumen *e commerce*.

Berdasarkan analisis tersebut diatas, perkembangan teknologi, budaya dan informasi dalam era globalisasi tidak dapat dihindari untuk adanya proses akselerasi dan akulturasi pengetahuan yang semakin mudah dijangkau melalui media informasi dan teknologi. Internet selalu ada didalam kehidupan sehari-hari terutama untuk sosial networking dan bisnis. Media internet yang tidak aman akan memberikan dampak negatif dalam dunia bisnis global terlebih di Indonesia belum ada perlindungan hukum bagi konsumen dan pelaku usaha khususnya untuk menggunakan *e commerce*.

Secara umum posisi konsumen rentan di eksploitasi oleh pelaku usaha apalagi dilakukan secara elektronik. Konsumen *e commerce* Indonesia secara

kuantitatif mempunyai pasar strategis untuk kawasan dan dunia. Sifat dasar internet bukan merupakan media yang aman hal ini terbukti dari banyaknya penipuan di Internet. Kurangnya informasi yang diberikan pelaku usaha dan yang diketahui konsumen melalui internet sangat rentan untuk mengambil keputusan. Konsumen ternyata telah memberikan kepercayaan terdahulu kepada Penyelenggara Sistem elektronik dan kemudian harus membayar terlebih dahulu sehingga konsumen mempunyai resiko yang besar padahal belum ada *delivery* dan *transfer of title*.

Pentingnya jaminan atas etika bisnis Penyelenggara Sistem Elektronik dalam hal ini pelaku usaha dapat dilakukan dengan menggunakan Sertifikat keandalan. Selain untuk melindungi konsumen Sertifikat keandalan juga digunakan untuk membangun keterpercayaan konsumen dalam *e commerce*. Tanpa adanya jaminan bagi etika bisnis pelaku usaha dan perlindungan konsumen *e commerce*, media informasi dan teknologi menjadi suatu hal yang bermanfaat juga menjadi suatu hal yang merugikan. Bermanfaat apabila penggunaannya digunakan dalam koridor yang benar dan dapat menyeleksi pola-pola perilaku pelaku usaha yang tidak benar serta dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Upaya pemerintah dalam menumbuhkan perekonomian masyarakat Indonesia melalui *e commerce* akan terasa berat. Melalui teori *the rule of law* Brian Tamanaha yang menawarkan pemisahan konsep *the rule of law* ke dalam dua kategori dasar, formal dan substantive, yang keduanya masing-masing memiliki tiga cabang atau format yang berbeda-beda, diperoleh kesimpulan bahwa Hukum sebagai suatu sistem secara substansi pengaturannya belum terlihat sempurna memberikan perlindungan terhadap kepercayaan konsumen *e commerce* di Indonesia seperti halnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Teknologi Elektronik, Undang-Undang Nomor. 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan belum *commit to user* mampu melindungi konsumen pengguna *e*

commerce maupun pelaku usaha. Pengertian pelaku usaha dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen merupakan pelaku usaha yang wilayah kerjanya di wilayah negara Republik Indonesia. Padahal karakteristik dari *ecommerce*, salah satunya adalah perdagangan lintas batas – batas negara maka pengertian pelaku usaha dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak dapat menjangkau jika pelaku usaha tersebut tidak berada di wilayah negara Republik Indonesia.

Tidak adanya Undang-Undang yang mengatur secara spesifik mengenai perlindungan konsumen *e commerce* membuka peluang bagi munculnya perilaku bisnis yang tidak sehat bagi pelaku usaha dan bahkan muncul penipuan dengan menggunakan media internet. Hal ini yang membuat konsumen tidak percaya dengan *e commerce*. Meskipun banyak media yang mengatakan bahwa pertumbuhan *e commerce* di Indonesia sangat pesat namun tidak ada data yang akurat yang dapat menunjukkan bahwa transaksi *e commerce* lebih tinggi dari pada transaksi secara konvensional. Secara struktur aparat penegak hukum dan instansi terkait masih belum optimal dan mempunyai banyak keterbatasan dalam memberikan perlindungan atas hak-hak konsumen terlebih dalam *e commerce*, pengadilan masih belum memberikan *fairness* dan imparial untuk menyelesaikan perkara perdata. Secara Budaya hukum, kesadaran hukum pelaku usaha atas hak-hak konsumen masih rendah.

