

ANALISIS YURIDIS TERHADAP PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM ERA BISNIS DIGITAL

Yesi Candra Dewi, Oci Senjaya, Puti Priyana

Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

*Corresponding Author:

yesi.candradewi@gmail.com

Abstract

Technology will continue to develop and change the order of human values and life in the business world. The need for law will guarantee the rights between parties in a business in the digital era, especially the protection of consumers in digital business transactions. The aim of writing this article is to find out and understand the legal implications for consumer protection in the digital business era. The research method used for problem solving is normative juridical research. Juridical legal research means research that refers to existing literature studies or secondary data used.

Keywords: Law, Business, Protection, Consumers, Digital Era

PENDAHULUAN

Teknologi telah mengubah kehidupan manusia dalam berkomunikasi dan berinteraksi dan memberikan warna baru dalam perkembangan bisnis digital. Dalam era digital memungkinkan setiap masyarakat berinteraksi bahkan melakukan bisnis dengan manusia baik di dalam suatu negara ataupun di belahan negara lain dengan mudah. Dalam era digital memungkinkan manusia melakukan transaksi jual beli tanpa adanya tatap muka, karena transaksi ini dapat dilakukan bahkan jika pelaku usaha dan konsumen tidak berada dalam jarak yang dekat dan cukup jauh secara geografis.

Seiring dengan mudahnya mendapatkan informasi, kemungkinan dalam penyalahgunaan informasi juga akan menjadi semakin mudah. Bisnis digital memungkinkan setiap konsumen yang memberi barang dari luar daerahnya tanpa terlebih dahulu melihat atau memeriksa kondisi barang sehingga menimbulkan risiko kecurangan pelaku usaha yang akan merugikan konsumen.

Adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen akan memberikan implikasi terkait perlindungan hukum terhadap konsumen maupun pelaku usaha. Undang-undang perlindungan konsumen telah mengatur hal apa saja yang dilarang bagi para pelaku usaha.

Landasan hukum yang mengatur tentang perlindungan konsumen salah satunya adalah Pasal 1 Ayat 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.¹ Undang-Undang ini menjelaskan bahwa undang-undang perlindungan konsumen memiliki tujuan untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan hukum bagi para konsumen, lahirnya peraturan ini merupakan salah satu bentuk ekspresi untuk melindungi dan menyeimbangkan posisi konsumen dan posisi pengusaha, di mana selama ini posisi konsumen pada umumnya adalah lemah dan sering dirusak oleh para pelaku usaha.²

Pada dasarnya aktivitas dalam perdagangan telah menciptakan hubungan yang saling membutuhkan antara pelaku usaha dan konsumen. Pelaku bisnis tertarik untuk menghasilkan suatu keuntungan yang maksimal, sedangkan konsumen tertarik untuk mendapatkan kepuasan terhadap suatu kualitas produk.³

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif, mengacu kepada studi kepustakaan yang ada dan terhadap data primer dan sekunder yang digunakan. Jenis penelitian ini dilakukan dengan studi kepustakaan yakni mempelajari buku-buku dan peraturan perundang-undangan serta dokumen lain yang memiliki Berkaitan dengan penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implikasi Hukum Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Mengatasi Permasalahan Hukum Yang Terjadi Dalam Era Bisnis Digital

Hukum dianggap memiliki peran yang cukup besar dalam perubahan masyarakat. Hukum wajib mengarahkan masyarakat dalam berperilaku sehingga tujuan dalam pembentukan hukum dapat terwujud.⁴ Perlindungan konsumen di Indonesia telah diatur di dalam peraturan perundang-undangan.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen sebagai payung hukum yang mengatur terkait hak dan kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen. Undang-undang ini memiliki tujuan untuk memberikan kepastian hukum keseimbangan perlindungan antara para pelaku usaha dan konsumen serta menciptakan sistem ekonomi yang adil. Undang-undang perlindungan konsumen telah lahir sejauh sebelum adanya digitalisasi sehingga belum sepenuhnya dapat menjamin dan memberikan kepastian hak-hak konsumen dalam bisnis digital.⁵

Perlindungan konsumen dalam era bisnis digital secara khusus telah diatur di dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik, telah mengalami banyak perubahan untuk mengimbangi perubahan hukum yang ada dalam masyarakat. Perlindungan yang diberikan oleh undang-undang informasi dan transaksi elektronik bersifat represif, arti isi dalam ketentuan undang-undang informasi dan transaksi elektronik berdasarkan pada perbuatan yang tergolong sebagai tindak pidana dengan sanksi berupa penjara dan denda.⁶

¹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

² Lestari, Maudy Andreana dkk.. "Optimalisasi Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dalam Upaya Proteksi Hak Konsumen di Ranah Siber. Rancang Rencang". Jurnal Hukum lex Generalis. Vol.2. No.4 (April 2021)

³ Dewi Wijayanti. "Pembaharuan Hukum Perlindungan Konsumen Mengenai Penyelesaian Sengketa Konsumen di Era Digital". Jurnal Uneslaw Review. Volume 5, Issue 2, Desember 2022

⁴ Nugrahaningsih, W. (2017). Implementasi Undang - Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Bisnis Online. Jurnal Serambi Hukum, Vol.11, (No.01), pp.30-32.

⁵ Yustina, Budi." Urgensi Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen di Era Bisnis Digital". Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia, Volume 3, Nomor 1, hlm 45-58

⁶ Tumbel. "Perlindungan Konsumen Jual Beli Online Dalam Era Digital 4.01." Lex Et Societatis, Vol.VIII,(No.3), p.1, 2020. Hlm 93-98

⁷ Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik

Pasal 9 dalam Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik tentang perlindungan terhadap para pihak dalam transaksi digital menjelaskan 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".⁷ Syarat kontrak, informasi atas identitas produk terhadap deskripsi barang kualitas dan sebagainya, dalam hubungan transaksi terkait hak maupun kewajiban wajib dipenuhi oleh pihak dalam berbisnis.

Pasal 28 dalam Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik telah mengatur perbuatan yang dilarang dalam perjanjian jual beli atau bisnis online yaitu pelaku usaha dilarang untuk menyebarkan berita bohong dan menyesatkan sehingga menimbulkan kerugian bagi konsumen. bagi para pelaku usaha yang melanggar ketentuan tersebut dapat dijatuhi pidana penjara maksimal 6 tahun atau denda 1 miliar rupiah sebagaimana telah diatur di dalam Pasal 45 A Ayat 1 Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik.

Selain perundangan di atas, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, menjadi salah satu payung hukum dalam melindungi konsumen sehingga adanya implikasi hukum ini dapat mengatur berbagai aspek perdagangan termasuk dengan hak-hak konsumen dalam transaksi perdagangan dengan tujuan untuk memastikan transaksi perdagangan berjalan secara adil dan sesuai dengan hukum yang berlaku.

Peraturan lain yang mengatur terkait perlindungan konsumen adalah Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). Peraturan pemerintah ini mengatur tentang cara pembentukan dan peran LPKSM dalam membantu konsumen mendapatkan hak-haknya.⁸ Adapun dalam berbisnis secara digital dapat melalui telekomunikasi, dalam hal ini terdapat hukum positif yang mengatur secara khusus mengenai perlindungan konsumen dari informasi yang menyesatkan serta jaminan atas hak-hak konsumen yaitu Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi.⁹

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 1/POJK.07/2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan memiliki tujuan untuk melindungi konsumen dalam sektor jasa keuangan seperti perbankan, asuransi, dan pembiayaan, serta memastikan transparansi informasi dan tanggung jawab pelaku usaha di sektor keuangan.

Upaya Yang Dapat Dilakukan Konsumen Dalam Penyelesaian Sengketa Hukum Di Era Bisnis Digital

Penyelesaian sengketa antara konsumen dan para pelaku usaha telah diatur di dalam Pasal 45 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, diantaranya yaitu:

1. Penyelesaian Secara Litigasi Atau Melalui Pengadilan Sebagaimana Penyeselaian telah diatur di dalam Pasal 48 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dan Pasal 46 Ayat 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menentukan bahwa gugatan dapat diajukan secara langsung oleh konsumen yang telah merasa dirugikan dan ahli warisnya maupun kelompok sosial yang terdiri dari para konsumen yang memiliki kepentingan yang sama atau diajukan oleh lembaga perlindungan konsumen masyarakat yang berbadan hukum atau yang berbentuk gagasan dengan tujuan utama pendirian berupa

perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam AD/ART organisasi tersebut. Selain masyarakat ataupun LPM pemerintah juga dapat menjadi pihak yang mengajukan gugatan kepada para pelaku usaha jika mengalami kerugian yang yang besar dengan korban yang cukup banyak. Selanjutnya dalam proses pengajuan gugatan akan didasarkan pada mekanisme pengajuan gugatan sebagaimana telah diatur dengan ketentuan terkait peradilan umum.

2. Penyelesaian Melalui Mekanisme Non Imigitasi Atau Penyelesaian Di Luar Pengadilan. Penyelesaian sengketa melalui jalur ini dapat ditempuh dengan beberapa cara yaitu:
 1. Konsumen yang merasa dirugikan dapat secara langsung meminta ganti kerugian yang dialaminya kepada pelaku usaha atau penjual, dalam hal ini undang-undang perlindungan konsumen telah menentukan penjual atau pelaku usaha harus memiliki etika baik dan memberikan tanggapan terhadap tuntutan tersebut dengan jangka waktu 7 hari sebagaimana telah diatur dalam Pasal 19 Ayat 1 Dan 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan Undang-Undang Arbitrase Nomor 30 Tahun 1999 penyelesaian sengketa ini dapat dilakukan melalui konsultasi negosiasi mediasi konsili tasi atau penilaian dengan ahli.
 2. Permasalahan tersebut juga dapat diselesaikan melalui badan penyelesaian konsumen. Konsumen yang merasa dirugikan dapat mengajukan permohonan melalui sekretariat bpsk secara lisan maupun tertulis yang berisi setidaknya tentang identitas para pihak barang atau jasa yang diadukan serta bukti terkait perolehan barang termasuk waktu dan tempat barang diperoleh dan adanya saksi yang mengetahui proses perolehan barang. Hasil dari mediasi konsiliasi maupun arbitrase yang ada dalam bpsk akan dituangkan ke dalam suatu putusan BPSK yang sifatnya final dan mengikat sebagaimana telah diatur di dalam Pasal 54 Undang-Undang Perlindungan Konsumen terhadap putusan tersebut para pihak dapat mengajukan keberatan terhadap putusan yang dikeluarkan oleh bpsk melalui pengadilan negeri sebagaimana telah dicantumkan dalam Pasal 56 Undang-Undang Perlindungan Konsumen dengan maksimal jangka waktu 40 hari setelah menerima pemberitahuan terkait keputusan tersebut.

⁸ Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM).

⁹ Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi

Selain penyelesaian di atas dalam transaksi di era bisnis digital inovasi di dalam mekanisme penyelesaian sengketa yang inovatif adalah dengan online dispute resolution atau ODR.¹⁰ Penyelesaian dengan ODR adalah penyelesaian sengketa permasalahan dengan melakukan penggabungan informasi pengolahan teknologi komputer dengan fasilitas jaringan komunikasi internet. Dengan adanya odr menyederhanakan proses penyelesaian sengketa yang tak terhalang dengan batas ruang atau biaya yang murah dan cepat dibandingkan dengan penyelesaian yang bersifat konvensional.

KESIMPULAN DAN SARAN

Bisnis digital memungkinkan setiap konsumen yang memberi barang dari luar daerahnya tanpa terlebih dahulu melihat atau memeriksa kondisi barang sehingga menimbulkan risiko kecurangan pelaku usaha yang akan merugikan konsumen. Hukum dianggap memiliki peran yang cukup besar dalam perubahan masyarakat. Hukum wajib mengarahkan masyarakat dalam berperilaku sehingga tujuan dalam pembentukan hukum dapat terwujud.

Mengenai perlindungan konsumen merupakan regulasi yang lahir jauh sebelum adanya perkembangan teknologi. dalam era bisnis digital hal ini merupakan suatu perkembangan yang baru walaupun belum ada undang-undang informasi dan transaksi elektronik dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen sebagai payung hukum yang mengatur terkait hak dan kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen.

Pemerintah hendaknya dalam penyelesaian sengketa harus melakukan pemberharuan undang-undang yang mengikuti perkembangan zaman karena masalah akan terus berkembang seiring kompleksitas perkembangan zaman dan harus sesuai dengan kebutuhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi Wijayanti. "Pembaharuan Hukum Perlindungan Konsumen Mengenai Penyelesaian Sengketa Konsumen di Era Digital". Jurnal Uneslaw Review. Volume 5, Issue 2, Desember 2022
- Lestari, Maudy Andreana dkk.. "Optimalisasi Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dalam Upaya Proteksi Hak Konsumen di Ranah Siber. Rewang Rencang". Jurnal Hukum Iex Generalis. Vol.2. No.4 (April 2021)
- Nugrahaningsih, W. (2017). Implementasi Undang - Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Bisnis Online. Jurnal Serambi Hukum, Vol.11, No.01
- Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM).
- Tumbel. "Perlindungan Konsumen Jual Beli Online Dalam Era Digital 4.01." LeT Et Societatis, Vol.VIII No.3 2020. Hlm 93-98
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik
- Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi

Widaningsih. “Penyelesaian Sengketa E- Commerce melalui ODR (Online Dispute Resolution)”. Jurnal Panorama Hukum, Vol.2. 2017

Yustina, Budi.” Urgensi Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen di Era Bisnis Digital”. Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia, Volume 3, Nomor 1, hlm 45-58