

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ECOMMERCE¹

Oleh : Deisy Fricillia Putri Lumentut²

Dientje Rumimpunu³

Firdja Baftim⁴

ABSTRAK

Tujuandilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam bertransaksi melalui media internet dan apa saja bentuk penyelesaian sengketa konsumen dalam transaksi pada media internet, di mana dengan metode penelitian hukum normatif disimpulkan: 1. Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi E-Commerce yang timbul dari adanya hak dan kewajiban dari kedua belah pihak yang diatur dalam Undang-Undang No 8 Tahun 1999 terdapat dalam Pasal 4 ayat (3) dan pada pasal 4 ayat (6) “hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen”, kewajibannya pelaku usaha harus didasari oleh Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. 2. Beberapa jalur penyelesaian sengketa yang dapat ditempuh diantaranya melalui jalur pengadilan yang diatur dalam pasal 45 dan pasal 46 Undang- undang Perlindungan Konsumen, serta Pasal Pasal 47 mengenai penyelesaian sengketa diluar pengadilan “Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen”.

Kata kunci: ecommerce; konsumen;

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang sekarang berlaku di Indonesia masih berbasis pada sesuatu yang sifatnya fisik belum kepada *virtual/maya*. Transaksi perdangan melalui media elektronik atau lazim disebut *Electronic Commerce* menyisakan berbagai

permasalahan yang belum ada pengaturannya. *Electronic Commerce* terbentuk dari berbagai sub sistem yang tersusun secara sistematis, dan masing-masing sub sistem tersebut memiliki permasalahannya masing-masing.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam bertransaksi melalui media internet?
2. Apa saja bentuk penyelesaian sengketa konsumen dalam transaksi pada media internet?

C. Metode Penelitian

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian hukum normatif.

PEMBAHASAN

A. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce

Perlindungan hukum yang timbul dari hak dan kewajiban para pihak dalam melakukan transaksi, yang di mana dalam hal transaksi tersebut pihak konsumen seharusnya mengetahui bagaimana haknya sebagai konsumen yang tertuang dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang hak-hak daripada konsumen adalah sebagai berikut : Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa hak konsumen adalah :

1. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
5. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. hak unduk diperlakukan atau dilayani

¹ Artikel Skripsi

² Mahasiswa pada Fakultas Hukum Unsrat, NIM. 17071101359

³ Fakultas Hukum Unsrat, Magister Ilmu Hukum

⁴ Fakultas Hukum Unsrat, Magister Ilmu Hukum

secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

8. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangundangan lainnya.

Di sisi lain, kewajiban bagi pelaku usaha (dalam hal ini adalah penjual online), sesuai Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah:

1. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
2. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
3. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
4. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
5. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
6. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
7. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

a. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Transaksi

Undang-Undang Perlindungan Konsumen mendefinisikan hukum perlindungan konsumen sebagai keseluruhan asas dan kaidah hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan berbagai masalahnya

dengan para penyedia barang dan/ atau jasa konsumen. Hubungan hukum yang terjadi antara pihak penyedia barang dan/ atau jasa dengan pihak konsumen pada akhirnya melahirkan suatu hak dan kewajiban yang mendasari terciptanya suatu tanggung jawab. Suatu tanggung jawab pada prinsipnya sama, yaitu merupakan bagian dari konsep kewajiban hukum. Norma dasar kemudian merumuskan kewajiban untuk mengikuti peraturan hukum, dan mempertanggungjawabkan kewajiban untuk mengikuti aturan-aturan hukum tersebut. Pada prinsipnya, pelaku usaha dapat dimintai tanggung jawab apabila timbul kerugian konsumen akibat tidak terlaksananya kewajiban hukum pada jenis transaksi dengan berbagai medium.

Perlindungan hukum bagi para pihak pada intinya sama, yaitu adanya peran pemerintah untuk melindungi kepentingan produsen dan konsumen dalam kerangka perdagangan. Peranan pemerintah yang dimaksud di sini mencakup aspek nasional dan internasional. Aritinya, tuntutan adanya kepastian hukum dalam melakukan perikatan harus jelas dari segi aspek hukum nasional melalui pembentukan peraturan dibidang perlindungan konsumen, maupun aspek hukum internasional melalui perjanjian internasional.

Kepentingan para pihak yang berada pada yuridiksi Negara yang berbeda pun tentunya akan menyulitkan untuk menentukan hukum Negara mana yang berlaku karena suatu kebijakan yang mendasari adanya suatu transaksi internet harus konsisten dan dapat diberlakukan secara global, mengingat kedudukan para pihak yang tidak berda dalam suatu yuridiksi negara tertentu saja. Sementara itu dari sisi konsumen, diperlukan suatu bentuk perlindungan konsumen yang dapat mengakomodasi berbagai hak yang dimiliki konsumen.

Kerangka mendasari adanya prinsip tanggung jawab pelaku usaha lebih mendapat penekanan dalam penelitian ini karena terkait dengan kedudukan hukum yang lemah dari pihak konsumen. Sesungguhnya perikatan yang terkaji di antara para pihak merupakan wujud dari ketentuan yang tercantum dalam Pasal 1233 Jo. Pasal 1234 KUHPerdara, yaitu tiap-tiap perikatan lahir karena adanya persetujuan atau undang-undang, dan setiap perikatan adalah

untuk memberikan sesuatu, untuk berbuat sesuatu, atau tidak berbuat sesuatu.

Perikatan dalam suatu transaksi menimbulkan suatu janji bahwa satu pihak berjanji untuk melakukan sesuatu hal, sedangkan pihak lain berjanji menuntun pelaksanaan janji itu. Hal ini perlu ditekankan karena apabila salah satu pihak yang telah menyepakati isi perjanjian kemungkinan tidak memenuhinya, pihak tersebut dapat dikatakan wanprestasi. Untuk memahami konsep tanggung jawab dijalankan oleh para pelaku usaha dalam permasalahan yang dihadapi konsumen, tanggung jawab tersebut dibagi menjadi tiga bagian, yaitu sebagai berikut:

1. Tanggung Jawab atas Informasi

Pemikiran mengenai hak konsumen atas informasi diawali pada era globalisasi, yaitu ketika sekat dan batas antarabangsa telah kabur. Informasi telah menjadi komoditas yang diperhitungkan konsumen karena sering menjadi korban akibat tidak bersikap kritis serta tidak mempertanyakan keberadaan suatu informasi mengenai barang dan/ atau jasa yang dikonsumsi, padahal lengka atau tidaknya informasi ikut menentukan keputusan untuk membeli atau tidak membeli suatu produk. Pihak pelaku usaha harus dapat memberikan informasi yang memadai dan jelas bagi konsumen dalam memilih barang. Menurut Howard Beales et. Al,⁵ standar umum mengenai informasi yang harus diberitahukan kepada konsumen adalah mengenai harga, kualitas, dan keterangan-keterangan lain yang dapat membantu konsumen dalam memutuskan untuk membeli barang sesuai dengan kebutuhan dan kualitas barang.

Pada gilirannya hal tersebut dapat membantu produsen untuk menetapkan bentuk atau standar produk yang ditawarkan kepada konsumen. Tentunya di sini prinsip *ceaveat venditor* memegang peranan penting di mana pelaku usaha harus dapat memberikan perlindungan kepada konsumen dari produk-produk yang tidak aman (*unsafe product*). Jadi, pelaku usaha harus berhati-hati terhadap keluaran

produk yang besar dari produk industri yang dihasilkannya. Intinya yang paling penting adalah informasi harus terbebas dari manipulasi data.

Sejalan dengan tujuan perlindungan konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 3 butir d, yaitu “menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi,”

2. Tanggung Jawab Hukum Atas Produk (*Product Liability*)

Dalam hal tidak terdapat hubungan perjanjian (*non privity of contract*) antara pelaku usaha dengan konsumen, tanggung jawab pelaku usaha didasarkan pada *product liability* atau pertanggung jawaban produk. *Product Liability* adalah tanggung jawab perdata secara langsung (*strict liability*) dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat menggunakan produk yang dihasilkannya. Ketentuan ini terdapat dalam Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan pelaku usaha bertanggung jawab memberikan rugi atas:

- a. Kerusakan;
- b. Pencemaran; dan/atau
- c. Kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang yang dihasilkan atau diperdagangkan.

Selain *product liability* yang merupakan pertanggung jawaban langsung, terdapat *tortious liability* dalam pertanggung jawaban produk *product liability*, yaitu tanggung jawab yang didasarkan pada perbuatan-perbuatan melawan hukum. Unsur- unsur *tortious liability* dalam pertanggung jawaban produk ini adalah :

- a. Unsur perbuatan melawan hukum;
- b. Unsur kesalahan;
- c. Unsur kerugian dan
- d. Unsur hubungan kausal antara perbuatan melawan hukum dengan kerugian yang timbul.

Dalam hal pembuktian, pembuktian unsur kesalahan bukan merupakan beban konsumen lagi, tetapi justru merupakan beban yang harus ditanggung oleh pihak

⁵ Howard Beales et. Al. “The Efficient Regulation of Consumer Information”, *the Journal of Law and Economics*, vol XXIV Desember 1981, h. 491-539. Dalam Inosentius.

pelaku usaha untuk membuktikan ia tidak bersalah. Hal ini diatur dalam Pasal 28 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan pembuktian terhadap ada atau tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi dalam Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang berupa kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen merupakan tanggung jawab konsumen.

3. Tanggung jawab atas keamanan

Jaringan transaksi secara elektronik harus mempunyai kemampuan untuk menjamin keamanan dan keandalan arus informasi. Para pihak yang terlibat dalam transaksi harus mempunyai kepercayaan yang tinggi terhadap infrastruktur jaringan yang digunakan. Tentu saja pihak pelaku usaha perlu menyediakan jaringan system yang cukup memadai untuk mengontrol keamanan transaksi.⁶ Suatu transaksi bisnis memerlukan kepercayaan. Konsumen akan memilih melakukan transaksi dengan penjual yang mereka percaya karena menyangkut uang yang beriklan. Transaksi bisnis yang tidak secara face to face, selain harus berdasarkan kepercayaan juga tergantung dari komunikasi yang menjadikannya penting untuk diketahui konsumen bahwa pesan telah dikirim dan diterima oleh dan/ atau hanya kepada alamat yang benar tanpa kesalahan. Bagi penjual, tindakan ini juga penting untuk menjaga ini pesan gara tetap rahasia dan menghindari saingan dagangnya yang dapat saja mencampuri data tersebut.

Sementara itu, perlindungan terhadap keamanan sebuah system computer harus dilakukan. Hal tersebut untuk menyikapi keinginan konsumen untuk betransaksi secara aman. Pengamanan dalam bertransaksi meliputi system keamanan komunikasi, keamanan komputer, keamanan dari segi fisik, keamanan individu yang terlibat, keamanan secara

administrative, dan kewanitaan media yang digunakan.

Keamanan yang diberikakan bertujuan untuk mencegah ancaman yang mungkin timbul sebelum benar-benar terealisasi, meminimalkan kemungkinan terjadinya ancaman tersebut, dan mengurangi akibat yang akan timbul setelah ancaman tersebut terealisasi.

Jadi, system keamanan yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan jenis business to consumer dalam E-Commerce adalah adanya mekanisme yang aman bagi cara pembayaran yang dilakukan konsumen pada suatu website.

b. Prinsip-prinsip Tanggung Jawab Pelaku usaha

Konsep tanggung jawab hukum merupakan bagian dari konsep kewajiban hukum. Prinsip tentang tanggung jawab merupakan bagian yang sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen. Dalam kasus-kasus pelanggaran hak konsumen, diperlukan kehati-hatian dalam menganalisis siapa yang harus bertanggung jawab dan seberapa jauh suatu tanggung jawab dapat dibebankan kepada pihak-pihak terkait.

Berikut prinsip-prinsip umum tanggung jawab pelaku usaha dalam hukum yang dalam praktik dapat dibedakan yang salah satunya dengan prinsip tanggung jawab bedasarkan unsur kesalahan (fault liability/liability based on fault). Prinsip ini menyatakan bahwa seseorang dapat dimintai pertanggung jawabannya secara hukum jika ada unsur kesalahan yang dilakukannya. Bila pihak penggugat gagal membuktikan adanya unsur kesalahan di pihak tergugat, gugatannya gagal. Padahal bagi konsumen (sebagai korban) pada umumnya awam terhadap proses dalam suatu industri, apabila menggunakan ternologi yang canggih. Jadi, bisa dikatakan akan mustahil untuk mampu membuktikan secara tepat di mana letaknya kesalahan yang menyebabkan "cacat barang dan/ atau jasa" tersebut. Prinsip ini terkait erat dengan hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha yang mendasarkan pada kontrak bukan merupakan syarat.

Di Indonesia, prinsip ini tergambar dalam beberapa ketentuan di KUHPerdara, yaitu Pasal 1365, Pasal 1366, dan Pasal 1367 KUHPerdara.

⁶ Pihak pengguna internet yang hendak melakukan transaksi, ISP, dan pihak lain yang terlibat dalam transaksi di internet juga mempunyai tanggung jawab untuk memahami kebijakan keamanan dari system yang digunakan yang meliputi proses, mekanisme, dan prosedur untuk menjaga keamanan data.

Pasal 1365 KUHPerdara mengharuskan terpenuhinya empat unsur pokok untuk dapat dimintai pertanggung jawaban hukum dalam perbuatan melawan hukum, yaitu adanya perbuatan, adanya unsur kelalaian, adanya kerugian yang diderita, dan adanya hubungan kausalitas anatar kesalahan dan kerugian.

Pengertian perbuatan melawan hukum ini dapat dilihat dalam suatu yurisprudensi yang memberikan pengertian memperluas dari arti sempit sebelumnya. Perbuatan melawan hukum dalam arti sempit merupakan suatu perbuatan yang bertentangan dengan hak orang lain dan/atau bertentangan dengan kewajiban hukum sendiri yang ditentukan oleh undang-undang. Artinya, perbuatan yang tidak diatur dalam undang-undang walupun merugikan pihak lain bukan merupakan perbuatan

melawan hukum. Oleh karena itu, tidak mungkin pihak pelaku usaha dimintai pertanggungjawabannya.

Karena tidak sesuai dengan perkembangan zaman maka sejak tanggal 31 Januari 1919, yurisprudensi dalam Arrset Hoga Raad kasus Cohen-Lindenbaum memperluas pengertian perbuatan melawan hukum, yaitu perbuatan melawan diartikan sebagai suatu perbuatan atau kealpaan yang bertentangan dengan hak orang lain, atau bertentangan dengan kewajiban hukum si pelaku, atau bertentangan dengan kesusilaan dan keharusan yang harus diindahkan dalam pergaulan hidup terhadap orang lain atau benda. Jadi, terdapat empat unsur mengapa suatu perbuatan dikategorikan ke dalam perbuatan melawan hukum, yaitu:

- a) Pebuatan tersebut bertantanga denga hak orang lain.
- b) Bertentangan dengan kewajiban hukum sendiri
- c) Bertentangan dengan kesusilaan; dan
- d) Bertentangan dengan keharusan yang harus diindahkan dalam dikatakan masyarat mengenai orang lain atau benda.

B. Penyelesaian Sengketa Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce

1. Pengertian Sengketa Konsumen

Menurut Shidarta sengketa konsumen adalah sengketa berkenaan dengan pelanggaran hak – hak konsumen. Lingkupnya

mencakup semua segi hukum baik keperdataan, pidana maupun tata usaha negara. Oleh karena itu tidak digunakan istilah “sengketa transaksi konsumen” karena yang terakhir terkesan lebih sempit, yang hanya mencakup aspek hukum keperdataan saja³.

Sedangkan Az. Nasution mengemukakan, sengketa konsumen adalah setiap perselisihan antara konsumen dengan penyedia produk konsumen (barang dan/atau jasa konsumen) dalam hubungan hukum satu sama lain, menegnai produk konsumen tertentu⁴. Sengketa ini dapat menyangkut pemberian sesuatu, berbuat sesuatu, atau tidak berbuat sesuatu sebagaimana diatur dalam Pasal 1233 Jo 1234 KUH Perdata atau dapat pula berbagai kombinasi dari prestasi tersebut. Objek sengketa konsumen dalam hal ini dibatasi hanya menyangkut produk konsumen yaitu barang atau jasa yang pada umumnya digunakan untuk keperluan rumah tangganya dan tidak untuk tujuan komersial. “Dan janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil, dan (janganlah) kamu menyuap dengan harta itu kepada para hakim, dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui”

2. Mekanisme Penyelesaian Sengketa Transaksi Bisnis Internet Dalam Perlindungan Konsumen

Salah satu hak konsumen yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan secara patut. Selain itu, salah satu kewajiban pelaku usaha adalah memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan (Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 7 butir f). Kewajiban tersebut termasuk juga bila barang dan/atau jasa diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Mekanisme dari pelaksanaan hak konsumen yang saat ini berlaku adalah dengan pengaduan masalah melalui pihak Lembaga Swadaya Masyarakat (YLKI), Direktorat Perlindungan Konsumen Deperindag dan tentunya pelaku

usaha sendiri.⁷ Direktorat Perlindungan Konsumen Deperindag, upaya konsumen yang dapat dilakukan hampir sama dengan YLKI, yaitu melakukan pengaduan edisertai dengan bukti kejadian. Perbedaannya adalah pada saat pemanggilan pelaku usaha untuk dimintai keterangan perihal masalah yang ada. Kemudian dari sisi pelaku usaha, pada umumnya pengaduan yang ada dapat berasal dari saluran telepon yang diterima oleh customer service. Dari ketiga pihak yang menyediakan saluran pengaduan terhadap permasalahan konsumen tentunya akan berbeda dalam menanggapi transaksi yang dilakukan di medium internet. Mekanisme penyelesaian sengketa konsumen dapat terjadi dengan dua cara, berikut ini.

- a. Pihak konsumen yang dirugikan dapat mengajukan gugatan kepada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).
- b. Pihak konsumen yang dirugikan dapat mengajukan gugatan melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.

Penyelesaian sengketa konsumen tersebut dapat dilakukan melalui pengadilan atau diluar pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela dari pihak yang bersengketa (Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 15 ayat 2).

3. Penerapan Alternatif Penyelesaian Sengketa

Selain penyelesaian guagatan, para pihak dapat menyelesaikan sengketa melalui arbitrase atau alternative penyelesaian sengketa. Cara penyelesaian sengketa melalui arbitrase dan alternative penyelesaian sengketa telah diatur dalam Undang- Undang Nomor 30 Tahun 1999. Dalam Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa dikenal beberapa cara penyelesaian sengketa, yaitu:

1. Arbitrase;
2. Konsultasi;
3. Negosiasi;
4. Mediasi;
5. Konsiliasi; atau
6. Penilaian ahli.

Di antara keaman cara penyelesaian sengketa di luar pengadilan tersebut, hanya

penyelesaian sengketa melalui arbitrase yang menghasilkan putusan memaksa yang dijatuhkan oleh pihak ketiga, yaitu arbiter atau mejalis arbiter, sedangkan cara penyelesaian sengketa, penyelesaian sengketa, penyelesaiannya diserahkan kepada para pihak, paling tidak hanya mendapat saran dari para pihak ketiga yang memfasilitasi perundingan antara para pihak.

Berdasarkan Undang-Undang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, suatu sengketa dapat diselesaikan melalui alternative penyelesaian sengketa yang didasarkan pada itikad baik dengan mengesampingkan penyelesaian secara litigasi di pengadilan negeri (pengadilan niaga). Penyelesaian sengketa melalui alternative penyelesaian sengketa tersebut diselesaikan dalam pertemuan langsung oleh para pihak yang hasilnya ditungkan secara tertulis. Apabila para pihak tidak dapat menyelesaikan sengketa tersebut, para pihak atas kesepakatan terlulis dapat menyelesaikannya dengan bantuan pihak ketiga.

Peran pihak ketiga ini hanya sekedar mempermudah jalannya perundingan para pihak agar tercapai mudah jalannya perundingan para pihak agar tercapai kesepakatan. Kesepakatan itulah yang pada akhirnya mengikat para pihak setelah ditandatangani dan didaftarkan di Pengadilan Negeri (Pengadilan Niaga).

Berbeda dengan altenatif penyelesaikan sengketa, penyelesaian sengketa melalui arbitrase merupakan cara penyelesaian sengketa yang memang sejak awal diserahkan kepada pihak ketiga untuk memberikan keputusan yang mengikat para pihak, uang putusannya bersifat final dan mempunyai kekuatan hukum tetap dan mengikat para pihak.⁸

4. Penerapan Arbitrase Online sebagai ODR dalam Penyelesaian Sengketa

Dalam penyelesaian sengketa E-Commerce internasional dimungkinkan untuk diselesaikan-terutama yang meliputi sengketa bernilai kecil-dalam forum yang tepat, yaitu dengan "ODR" yang menjadi cara praktis untuk memberi konsumen remedy yang tepat, murah dan

⁷ Edmon Makarim, *Pengantar Hukum Telematika*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2005), h.404

⁸ Ahmad Miru *Hukum Merek Cara Mudah Mempelajari Undang-Undang Merek* (Jakarta. 2005) PT Raja Grafindo. h. 95-101.

efektif, serta mengurangi penentuan perkara di negara asing⁹. ODR mencakup sejumlah proses yang secara umum mempunyai dua ciri: “DR (yakni dispute resolution) dan “O” (yakni online). Dengan kata lain, menyelesaikan sengketa dan dilakukan secara elektronik. Semua bentuk Alternatif Penyelesaian Sengketa (APS) tradisional terwakili di jaringan. Selain itu, ada proses penyelesaian sengketa baru: automated atau blind-bidding negotiation, ini adalah contoh mekanisme yang hanya ada di online. Gambaran lain adalah non-binding arbitration. Meskipun tidak seluruhnya tidak ada di offline, tetapi ini cenderung menggambarkan seluruh potensi online dan sebagai salah satu mekanisme ODR paling menonjol untuk jenis-jenis sengketa tertentu.¹⁰

Keuntungan bagi pembeli dan pelaku usaha transaksi E-Commerce dalam penyelesaian sengketa melalui ODR, antara lain:¹¹ Pertama, penghematan waktu dan uang. Sesungguhnya hal ini sudah tampak dalam APS secara “tradisional” dibandingkan dengan penyelesaian melalui jalur litigasi, namun, penyelesaian sengketa secara online akan lebih hemat dibandingkan dengan alternatif penyelesaian sengketa offline. Keuntungan ini karena para pihak tidak perlu membayar biaya yang harus dikeluarkan untuk menghadiri persidangan dan biaya-biaya yang berkaitan dengan hal itu. Kecepatan ODR adalah salah satu keuntungan dasarnya.

Pihak-pihak dan pihak netral tidak perlu melakukan perjalanan untuk bertemu; mereka tidak perlu ada di waktu yang sama; jangka waktu antara penyerahan dapat singkat; penyelesaian dapat berdasarkan dokumen saja.¹² Kedua, biasanya biaya layanan penyelesaian sengketa perdata adalah gabungan dari biaya institusi penyelesaian sengketa, fee dan biaya pihak netral (mediator atau arbiter), dan biaya para pihak, termasuk

ongkos hukum. Dalam ODR, beberapa biaya ini tidak ada atau berkurang signifikan. Sebagai contoh tidak ada biaya perjalanan bagi para pihak yang netral dan para pihak yang bersengketa. Bagi konsumen E-Commerce yang menghindari biaya besar dalam penyelesaian sengketa, tentu akan lebih mudah menerima penyelesaian sengketa secara elektronik, karena mereka dapat mengerjakannya sendiri dengan fasilitas komputer yang dimiliki. Dalam penyelesaian sengketa kasus B2C digunakan model unilateral user fees yang menetapkan pihak pelaku usaha yang bersengketa menanggung semua biaya. Hal ini dapat dilakukan dalam bentuk kontribusi tahunan (misalnya biaya keanggotaan atau trust mark) atau dari pembayaran masing-masing kasus. Oleh karena itu, proses penyelesaian sengketa tergantung pada pendanaan oleh salah satu pihak secara eksklusif.

Ketiga, pihak yang menggunakan akses internet lebih yakin dalam menghadapi proses yang akan dijalannya, sebab mereka dapat dengan mudah mengontrol dan merespons apa yang terjadi dalam proses; Keempat, jika para pihak enggan melakukan tatap muka, dapat menghindari pertemuan dengan pihak lawannya. Para pihak dapat menghindarkan diri perasaan takut akan diintimidasi dalam proses. Hal ini merupakan persoalan psikologis. Bentuk cara penyelesaian sengketa dengan cara ODR tidak jauh berbeda dengan APS di dunia nyata, namun sarana yang digunakan berbeda, yakni dengan sarana internet. Bentuk cara penyelesaian sengketa, yaitu: tidak ada pihak ketiga (negosiasi), atau ada yang tidak dapat membuat keputusan pada sengketa tersebut (mediasi), atau yang dapat membuat keputusan (arbitrase). Di offline, arbitrase dianggap bentuk penyelesaian sengketa alternatif yang utama, karena dari sifat yudisialnya, syarat-syarat dan proses yang dapat digunakan, karakter yang mengikat dan kemudahan pelaksanaan hasilnya, serta bantuan secara hukum yang diwajibkan kepada pengadilan dalam prosedur pelaksanaan putusan arbitrase.

Di online, arbitrase memberikan harapan yang besar untuk penyelesaian sengketa dalam ruang cyber, karena dua alasan. Pertama, karena kurangnya efektivitas mekanisme penyelesaian sengketa yang konsensual dan

⁹ Karen Alboukrek, “Adapting to A New world of E-Commerce: The Need for Uniform Consumer Protection in the International Electronic Marketplace”, *George Washington International Law Review*, 2003, h. 443.

¹⁰ Gabrielle Kaufmann-Kohler dan Thomas Schultz, *Online Dispute Resolution: Challenges For Contemporary Justice*, Kluwer Law Internasional, The Netherlands, 2004, h. 11.

¹¹ ⁹ Paustinus Siburian, *Arbitrase Online: Alternatif Penyelesaian Sengketa Secara Elektronik*, (Jakarta : Djambatan, 2009) h. 110.

¹² Gabrielle Kaufmann-Kohler dan Thomas Schultz, *Op.Cit.*, hlm. 58.

non-adjudikatif.¹³ Kedua, adjudikasi di pengadilan seringkali tidak operatif karena pertentangan antara teritorialitas pengadilan dan karakter global ruang maya (cyberspace). Ketiga, arbitrase online yang lebih efektif dan tanpa melihat teritorial. Tingkat penyelesaian dari mekanisme penyelesaian sengketa non-adjudikatif tidak menunjukkan bahwa ini efektif; Banyak orang di beberapa situasi tidak mau bernegosiasi atau mediasi dan memerlukan ada orang ketiga yang memutuskan siapa yang benar dan siapa yang salah. Ini adalah salah satu alasan yang membutuhkan pengadilan.

Arbitrase adalah bentuk penyelesaian sengketa yang paling tidak alternatif; ini adalah proses penyelesaian sengketa ekstra-yudisial yang hampir sama dengan proses pengadilan ini adalah penyelesaian sengketa quasi-yudisial. Tetapi ruang siber adalah suatu lingkungan konsensual, yang membutuhkan metode-metode penyelesaian sengketa berbasis persetujuan: bukan pengadilan, tetapi arbitrase.

Perkembangan yang memungkinkan terjadinya perdagangan secara elektronik, telah mengilhami dilakukannya penyelesaian sengketa secara elektronik. Di tengah kegalauan atas sistem hukum yang tidak mudah mengikuti perkembangan dan cepatnya kemajuan, teknologi telah memberikan gagasan tentang penyelesaian sengketa secara online, dalam bentuk arbitrase secara online (e-arbitration). Arbitrase online menjadi suatu pilihan yang menarik dalam penyelesaian

sengketa E-Commerce¹⁴

Karakteristik transaksi di internet merupakan transaksi lintas batas geografis yang menghubungkan antara konsumen dengan pelaku usaha dari berbagai negara yang dapat melahirkan sengketa. Di mana sengketa tersebut nilai nominalnya sebahagian sangat kecil, tetapi membutuhkan penyelesaian yang cepat dan dengan biaya yang tidak terlalu mahal. Berbagai upaya telah dilakukan, di antaranya dengan menyediakan alternatif penyelesaian sengketa secara online, seperti arbitrase online.

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi E-Commerce yang timbul dari adanya hak dan kewajiban dari kedua belah pihak yang diatur dalam Undang-Undang No 8 Tahun 1999 terdapat dalam Pasal 4 ayat (3) dan pada pasal 4 ayat (6) "hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen", kewajibannya pelaku usaha harus didasari oleh Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
2. Beberapa jalur penyelesaian sengketa yang dapat ditempuh diantaranya melalui jalur pengadilan yang diatur dalam pasal 45 dan pasal 46 Undang-undang Perlindungan Konsumen, serta Pasal 47 mengenai penyelesaian sengketa diluar pengadilan "Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai

¹³ Tingkat penyelesaian dari mekanisme penyelesaian sengketa non-adjudikatif tidak menunjukkan bahwa ini efektif; Banyak orang di beberapa situasi tidak mau bernegosiasi atau mediasi dan memerlukan ada orang ketiga yang memutuskan siapa yang benar dan siapa yang salah. Ini adalah salah satu alasan yang membutuhkan pengadilan. Arbitrase adalah bentuk penyelesaian sengketa yang paling tidak alternatif; ini adalah proses penyelesaian sengketa ekstra-yudisial yang hampir sama dengan proses pengadilan; ini adalah penyelesaian sengketa quasi-yudisial. Tetapi ruang siber adalah suatu lingkungan konsensual, yang membutuhkan metode-metode penyelesaian sengketa berbasis persetujuan: bukan pengadilan, tetapi arbitrase. Lihat Ibid., dikutip dari L.J. Gibbons, "Rusticum Judicium? Private "Courts" Enforcing Private Law and Public Rights: Regulating Virtual Arbitration in Cyberspace", Ohio Northern Law Review, 2003, hlm. 775-776.

Penyelesaian sengketa secara online mulai dilakukan pada tahun 1995 dengan didirikannya Virtual Magistrate pada Vilanova Center for Law & Technology. Tujuannya adalah menjadi penyedia jasa penyelesaian sengketa, khusus untuk sengketa-sengketa secara online. Kasus pertama ditangani pada tahun 1996. Dalam kasus tersebut seseorang telah mengajukan gugatan karena telah menerima iklan-iklan yang tidak diminta melalui e-mail yang dikirimkan dengan menggunakan alamat dari America Online (AOL). AOL setuju untuk menanggapi gugatan ini dan Virtual Magistrate yang menangani perkara tadi mengabulkan gugatan penggugat dan memerintahkan kepada AOL untuk tidak lagi mengirim email yang berisi iklan. Artikel diakses pada tanggal 3 maret 2014 <http://vmag.org/docs/press/052196.html>.

tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen”.

B. Saran

1. Kepada pihak konsumen yang hendak melakukan transaksi dimedia internet kiranya lebih memperhatikan unsur kehati-hatian dalam melakukan transaksi, kenali terlebih dahulu alamat web yang menyediakan jasa jual beli dimedia internet serta pahami klausula baku yang diadakan oleh pihak pelaku usaha atau penjual. Serta memahami hak dan kewajiban penjual dan pembeli.
2. Perlunya penjelasan yang dini terhadap konsumen dalam melakukan transaksi dimedia internet ini, dikarenakan transaksi yang dilakukan oleh kedua belah pihak ialah transaksi yang berbentuk (digital electronic economy).

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Arief, Mansur Didik M dan Gultom Elisatris. Cyber Law Aspek Hukum Teknologi Informasi, Bandung : PT Refika Aditama, 2005.
- Darus Badruzaman Mariam. Perlindungan Terhadap Konsumen Dilihat Dari Sudut Perjanjian Baku (Standar),dalam BPHN, Simposium Aspek – Aspek Hukum Perlindungan Konsumen, Bandung : Binacipta, 1986.
- Fuady, Munir. Hukum Kontrak (Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis), Bandung : PT.Citra Aditya Bakti, 2001.
- Gunawan Johannes. Hukum Perlindungan Konsumen, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.
- Hejazziey, Djawahir, Ria Saftri dan M. Yasir. Hukum Perikatan, Jakarta : Prodi Ilmu Hukum FSH UIN Jakarta, 2011.
- H.S., Salim. Hukum Kontak Teori & Teknik Penyusunan Kontrak, Jakarta : Sinar Grafika, 2006.
- Imammulhadi. Penyelesaian Sengketa Dalam Perdagangan Secara Elektronik, Jakarta : Elips, 2002.
- Indrajit Richardus Eko, E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis Di Dunia Maya, Jakarta: PT.Elex Media Komputindo, 2001.
- K B Kamlesh dan Nebjani Nag, Electronic Commerce the Cutting of Business (New Delhi: Tata Mc Graw Hill Publising Company Limited, 2000.
- M. Arief Mansur Didik dan Elisatris Gultom , Cyber Law Aspek Hukum Teknologi Informasi, Bandung : PT Refika Aditama, 2005.
- Makarim, Edmon. Kompilasi Hukum Telematika, Jakarta : PT. Gravindo Persada, 2000.
- Makarim, Endom. Penghantar Hukum Telematika, Jakarta : PT. Gravindo Persada, 2005.
- Miru Ahmadi, Hukum Perlindungan Konsumen ,Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2011.
- Miru, Ahmad dan M.S. Sakka Pati. Hukum Perikatan Penjelasan Makna Pasal 1233 sampai 1456 BW, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2011.
- Miru, Ahmadi dan Sutarman Yodo. Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta : Rajawali Pers 2011.
- Mujahid, Ramli Ahmad. Cyber Law dan HAKI Dalam Sistem Hukum Indonesia, Bandung : Refika Aditama, 2004.
- Nasution Az., Konsumen dan Hukum, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995. Nugroho, Adi. E- Commerce Memahami Pedagangan Modern Di Dunia Maya, Bandung: Informatika Bandung, 2006.
- Poerwadarminta W.J.S, Kamus Umum Bahasa Indonesia, Cetakan IX, Jakarta: Balai Pustaka, 1986.
- R, Subekti. Hukum Perjanjian, Jakarta : PT. Intermessa, 1996.
- Shidarta, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana, 2004.
- Sibirian Paustinus, Arbitrase Online: Alternatif Penyelesaian Sengketa Secara Elektronik, Jakarta: Djambatan 2009,
- Sunarso, Siswanto. Hukum Infromasi dan Transaksi Eletronik Studi Kasus: Prita Mulyasari, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2009.
- Supriani, Niniek, Cyberspace problematika dan antisipasi pengaturannya, Jakarta: Sinar Grafika, 2009.
- Subekti, R, Aneka Perjanjian, Jakarta: PT. Citra Aditya Bakti, 1995.

Tri Siwi Krstiyanti Celina, Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta: Sinar Grafika, 2011.

W Benjamin dan Jane K W, The Law of Electronic Commerce T.tp.,New york Aspen and Business 1999.

Widjaja, Gunawan dan Kartini Muljadi. Jual Beli, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2004.

W.Purbo Onno dan Aang Arif Wahyudi, Mengenal e-Commerce , Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001.

Website:

<http://statushukum.com/tag/perlindungan-hukum-represif>

<http://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt50bf69280b1ee/perlindungan-hukum-bagi-konsumen-belanja-online>

Perundang-Undangan :

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer).

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Transaksi Elektronik. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.