Jurnal Abdimas Darma Bakti
Volume 3 No 2 Tahun 2024
ISSN : 2830-6104

SOSIALISASI PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM TRANSAKSI BISNIS ONLINE DI DUSUN KERTARAHARJA, KABUPATEN LOMBOK UTARA

Beverly Evangelista[1], Agus Hermanto[2]
Universitas Teknologi Mataram
Beverlyevangelista48@gmail.com[1], agushermanto2511@gmail.com[2]

ABSTRAK

Faktor yang mendorong pelaku usaha melakukan transaksi online karena melalui transaksi online pelaku usaha dapat menekan biaya pemasaran, distribusi dan lain-lain. Melalui transaksi online cukup dengan mengakses situs-situs yang menawarkan barang kebutuhan, konsumen sudah dapat memilih dan membandingkan kualitas serta harga barang yang diinginkan, hal ini dirasa lebih praktis dan hemat dibandingkan dengan membeli secara langsung. Meskipun demikian, pemanfaatan teknologi internet untuk melakukan transaksi online mempunyai dampak positif dan negatif pada konsumen. Mengingat pembelian melalui transaksi online dilakukan oleh pelaku usaha dan konsumen yang tidak bertatap muka secara langsung serta tidak saling mengenal dengan kata lain transaksi online dilakukan atas rasa kepercayaan dari para pihak. Oleh karna itu, perlu adanya pembahasan dan penyuluhan terkait dengan perlindungan hukum bagi konsumen dalam melakukan transaksi bisnis online di Indonesia.

Kata Kunci : Bisnis Online, Transaksi, Perlindungan hukum.

ABSTRACT

The factor that encourages business actors to make online transactions is that through online transactions, business actors can reduce marketing, distribution and other costs. Through online transactions, simply by accessing sites that offer essential goods, consumers can already choose and compare the quality and price of the desired goods, this is considered more practical and economical compared to buying directly. However, the use of internet technology to carry out Online transactions have a positive and negative impact on consumers. Considering that purchases through online transactions are made by business actors and consumers who do not meet face-to-face and do not know each other, in other words, online transactions are carried out based on the trust of the parties. Therefore, there is a need for discussion and counseling related to legal protection for consumers in conducting online business transactions in Indonesia.

Keywords: Online Business, Transactions, Legal Protection.

 ISSN : 2830-6104

1. PENDAHULUAN

Hampir semua masyarakat Indonesia merupakan pengguna layanan internet. Kebutuhan manusia yang sangat tinggi dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan mudah antara satu sama lain menjadi pendorong munculnya berbagai operator penyedia layanan jasa telekomunikasi dan informasi layanan data. Semakin banyak nya pengguna layanan internet, mengakibatkan terjadinya gangguan jaringan, hal ini akibat nya dapat merugikan konsumen.

Pemerintah telah mengeluarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Di dalamnya telah diatur secara jelas bahwa konsumen berhak untuk mendapatkan pelayanan yang baik dari produsen, maupun perlindungan konsumen yang tidak terpenuhi oleh pelaku usaha yang bersangkutan. Agar dapat tercapainya kepastian hukum bagi konsumen dan mengangkat harkat martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa.

Faktor yang mendorong pelaku usaha melakukan transaksi online karena melalui transaksi online pelaku usaha dapat menekan biaya pemasaran, distribusi dan lain-lain sehingga pelaku usaha hanya memerlukan modal yang relatif sedikit dalam menjalankan bisnisnya. Sedangkan faktor yang mendorong konsumen melakukan transaksi online karena melalui transaksi online konsumen mendapatkan manfaat serta kemudahan antara lain dapat memilih beragam barang yang diinginkan selain itu konsumen tidak perlu pergi ke toko untuk sekedar membeli barang yang dibutuhkan, apalagi jika toko tersebut berada jauh dari konsumen, tentu hal ini sangat membantu konsumen karena dapat menghemat waktu sekaligus mempermudah konsumen. Melalui transaksi online cukup dengan mengakses situs-situs yang menawarkan barang kebutuhan, konsumen sudah dapat memilih dan membandingkan kualitas serta harga barang yang diinginkan, hal ini dirasa lebih praktis dan hemat dibandingkan dengan membeli secara langsung dengan pergi ketoko.

Meskipun demikian, pemanfaatan teknologi internet untuk melakukan transaksi *online* mempunyai dampak negatif pada konsumen. Mengingat pembelian melalui transaksi *online* dilakukan oleh pelaku usaha dan konsumen yang tidak bertatap muka secara langsung serta tidak saling mengenal dengan kata lain transaksi *online* dilakukan atas rasa kepercayaan dari para pihak, permasalahan yang dapat terjadi pada transaksi *online* antara lain, yaitu bahwa kualitas barang yang dipesan tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh pelaku usaha, waktu pengiriman tidak sesuai dengan waktu yang telah disepakati, dalam proses pengiriman barang juga rawan terjadi kerusakan. Permasalahan lain yang dapat terjadi yaitu barang yang telah dipesan dan dibayar oleh konsumen tidak dikirim oleh pelaku usaha.

 ISSN : 2830-6104

2. METODE PELAKSANAAN

a. Survey Sebelum Kegiatan Dilakukan

Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman serta pengetahuan kepada masyarakat yang ada di dusun Kertaraharja, Kabupaten Lombok utara terkait perlindungan hukum jika melakukan bisnis online online, sehingga sebelumnya peneliti sudah melakukan survey selama 3 (tiga) hari berturut-turut untuk menganalisa dan memetakan persoalan serta guna merumuskan bentuk dan metode penyuluhan yang akan diberikan kepada masyarakat.

b. Jadwal Kegiatan

Kegiatan PKM dilakukan pada tanggal 30 Juni 2024 di dusun Kertaraharja, Kabupaten Lombok Utara.

c. Khalayak Sasaran

Kegiatan ini diikuti oleh masyarakat dusun Kertaraharja sejumlah 100 orang yang terdiri dari perangkat dusun, remaja masjid dan masyarakat umum yang ada di dusun tersebut.

d. Lokasi Kegiatan

Kegiatan PKM ini dalam bentuk sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat dusun Kertaraharja, Lombok Utara agar semua masyarakat memahami apa dan bagaimana bisnis online itu serta bagaimana perlindungan hukum jika terjadi hal-hal yang tidak di inginkan dalam proses bisnis online tersebut.

e. Metode Pengabdian

Pelaksanaan kegiatan PKM ini dilakukan dengan cara sosialisasi kepada masyarakat sekaligus memberikan edukasi terkait dampak positif dan negatif dari bisnis online, serta mengedukasi mayarakat bagaimana cara melakukan bisnis online yang aman. Selain itu, peneliti akan melakukan evaluasi terhadap hasil dari penyuluhan yang telah dilakukan apakah mampu memberikan dampak positif bagi masyarakat.



Gambar 1. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

a. Tahap Persiapan

Pada tahap ini tim pengabdian melakukan kegiatan survey untuk kondisi lapangan lokasi pengabdian. Saat kegiatan survey dilaksanakan, peneliti menentukan permasalahan apa saja berkaitan dengan upaya dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen yang melakukan bisnis online di dusun Kertaraharja, Kabupaten Lombok Utara.

b. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini tim pengabdian dari Universitas Teknologi Mataram yang terdiri dari 2 orang dosen melakukan kegiatan sosialiasi dengan cara berdiskusi dengan peserta sesuai dengan topik pengabdian guna merumuskan permasalahan

serta mencari solusi dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen yang melakukan bisnis online di dusun Kertaraharja, Kabupaten Lombok Utara

c. Tahap Evaluasi

Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan evaluasi atas kegiatan yang telah dilakukan apakah tercapai atau tidak, sehingga dapat dilakukan perbaikan atas kekurangan dari kegiatan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada dasarnya, transaksi yang dilakukan secara online (e-commerce) tidak jauh berbeda dengan trasaksi yang dilakukan secara langsung atau konvensional. Hal ini disebabkan dalam proses jual belo secara online juga menimbulkan perikatan anatra kedua pihak yaitu konsumen dengan pelaku usaha untuk memenuhi prestasi. Berkaitan dengan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi secara online memang belum terdapat pengaturan hukum yang mengatur secara khusus mengenai hal tersebut. Oleh karena itu, dalam perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi secara online juga tunduk dengan undang-undang nomor 8 tahun1999 tentang perlindungan konsumen.

Ada beberapa karakteristik transaksi secara online yang berbeda dengan transaksi secara konvensial. Secara garis besar terdapat berapa kesalahan yang dialami oleh konsumen dalam transaksi jual beli secara online *(e-commerce),* antara lain :

1. Konsumen tidak dapat langsung mengidentifikasi, malihat, atau menyentuh barang yang akan dipesan.
2. Ketidak jelasan informasi tentang produk yang ditawarkan dan/atau ketidak pastian apakah konsumen telah memperoleh berbagai informasi yang layak diketahui, atau yang sepatutnya di butuhkan untuk mengambil suatu keputusan dalam melakukan transaksi.
3. Status subjek hukum yang tidak jelas dari pelaku usaha.
4. Tidak ada jaminan keamanan bertransaksi, privasi serta penjelasan terhadap resiko-resiko yang berkaitan dengan sistem yang digunakan, khususnya dalam hal pembayaran secara elektronik.
5. Pembebanan resiko yang tidak berimbang, karena pada umumnya terhadap jual beli secara online, pembayaran telah lunas dilakukan dimuka oleh konsumen, sedangkan barang belum tentu diterima atau akan menyusul kemudian, karena jaminan yang ada adalah jaminan pengiriman barang bukan penerimaan barang.
6. Transaksi yang bersifat lintas batas negara *borderless,* menimbulkan pertanyaan mengenai yurisdiksi hukum negara mana yang sepatutnya diberlakukan.

Dengan demikian diperlikan perlindungan konsumen yang bertujuan untuk melindungi hak-hak dari konsumen. Perlindungan konsumen erat kaitannya dengan perlindungan hukum, karena didalam perlindungan konsumen mengandung aspek-aspek hukum. Perlindungan hukum terhadap konsumen ini timbul jika telah terjadi transaksi antara konsumen dengan pelaku usaha. Hal ini dapat terjadi dikarenakan telah munculnya hak-hak serta kewajiban atas masing-masing pihak yang melakukan suatu transaksi tersebut.

Perlindungan konsumen sejatinya memiliki cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang dimulai dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sampai akibat-akibat yang timbul dari pemakaian barang dan/atau jasa tersebut. Terdapat dua aspek terkait cakupan perlindungan konsumen, antara lain :

1. Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati.
2. Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen

Selain dari pada itu, perlindungan hukum terhadap konsumen dalam suatu transaksi jual beli maupun konvensional juga dapat diwujudkan dengan bentuk sebagai berikut :

1. Perlindungan hukum berdasarkan peraturan perundang-undangan perlindungan hukum yang bersumber dari pada peraturan perundang-undangan memiliki sifat secara umum bagi setiap orang yang melakukan suatu transaksi.
2. Perlindungan hukum berdasarkan perjanjian yang dibuat antar pihak.

Definisi perjanjian menurut pasal 1313 KUHPerdata adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikat dirinya terhadap satu orang atau lebih. Perjanjian dianggap sah apabila memenuhi syarat sahnya perjanjian diatur dalam KUHPerdata antara lain :

a. Kesepakatan para pihak (pasal 1321 KUHPerdata)
b. Kecakapan para pihak (pasal 1329 KUHPerdata)
c. Mengenai suatu hal tertentu (pasal 1333 KUHPerdata)
d. Sebab yang halal (pasal 1337 KUHPerdata)

Dalam undang-undang ITE pengertian dari perjanjian tidak dijelaskan secara spesifik. Pada pasal 1angka 17 undang-undang ITE parjanjian atau kontrak elektronik didefinisikan sebagai kontrak para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik. Berhubungan dengan keabsahan perjajian atau kontrak elekronik tersebut, pada 18 ayat 1 undang-undang ITE merumuskan bahwa transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam elektronik mengikat para pihak.

Pada transaksi yang dilakukan melalui *e-commerce* atau transaksi konvensial tetapi melalui edia elektronik pada dasarnya mempunya dasar yang berbeda. Bilamana ditransaksi konvensial itu dilaksanakan sama halnya dengan perjanjian secara konvensial, hanya terdapat sedikit perbedaan akibat dari media yang digunakan serta percakapan apapun negosiasi antara konsumen dengan pelaku usaha dilakukan melalui media elektronik. Sedangkan, yang terkait dengan *e-commerce* itu merupakan suatu sistem yang sengaja dibuat untuk melakukan transaksi jual beli. Setelah melakukan pembayaran, maka pelaku usaha akan meenuhi tanggung jawabnya untuk mengirimkan barang dan/jasa tersebut kepada konsumen. segala hal yang berkaitan dengan *e-commerce* dilakukan dengan media elektronik baik dalam hal melakukan perjanjian, pembayaran hingga pengiriman.

Berdasarkan kedua bentuk perlindungan hukum tersebut, perlindungan hukum berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dianggap lebih efektif dalam hal pemberian perlindungan hukum terhadap konsumen. Peraturan perundang-undangan mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi baik secara konvensial maupun *e-commerce*. Memiliki tujuan sebagai berikut :

a. “Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
b. Mengangkat hartat dan martabat konsuen dengan cara menghindarkannya dari akses negative pemakaian barang dan/atau jasa.
c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-hak sebagai konsumen.
d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta dan akses untuk mendapatkan informasi.

e. Menumbuhkan kesadaran pelak usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha.
f. Yang meningkatkan kualitas barang dan/atau jasah yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa kesahatan, kenyamanan, keamanan, dan kesalamatan konsumen".

Seperti yang diketahi dalam suatu transaksi pelaku usaha memiliki dudukan yang lebih kuat jika dibandingkan dengan konsumen. Oleh karena itu guna efektifitas perlindungan hukum terhadap konsumen, maka dalam melakukan transaksi pelaku usaha memiliki tanggung jawab terhadap konsemen dijelaskan sebagai berikut:

1. Tanggung jawab pelaku usaha
   Berdasarkan pasal 19 undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dijelaskan bahwa,
   "bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan."
2. Tanggung jawab pelaku usaha periklanan
   Berdasarkan pasal 20 undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen diterangkan bahwa,
   "Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu"
3. Tanggung jawab importir barang
   Berdasarkan pasal 21 ayat (1) undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dirumuskan bahwa,
   "importir adalah untuk memastikan bahwa barang yang diimpor memenuhi standar kualitas dan keamanan yang berlaku atas kualitas dan keamanan barang yang diperdagangkan di pasar"
4. Tanggung jawab importir jasa
   Berdasarkan pasal 21 ayat (2) undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dijelaskan bahwa,
   "importir jasa bertanggung jawab sebagai penyedia jasa asing apabila penyediaan jasa asing tersebut tidak dilakkan oleh agen atau perwakilan penyediaan jasa asing."
5. Tanggung jawab pelaku usaha yang menjual produk terhadap pelaku usaha lain,
   Berdasarkan pasal 24 ayat (1) undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen diterangkan bahwa,"Pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasa kepada pelaku usaha lain bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila:
   a) Pelaku usaha lain menjual kepada konsumen tanpa melakukan perubahan apapun atas barang dan/atau jasa tersebut.
   b) Pelaku usaha lain, dalam transaksi jual beli, tidak mengetahui adanya perubahan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha atau tidak sesuai dengan contoh, mutu, dan komposisi."
6. Tanggung jawab pelaku usaha dalam hal jasa
   Berdasarkan pasal 26 undang-undang nomor 8 tahun1999 tentang perlindungan konsumen diterangkan bahwa,"palaku usaha yang memperdagangkan jasa wajib memenuhi jaminan jasa dan/atau garansi yang disepakati dan/atau yang diperjanjikan.

Pelaksanaan perlindngan konsumen juga didukung dengan beberapa pihak yang dijelaskan sebagai berikut:

a. Pemerintah

Pemerintah memegang peran penting dalam menetapkan regulasi dan kebijakan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen. Ini mencakup penerbitan standar produk, regulasi iklan, dan berbagai aturan lain yang berkaitan dengan interaksi antara konsumen dan pelaku usaha.

b. Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN)
BPKN adalah lembaga pemerintah nonkementerian yang berperan dalam melindungi hak-hak konsumen. Mereka bertugas mengawasi dan memastikan pelaksanaan UU Perlindungan Konsumen, serta memberikan edukasi dan informasi kepada masyarakat mengenai hak-hak konsumen.

c. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPP-SM)
LPP-SM adalah organisasi nirlaba yang didirikan oleh masyarakat untuk mewakili dan melindungi kepentingan konsumen. Mereka melakukan advokasi, pendidikan, dan memberikan informasi kepada publik mengenai masalah perlindungan konsumen.

4. KESIMPULAN

Pada kegiatan transaksi secara online, konsumen memiliki posisi yang lemah jika dibandingkan dengan pelaku usaha. Pengaturan e-Commerce dalam UU ITE telah memberikan kepastian dan kesepahaman mengenai apa yang dimaksud dengan perdagangan melalui sistem elektronik dan memberikan perlindungan dan kepastian kepada pedagang, penyelenggara dan konsumen dalam melakukan kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik. Upaya hukum yang dapat ditempuh bagi konsumen yang dirugikan dalam transaksi e-commerceyang terjadi di Indonesia yang dapat diselesaikan melalui dua jalur yakni jalur non-litigasi melalui Lembaga Swadaya Masyarakat (YLKI), Direktorat Perlindungan Konsumen Disperindag, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dan pelaku usaha. Kemudian jalur kedua adalah melalui jalur litigasif dengan gugatan ke pengadilan atau laporan ke polisi.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Wirjono Prodjodikoro, Asas-Asas Hukum Perjanjian, Cetakan VIII, Sumur Bandung, Jakarta, 1985.
[2] Jeffrey F. Rayport dan Bernard J. Jaworski, E-commerce, McGraw-Hill/Irwin, Singapura, 2001.
[3] Gunawan Widjaja & Ahmad Yani. Hukum Tentang Perlindungan Konsumen, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2000.
[4] Edmon Makarim. Kompilasi Hukum Telematika, PT. Gravindo Persada, Jakarta, 2000.
[5] Dikdik M. Arief Mansur dan Elisatris Gultom, Cyber Law Aspek Hukum TeknologiInformasi, PT Aditama, Bandung, Mei 2005.
[6] M. Arsyad Sanusi, Transaksi Bisnis dalam Electronic Commerce, Jurnal Hukum, Nomor 16 Vol 8, 2001.
[7] Onno W. Purbo, Mengenai Electronic Commerce, PT Elex Media Komputindo, Jakarta 2001.
[8] Subekti, Pokok-Pokok Hukum Perdata, Intermasa, Jakarta, 1979.