

Article Info

Submitted: 9 February 2023 | **Reviewed:** 6 July 2023 | **Accepted:** 30 July 2023

ANALISIS ATURAN KEGIATAN PERDAGANGAN *E-COMMERCE* DALAM PERLINDUNGAN TERHADAP KONSUMEN (STUDI PADA APLIKASI SHOPEE ONLINE)

Anggita Anggriana¹

Abstract

The existence of online transactions, even though it provides convenience, certainly does not rule out the possibility of risks that must be faced by its consumers. The trend of online shopping in e-commerce has grown quite rapidly, and Shopee has become one of the choices for consumers for buying and selling transactions online. On that basis, it is essential to analyze the government regulations and policies issued by e-commerce, in this case, e-commerce Shopee, regarding consumer protection. This study uses an empirical juridical method. Source of data obtained from primary data and secondary data. The data collection method is through interviews with Shopee users, and secondary data is obtained through related literature, including laws, books, scientific journals, and sources related to government regulations and Shopee e-commerce. The results show that consumer protection in online transactions mainly refers to Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection (UU Perlindungan Konsumen/UUPK), even though there have been regulations from the government regarding online transactions. E-commerce Shopee also provides consumer protection regulations in the form of policies, one of which is a policy on returning goods and funds, which is one of the risks that consumers are vulnerable to when conducting online buying and selling transactions. Therefore, between government regulations and e-commerce policy regulations, there must be a connection so that there are no multiple interpretations from consumers. Until now, e-commerce policies have complied with UUPK, but they have not been able to fully become a solid support for consumer protection, especially in online transactions.

Keywords: consumer protection; e-commerce; government regulation

Abstrak

Adanya transaksi secara online meskipun memberikan kemudahan tentu tidak menutup kemungkinan adanya risiko yang harus dihadapi para konsumennya. Tren berbelanja online pada e-commerce cukup berkembang pesat hingga saat ini dan e-commerce Shopee menjadi salah satu pilihan konsumen untuk melakukan transaksi jual beli online. Atas dasar tersebut maka penting untuk dikaji bagaimana ketentuan dalam regulasi pemerintah dan kebijakan yang dikeluarkan oleh pihak e-commerce, dalam hal ini Shopee, terkait perlindungan konsumen.

¹ Fakultas Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Pontianak, Jl. Letnan Jenderal Soeprapto No. 19, Pontianak, Kalimantan Barat, Indonesia, email : tita.anggriana@gmail.com

Penelitian ini menggunakan metode yuridis empiris. Sumber data diperoleh dari data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data melalui wawancara dengan pengguna Shopee, dan data sekunder didapatkan melalui literatur terkait diantaranya undang-undang, buku, jurnal ilmiah, dan sumber terkait regulasi pemerintah dan e-commerce Shopee. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan konsumen dalam transaksi secara online sebagian besar masih merujuk pada Undang-Undang nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) meskipun telah ada regulasi dari pemerintah terkait transaksi yang dilakukan secara online. Pihak e-commerce Shopee juga memberikan aturan perlindungan konsumen dalam bentuk kebijakan tentang pengembalian barang dan dana, yang mana hal tersebut menjadi suatu mitigasi risiko yang rentan dihadapi oleh para konsumen dalam menikmati transaksi jual beli online. Maka dari itu, perlu adanya kesesuaian antara regulasi pemerintah dengan regulasi kebijakan pihak e-commerce agar tidak adanya multitafsir dari para konsumen. Sampai saat ini kebijakan e-commerce telah sesuai dengan UUPK meskipun belum dapat sepenuhnya menjadi pondasi yang kokoh dalam perlindungan konsumen, terutama pada transaksi online.

Kata Kunci: e-commerce; perlindungan konsumen; regulasi pemerintah

I. Pendahuluan

Kebutuhan hidup yang dinamis menghantarkan gaya hidup yang berubah. Pada awalnya, masyarakat terbiasa melakukan pembelanjaan melalui metode secara langsung, namun saat ini mulai beralih ke transaksi dengan pendekatan *online* tanpa mengharuskan adanya tatap muka. Terlebih dalam keadaan pandemi yang memberikan keterbatasan akses dalam berbelanja secara langsung serta adanya kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), menjadikan model belanja *online* solusi untuk saat ini. Menurut Juniar & Jusrianti, pandemi Covid-19 telah membatasi mobilitas masyarakat, salah satunya akibat kebijakan pembatasan sosial yang dikeluarkan oleh pemerintah yang telah mengubah banyak aspek kehidupan manusia, termasuk cara masyarakat berbelanja.² Data riset dari *YouDesk* turut menunjukkan bahwa 8 dari 10 orang Indonesia yaitu sebesar 82% melakukan pembelanjaan *online*.³

Terdapat beberapa keuntungan dalam melakukan belanja secara *online*. Antusias Dalam aktivitas berbelanja *online*, konsumen tidak perlu menghabiskan waktu untuk pergi ke toko.⁴ beberapa keuntungan lain misalnya, ketersediaan barang yang ditawarkan beragam, kemudahan dan kepraktisannya, keamanan dan

² Andi Maghfirah Juniar dan Jusrianti. 2021. "Belanja *Online* Di Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Kota Makassar", *Jurnal Emik*, 4(1): 38. <https://doi.org/10.46918/emik.v4i1.850>

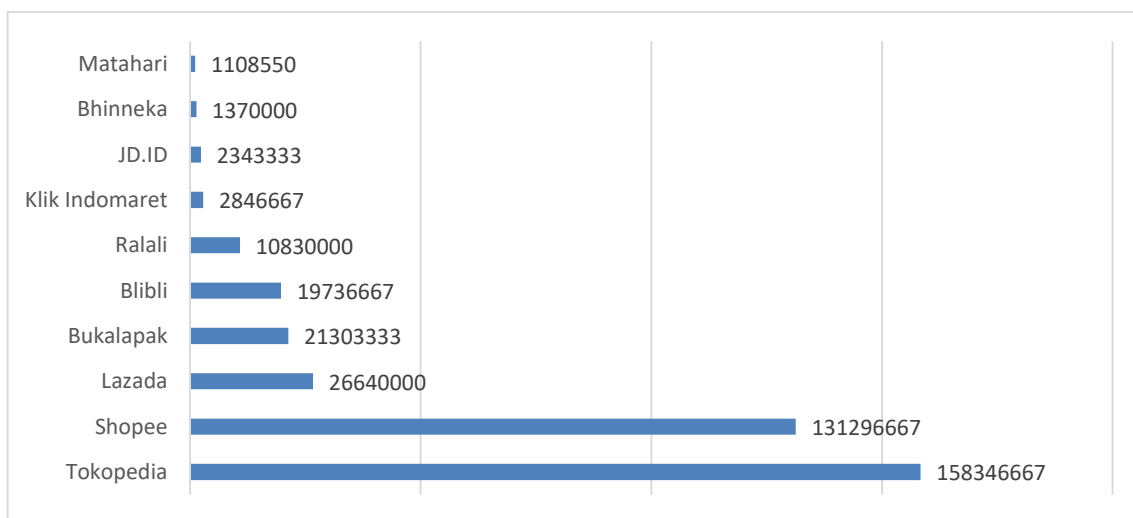
³ Nuzulia Nur Rahma. 2010. "Riset Tren Festival Belanja *Online* The Trade Desk Dan Yougov Temukan Data Unik", Tersedia pada: <https://wartaekonomi.co.id/read356042/riset-trend-festival-belanja-online-the-tradedesk-dan-yougov-temukan-data-unik>. (Diakses 5 November, 2022).

⁴ Indonesiabaik.Id. 2018. "Tren Belanja Online Warganet Indonesia", Tersedia pada: <https://indonesiabaik.id/infografis/tren-belanja-online-warganet-indonesia>. (Diakses 7 Juni, 2023).

kenyamanannya, penawaran diskon pembelian barang yang lebih praktis⁵, serta metode pembayaran atau transaksi yang jauh lebih mudah. Namun perlu diingat bahwa tingginya minat masyarakat untuk melakukan transaksi belanja *online* beriringan dengan risiko dalam bertransaksi secara *online*, mengingat kegiatan jual beli tidak dilakukan secara langsung. Hal ini meningkatkan potensi kejahatan seperti ancaman penipuan hingga pembobolan akun sehingga menuntut konsumen untuk lebih berhati-hati dalam menggunakan platform *e-commerce*.⁶

Merujuk pada data hasil survey dari databoks pada tahun 2022, *e-commerce* dengan pengunjung terbanyak di Indonesia dipegang oleh Tokopedia pada peringkat pertama, Shopee pada peringkat kedua, dan Lazada pada peringkat ketiga. Adapun jumlah pengguna dan peringkat 10 TOP *E-commerce* di Indonesia ditunjukkan pada infografis pada gambar 1.

Grafik 1. Peringkat e-commerce di Indonesia



Sumber data: databoks.katadata.co.id

Grafik ini menunjukkan adanya pertumbuhan transaksi belanja *online* yang mencakup aktivitas penjualan, pembelian dan pembayaran sejumlah barang maupun jasa.⁷ Shopee menjadi salah satu *e-commerce* yang menjadi pilihan masyarakat dalam

⁵ Andi Maghfirah Juniar dan Jusrianti Uci, *Op.Cit.*

⁶ Bimo Aria Fundrika. 2021. "Tren Belanja *Online* Naik, Pelanggan Perlu Makin Cerdas Dan Hati Hati". Tersedia pada: <https://www.suara.com/lifestyle/2021/09/24/213500/tren-belanja-online-naik-pelanggan-perlu-makin-cerdas-dan-hati-hati-kenapa>. (Diakses 7 Juni, 2023).

⁷ Alek Kurniawan. 2021 "Tren Belanja *Online* Selama Pandemi Barang Yang Dibeli Masyarakat". Tersedia

berbelanja *online*. Banyak faktor yang menjadikan Shopee lebih dikenal konsumen, salah satunya terkait dengan fasilitas pembayaran. Shopee telah membentuk bank sendiri yakni Sea Bank serta memiliki sarana *e-money* yang bernama Shopeepay. Hal ini yang membedakan Shopee dengan *e-commerce* lain yang sebagian besar masih menggunakan pihak ketiga dalam transaksi *e-money*. Selain itu, Shopee bersifat *consumer-to-consumer*, artinya, meskipun merupakan platform jual beli melalui transaksi *online*, namun Shopee juga memberikan konsep sosial dimana pengguna Shopee dimudahkan dalam berinteraksi secara dua arah. Selain itu, Shopee menghadirkan fitur pesan instan secara langsung, adanya hastag untuk menemukan kategori produk, tawaran gratis ongkir, fitur live chat, dan adanya garansi termurah.⁸

Terkait sifat *consumer-to-consumer* dalam *e-commerce*, menurut Chawla & Kumar⁹ perlu adanya regulasi untuk memperketat keamanan konsumen, sebagaimana praktek bertransaksi pembelanjaan *online* di India yang mengacu pada *Organisation for Economic Cooperation and Development* (OCED). Adapun regulasi tersebut mengatur konteks privasi dan risiko keamanan, perlindungan pembayaran dan keamanan produk. Lebih lanjut, Chawla & Kumar menekankan pentingnya otoritas perlindungan konsumen dalam memastikan kemampuan mereka untuk melindungi konsumen *e-commerce* dan bekerja sama dalam masalah lintas batas.¹⁰

Regulasi mengenai keamanan dan perlindungan konsumen menjadi penting dalam aktivitas belanja *online* mengingat tingkat resikonya yang cukup tinggi terhadap konsumen misalnya ketidaksesuaian atas tampilan barang yang dipesan dengan kenyataan barang yang diterima, barang yang dibeli tidak dapat diterima secara langsung karena memerlukan waktu pengiriman, kerentanan terhadap kerusakan barang dalam proses pengiriman, dan kerentanan terhadap penipuan.¹¹ Indonesia telah memiliki aturan mengenai perlindungan konsumen yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 terkait Perlindungan Konsumen (UUPK) yang memberikan mengatur transaksi jual beli. Untuk merespon kegiatan transaksi *online*, dikeluarkan pula Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 mengenai Penyelenggaraan Sistem dan

pada: <https://money.kompas.com/read/2021/06/24/111700226/tren-belanja-online-selama-pandemi-barang-apa-yang-banyak-dibeli-masyarakat->. (Diakses 7 Juni, 2023)

⁸ Amelia. 2018. "Hinet. Keunikan Belanja Di Shopee Dibanding Yang Lain". Tersedia pada: <https://www.hinet.co.id/keunikan-belanja-di-shopee-dibanding-yang-lain/>. (Diakses 7 Juni, 2023)

⁹ Neelam Chawla dan Basanta Kumar, "E-Commerce And Consumer Protection In India: The Emerging Trend," *Journal Of Business Ethics*, 180(2): 583. <https://doi.org/10.1007/s10551-021-04884-3>.

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ Andi Maghfirah Juniar dan Jusrianti. *Op. Cit.*

Transaksi Elektronik (PP PSTE).¹² PP PSTE adalah turunan dari Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) sebagaimana telah diubah oleh Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU 19/2016).

Terkait permasalahan keamanan dalam perlindungan konsumen, berbagai acuan hukum menjadi pendukung untuk melengkapi permasalahan dalam akses jual beli *online*. Aturan hukum yang diberlakukan oleh pemerintah turut didukung dengan salah satu kebijakan yang dikeluarkan pihak Shopee yaitu terkait dengan kebijakan tentang pengembalian dana dan barang apabila terjadi ketidaksesuaian terhadap barang yang dibeli oleh konsumen melalui *e-commerce* Shopee.

Merujuk pada latar belakang tersebut maka penting untuk diketahui bagaimana peran regulasi hukum yang ditetapkan oleh pemerintah berkesesuaian dengan kebijakan yang ditetapkan oleh perusahaan *e-commerce* Shopee sebagai bentuk perlindungan konsumen. Hal ini dilakukan dengan menganalisis Undang-Undang nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, serta kesesuaiannya dengan penetapan kebijakan regulasi oleh pihak *e-commerce* Shopee tentang kebijakan pengembalian dan dana.

Beberapa penelitian terdahulu yang terkait yakni penelitian yang dilakukan oleh Fibranti (2017) terkait *Consumer Protection In Electronic Transactions*, kemudian penelitian yang dilakukan oleh Chawla terkait *E-Commerce and Consumer Protection in India: The Emerging Trend*, dan penelitian yang dilakukan oleh Bahresyi (2018) terkait Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Jual Beli Secara *Online*. Selain itu, penelitian yang dilakukan Afrineldi berjudul Perlindungan Konsumen dalam Perdagangan Elektronik (E-Commerce) membahas mengenai model kebijakan perlindungan konsumen dalam perdagangan elektronik (*e-commerce*).¹³ Temuan dalam penelitian ini menerangkan bahwa perlindungan konsumen dapat ditempuh dengan dua model kebijakan yakni yang bersifat komplementer dan kompensatoris. Penelitian-penelitian tersebut menganalisa hukum yang ditetapkan oleh pemerintah, namun belum membahas bagaimana upaya dari perusahaan transaksi elektronik maupun *e-commerce* terlibat dalam bentuk penerbitan kebijakan dan aturan sebagai bentuk nyata dalam

¹² Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik.

¹³ Afrineldi. "Perlindungan Konsumen Dalam Perdagangan Elektronik (E-Commerce)", *Jurnal Ilmiah Publika*, 9(1): 104. <http://dx.doi.org/10.33603/publika.v9i1.5719>.

implementasi perlindungan konsumen. Maka dari itu, penelitian ini akan melahirkan *novelty* yakni pentingnya kesesuaian antara peraturan perlindungan konsumen yang diatur dalam perundang-undangan dengan kebijakan perusahaan *e-commerce* dalam bertransaksi pada aplikasi belanja *online* dengan mengajukan Shopee sebagai studi kasus.

II. Metode

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yakni yuridis empiris yakni akan menganalisis bagaimana hukum yang berlaku dalam masyarakat.¹⁴ Sumber data diperoleh dari data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data melalui wawancara bersama pengguna Shopee di Pontianak dengan kategori narasumber berusia 20 – 25 tahun untuk sebagaimana kluster pengguna transaksi *online* terbanyak, dan data sekunder didapatkan melalui literatur terkait diantaranya undang-undang, buku, jurnal ilmiah, dan sumber terkait regulasi pemerintah dan *e-commerce* Shopee. Sifat penelitian berupa deskriptif analitis yang mengungkapkan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan teori hukum.¹⁵ Penggunaan teknik analisis data kualitatif akan membantu dalam melihat kacamata keterkaitan antara regulasi dan pembahasan, serta diproses secara sistematis untuk mendapatkan klasifikasi dan tipologi yang sesuai. Analisis kualitatif disebut juga dengan analisis *ongoing analysis*.¹⁶ Sehingga penelitian ini akan mengungkapkan bagaimana peran regulasi hukum yang diberlakukan oleh Pemerintah dan dari pihak Shopee untuk memberikan perlindungan pada konsumen dalam bertransaksi belanja *online*.

III. Analisis dan Pembahasan

A. Hukum Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Belanja *Online*

Teknologi informasi telah mengubah cara bertransaksi secara konvensional dan membuka peluang baru dalam transaksi *e-commerce*. *E-commerce* mengacu pada mekanisme yang memediasi transaksi penjualan barang dan jasa melalui pertukaran elektronik. *E-commerce* meningkatkan produktivitas dan memperluas pilihan melalui penghematan biaya, daya saing dan organisasi proses produksi yang lebih baik. *E-commerce* memiliki sifat-sifat seperti terjadinya transaksi antara dua pihak, adanya

¹⁴ Zainuddin Ali. 2016. *Metode Penelitian Hukum*. Cetakan Ke 8. Jakarta: Sinar Grafika, hlm. 30.

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ Vancauteran, M Et Al., 2011. "The Impact Of Globalization On National Accounts", Perdagangan Elektronik". Dalam United Nations Economic Commission For Europe (Eds.), hlm. 249, https://www.unece.org/fileadmin/Dam/Stats/Groups/Wggn/Guidebychapters/Chapter_13.Pdf.

pertukaran barang atau jasa serta informasi, menggunakan fasilitas internet dalam prosesnya.¹⁷

Perkembangan teknologi informasi yang menciptakan *e-commerce* sekaligus mendorong peluang baru bagi kejahatan. Dalam aktivitas belanja *online*, barang dan/atau jasa dapat diperdagangkan kepada konsumen melewati batas wilayah dan negara, maka perlindungan konsumen akan selalu menjadi isu penting untuk diperhatikan.¹⁸ Perlindungan konsumen adalah masalah yang menjadi perhatian dalam aktivitas *e-commerce* di seluruh dunia. Tulisan dari Samuel Warren dan Louis Brandeis pada tahun 1890 berjudul *The Right to Privacy* menjadi titik awal undang-undang privasi konsumen di Amerika Serikat. Hal-hal yang diatur dalam peraturan tersebut memiliki tujuan utama untuk mencegah pelanggaran privasi konsumen termasuk memperhatikan perlindungan privasi. Teknologi ini mampu memfasilitasi munculnya '*Big Data*' istilah yang digunakan untuk menggambarkan pengumpulan, penyimpanan, dan analisis kumpulan data yang memiliki volume besar, variasi yang signifikan, dan kecepatan tinggi, terkadang diisi oleh kombinasi data *online* dan *offline*.¹⁹

Menurut Cockshott & Dieterich²⁰ terdapat dua alasan mengapa konsumen membutuhkan perlindungan. Pertama, konsumen tidak punya banyak pilihan selain membeli dan terikat dalam kontrak dengan persyaratan yang ditetapkan oleh perusahaan yang berkedudukan lebih kuat; kedua, perusahaan dapat memanipulasi perbedaan yang signifikan dalam pengetahuan dan kompleksitas yang menguntungkan mereka. Namun, peneliti lain seperti Ruhl (2011) percaya bahwa klaim teoritis konvensional yang meletakkan pelanggan sebagai pihak yang lebih lemah tidak lagi berlaku di zaman modern.²¹ Perlindungan konsumen dalam *e-commerce* harus dipenuhi baik oleh negara maupun pelaku usaha guna melindungi kerugian konsumen dari berbagai aspek.²²

Di Indonesia, peraturan mengenai perlindungan konsumen turut diatur pada

¹⁷ I Putu Erick Sanjaya Putra, I Nyoman Putu Budiarta Dan Ni Made Sukaryati Karma. 2019. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Barang Melalui Ecommerce", *Jurnal Analogi Hukum*, 1(2): 240. <https://doi.org/10.22225/Ah.1.2.1739.239-243>.

¹⁸ Ahmadi Miru, Juajir Sumardi, And Hasbir Paserangi. 2016. "Consumer Protection In *E-Commerce* Transactions In Indonesia", *Journal Of Law, Policy And Globalization*, 47: 135.

¹⁹ Neelam Chawla And Basanta Kumar. *Op.Cit*.

²⁰ Paul Cockshott And Heinz Dieterich. 2011. "The Contemporary Relevance Of Exploitation Theory", *Marxism* 21, 8(1): 206–208. <https://doi.org/10.26587/Marx.8.1.201102.009>.

²¹ Neelam Chawla And Basanta Kumar. *Loc.Cit*.

²² Sulasi Rongiyati. 2019. "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Dagang Melalui Sistem Elektronik", *Negara Hukum*, 10(1): 1-2.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dalam Pasal 4 yang telah mengatur tentang hak-hak konsumen yang meliputi:

1. Hak atas kenyamanan, yakni keamanan dan keselamatan dalam menggunakan dan mengonsumsi barang dan/atau jasa.
2. Hak untuk memilih dan memperoleh barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
3. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur tentang kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
4. Hak untuk didengar pendapat dan pengaduannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
5. Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan, dan penyelesaian sengketa perlindungan konsumen yang tepat.

Untuk merespon peningkatan aktivitas *e-commerce* serta melindungi akses transaksi berbelanja *online*, diterbitkanlah beberapa peraturan perundangan-undangan tentang perlindungan konsumen dalam transaksi digital. Sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE).²³ Menurut catatan sejarah legislatif, Rancangan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik diterbitkan pada tanggal 5 September 2005 dan diubah menjadi Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik.²⁴ Sedangkan UU ITE diterapkan pada 21 April 2008. Undang-Undang ini mempunyai yurisdiksi yang berlaku bagi setiap orang yang melakukan perbuatan hukum sebagaimana diatur dalam undang-undang ini, baik di dalam wilayah Indonesia maupun di luar wilayah hukum Indonesia yang mempunyai akibat hukum di wilayah hukum Indonesia dan atau di luar wilayah hukum Indonesia.²⁵

Sedangkan untuk hal konsumen yang merasa dirugikan apabila ada barang yang tidak sesuai dengan kualifikasi atau tidak sesuai dengan kesepakatan dapat merujuk

²³ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik.

²⁴ Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik.

²⁵ Rizkiyudha Brammantyo And Irham Rahman. 2019. "Legal Protection Of E-Commerce Consumers In Online Transactions In Indonesia", *American Journal Of Social Sciences And Humanities*, 4(2): 360. <https://doi.org/10.20448/801.42.358.368>.

pada UUPK yang mengatur tanggung jawab pelaku usaha. Mengenai aktivitas transaksi jual beli pada media *online*, konsumen dapat merujuk Pasal 28 ayat 1 UU ITE, tentang kerugian konsumen, yang menyatakan bahwa “*setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik*” sebagai salah satu tindakan yang dilarang. UU ini mengalami revisi dan penyesuaian kembali dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 yang merupakan perubahan dari Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Transaksi Elektronik yang telah mengatur bagaimana bentuk suatu perjanjian dengan menggunakan sarana alat elektronik serta ketentuan pidana atas tindakan yang dilarang.²⁶ Hal demikian juga diatur dalam PP PSTE.

Menurut peneliti, pengaturan hukum terkait aturan perlindungan konsumen dengan basis *online* yang dikeluarkan oleh Pemerintah Indonesia tidak dibuat dalam satu bentuk peraturan sehingga menyebabkan kebingungan publik atas ketidakkonsistenan pengeluaran dasar hukum yang diatur pada beberapa aturan undang-undang serta peraturan pemerintah. Meskipun transaksi belanja *online* melibatkan teknologi informasi sehingga termasuk dalam lingkup aturan UU ITE, namun menurut peneliti dibutuhkan integrasi dengan pengaturan mengenai perdagangan melalui sistem elektronik sehingga menghasilkan struktur aturan yang kokoh. Hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh Purba bahwa pada Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang mengatur mengenai *E-commerce* lebih lanjut, masih belum cukup baik. Contohnya, belum diaturnya mengenai hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha yang mana pengaturannya masih merujuk pada UUPK.²⁷

B. Keterkaitan Regulasi Pemerintah dan Kebijakan Perlindungan Konsumen oleh Pihak Shopee

Sebagai pelaku transaksi elektronik, Shopee tunduk kepada tata aturan hukum

²⁶ Fakultas Hukum Universitas Darmawangsa And Budi Bahreysi. 2018. “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Jual Beli Secara *Online*”, *De Lega Lata: Jurnal Ilmu Hukum*, 3(2): 132. <https://doi.org/10.30596/DII.V3i2.3157>.

²⁷ Purba, R. G. 2021. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Shopee (E-Commerce) Yang Menerima Produk Berbeda Dengan Produk Yang Dideskripsikan Dan Diperjanjikan*. Sumatera Utara: Universitas Sumatera Utara, hlm 50.

yang berlaku di dalam UU ITE.²⁸ Terdapat aturan dalam pasal 17 UU ITE yang menyebutkan bahwa: *“Para pihak yang melakukan transaksi elektronik wajib beritikad baik dalam melakukan interaksi dan/atau pertukaran informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik selama transaksi berlangsung”*. Selanjutnya, ketentuan transaksi elektronik diatur dalam Pasal 18 UU ITE, yaitu: *“Transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak”*.

Bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli pada situs belanja Shopee, yang diatur dalam Undang-Undang nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik adalah:

1. Perlindungan Terhadap Data Pribadi

Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik sudah cukup memadai dalam mengakomodasi perlindungan terhadap data pribadi konsumen. Dalam hal ini terkait dengan kerugian yang dialami konsumen Shopee mengenai pembobolan akun yang menyebabkan bocornya kerahasiaan kartu kredit milik konsumen. Perlindungan Hukum tersebut dapat terlihat dalam Pasal 26 UU ITE yang menyebutkan bahwa:

- a. Kecuali ditentukan lain oleh Peraturan perundang-undangan, penggunaan setiap informasi melalui media elektronik yang menyangkut data pribadi seseorang harus dilakukan atas persetujuan orang yang bersangkutan
- b. Setiap orang yang dilanggar haknya sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat mengajukan gugatan atas kerugian yang ditimbulkan berdasarkan undang-undang ini.

2. Perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen Shopee

Melalui penelusuran yang telah dilakukan, bentuk-bentuk kerugian yang dapat terjadi dari sisi konsumen berupa:

- a. Wanprestasi, terdapat ketidaksesuaian antara barang yang diterima dengan barang yang dipesan oleh konsumen.
- b. Pembatalan sepihak, pesanan dibatalkan sepihak oleh Shopee karena stok barang habis atau terjadi kesalahan program, padahal konsumen telah membayar lunas terlebih dahulu.
- c. Pengaduan cukup sulit, konsumen yang memiliki masalah dengan pengiriman, pengembalian barang dan/atau dana, sering mendapat ketidakjelasan dari pihak Shopee jika melakukan komplain. Mulai dari proses yang lama, hingga komplain

²⁸ Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

tidak diperhatikan.

- d. Pembobolan akun Shopee, akun konsumen dibobol kemudian pihak lain memanfaatkan data-data kartu kredit atau bank pemilik akun Shopee untuk disalahgunakan, seperti membeli barang dengan dana pemilik asli akun Shopee. Hak dan Kewajiban Konsumen Shopee serta hak dan kewajiban pelaku usaha Shopee yang diatur dalam Kebijakan Shopee sendiri telah merujuk pada peraturan perlindungan Konsumen di dalam UUPK.²⁹

Adapun Hak dan Kewajiban Konsumen Shopee serta hak dan kewajiban pelaku usaha Shopee tersebut adalah:

- a. Hak Konsumen
- 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;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- e. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- f. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;

Perlindungan konsumen yang diberikan pihak Shopee juga merujuk pada Pasal 19, 20, 21 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu terkait dengan tanggung jawab pelaku usaha, dimana pihak Shopee memberikan ganti rugi kepada konsumen yang menerima barang tidak sesuai dan melakukan klaim untuk pengembalian barang atau uang sesuai dengan syarat dan ketentuan berlaku. Menurut Gunawan Wijaya tanggung jawab pelaku usaha selalu berhubungan dengan kerugian yang dialami oleh konsumen, termasuk dalam perjanjian jual beli di dalam hukum perlindungan konsumen tanggung jawab pelaku usaha dikenal dengan istilah *product liability*.³⁰

Ganti rugi yang diberikan tidak hanya berupa pengembalian sejumlah uang, tetapi

²⁹ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

³⁰ Gunawan Widjaja And Ahmad Yani. 2000. *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, hlm. 35.

dapat pula berupa penggantian barang dan/atau jasa sejenis atau setara nilainya, atau berupa perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.³¹ Sebagaimana kebijakan dari pihak Shopee dalam pemberian ganti rugi yaitu dengan memberikan pilihan kepada konsumen mengenai pengembalian yang diinginkan melalui fitur pengajuan pengembalian.

Kebijakan Shopee yang memberikan bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen salah satunya adalah tentang pengembalian barang dan dana yang dapat diklaim konsumen apabila barang yang dibeli dari Shopee tidak sesuai maupun terdapat cacat pada barang. Perlindungan yang diberikan oleh Shopee kepada konsumen yang menerima produk yang berbeda dengan yang dideskripsikan maupun adanya cacat pada barang dilakukan dengan cara menyediakan layanan pengaduan konsumen melalui via *chat* Shopee sekarang, *e-mail*, dan telepon. Pengaduan akan ditindaklanjuti oleh Shopee dengan melakukan mediasi kedua belah pihak yang bersengketa. Apabila penyelesaian dengan cara mediasi tidak menghasilkan solusi bagi kedua belah pihak maka Shopee akan bertindak sebagai pengambil keputusan dalam penyelesaian sengketa tersebut. Apabila hasil keputusan Shopee tersebut dianggap merugikan konsumen, maka konsumen dapat menempuh jalur litigasi yaitu penyelesaian sengketa melalui pengadilan umum di yurisdiksi setempat untuk menyelesaikan setiap masalah yang timbul dari suatu transaksi.

Selain itu bentuk pertanggungjawaban Shopee dilakukan dengan cara melakukan pengembalian dana kepada pembeli setelah melakukan validasi terlebih dahulu terhadap alasan pengembalian produk tersebut. Apabila alasan pengembalian tersebut diterima maka dana akan dikembalikan kepada pembeli maksimal 3 (tiga) hari kerja. Dalam hal ini pengembalian dana ke pembeli dilakukan melalui Shopee Pay, Shopee Pay Later, Kartu Kredit, Kredivo dan Akulaku.

Menurut peneliti, kesiapan *e-commerce* dalam menghadirkan berbagai fitur harus juga turut didukung atas itikad baik yang dimiliki oleh perusahaan. Sehingga dapat memperkecil resiko penipuan pada transaksi belanja *online* karena itikad baik antara konsumen dan seller relatif terjamin. Hal ini merupakan bentuk pemenuhan kewajiban Shopee sebagai penyedia layanan jasa berdasarkan Pasal 26 UUPK yang menyatakan: "*Pelaku usaha yang memperdagangkan jasa wajib memenuhi jaminan*

³¹ Susanti Adi Nugroho. 2008. *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, Ed. 1., Cet. 1. Jakarta: Kencana, hlm. 29.

dan/atau garansi yang disepakati dan/atau yang diperjanjikan”.

Transaksi yang dilakukan dalam forum jual beli *online* akan menimbulkan hubungan hukum yang melibatkan setidaknya tiga pihak, yaitu pembeli (*buyer*), penjual (*seller*), dan *website online* (dalam hal ini adalah Shopee). Bukti nyata Shopee memberikan perlindungan konsumen yakni, memperbaiki konsep C2C dengan memberikan komunikasi langsung pada konsumen namun memberikan keterbatasan akses atas nama dan informasi akun untuk menghindari pencurian data serta ketidaknyamanan Shopee. Sebagai contoh Shopee mengeluarkan kebijakan untuk memproteksi akun konsumen pada penjual apabila transaksi jual beli sudah deal. Upaya ini dilakukan Shopee dan mendapat respon positif dari pengguna Shopee.

Kebijakan yang dikeluarkan oleh Shopee untuk memberikan perlindungan konsumen diatur pada bagian kebijakan privasi dan syarat layanan yang menurut peneliti telah sesuai dengan peraturan perundang-undangan di Indonesia.

IV. Penutup

Temuan penting pada penelitian ini adalah bahwa sistem yang aman dan andal sangat penting bagi perusahaan *e-commerce* untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan. Perlindungan konsumen merupakan suatu hal terpenting yang harus diberikan pemerintah untuk melindungi konsumen dalam setiap melakukan transaksi. Undang-Undang nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dinilai dapat memberikan perlindungan serta pengayoman terhadap hak asasi manusia dalam melakukan setiap transaksi meskipun telah ada aturan pemerintah mengenai perlindungan konsumen dalam melakukan transaksi secara *online* namun masih belum ada peraturan dari pemerintah dan *e-commerce* yang tegas cukup kuat untuk melindungi hak-hak konsumen *online* dan mendorong pertumbuhan transaksi belanja *online* di Shopee. Undang-Undang No. 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang mengatur mengenai *e-commerce* dinilai masih belum cukup baik dikarenakan belum ada diaturnya mengenai hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha sehingga perlindungan konsumen masih merujuk pada aturan di dalam UUPK. Regulasi kebijakan yang dibuat oleh pihak Shopee tentang kebijakan pengembalian barang dan dana telah sesuai dengan regulasi yang dibuat oleh pemerintah terkait perlindungan konsumen salah satunya yaitu Undang-Undang nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yaitu berupa tanggung jawab pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi kepada konsumen apabila menerima barang tidak sesuai melalui

e-commerce Shopee. Undang-undang yang mengatur perlindungan hak konsumen dalam *e-commerce* mempengaruhi kepercayaan pelanggan. Pertumbuhan *e-commerce* terlihat menjanjikan dengan kerangka hukum yang kuat dan langkah-langkah perlindungan konsumen. Namun, tidak hanya itu, pelanggan juga memiliki peran aktif yang krusial untuk mendorong sektor bisnis dalam memberikan produk dan layanan terbaik. Maka dari itu, kehati-hatian konsumen dalam menggunakan platform *e-commerce* menjadi penting.

Bibliografi

Buku:

- Adi Nugroho, Susanti. 2008. *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*. Ed. 1., Cet. 1. Jakarta: Kencana.
- Afrizal. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Ali, Zainuddin. 2016. *Metode Penelitian Hukum*. Cetakan Ke 8. Jakarta: Sinar Grafika.
- Amelia. 2018. "Hinet. Keunikan Belanja Di Shopee Di Banding Yang Lain". <https://www.hinet.co.id/keunikan-belanja-di-shopee-dibanding-yang-lain/>.
- Purba, R. G. 2021. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Shopee (E-commerce) Yang Menerima Produk Berbeda Dengan Produk Yang Dideskripsikan Dan Diperjanjikan*. Sumatera Utara: Universitas Sumatera Utara.
- Widjaja, Gunawan, And Ahmad Yani. 2000. *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Artikel Jurnal:

- Afrineldi. 2021. "Perlindungan Konsumen dalam Perdagangan Elektronik (E-Commerce)", *Jurnal Ilmiah Publika*, 9(1): 101-111. <http://dx.doi.org/10.33603/publika.v9i1.5719>
- Ahmadi Miru, Juajir Sumardi, And Hasbir Paserangi. 2016. "Consumer Protection In E-commerce Transactions In Indonesia", *Journal Of Law, Policy And Globalization*, 47: 131-137.
- Andi Maghfirah Juniar, And Jusrianti Uci. 2021. "Belanja Online Di Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Kota Makassar", *Jurnal Emik*, 4(1): 37-51. <https://doi.org/10.46918/emik.v4i1.850>

- Budi Bahreysi. 2018. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Jual Beli Secara Online", *DE LEGA LATA: Jurnal Ilmu Hukum*, 3(2): 131-143. <https://doi.org/10.30596/dll.v3i2.3157>
- Neelam Chawla, And Basanta Kumar. 2022. "E-commerce And Consumer Protection In India: The Emerging Trend", *Journal Of Business Ethics*, 180(2): 581-604 <https://doi.org/10.1007/s10551-021-04884-3>.
- I Putu Erick Sanjaya Putra, I Nyoman Putu Budiarta dan Ni Made Sukaryati Karma. 2019. "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Jual Beli Barang Melalui Ecommerce", *Jurnal Analogi Hukum*. 1(2): 239-243. <https://doi.org/10.22225/ah.1.2.2019.239-243>.
- Paul Cockshott, And Heinz Dieterich. 2011. "The Contemporary Relevance Of Exploitation Theory", *MARXISM* 21, 8(1): 206-236. 10.26587/marx.8.1.201102.009
- Rizkiyudha Bramantyo dan Irham Rahman. 2019. "Legal Protection Of E-commerce Consumers In Online Transactions In Indonesia", *American Journal Of Social Sciences And Humanities*, 4(2): 358-368. <https://doi.org/10.20448/801.42.358.368>
- Sulasi Rongiyati. 2019. "Pelindungan Konsumen dalam Transaksi Dagang Melalui Sistem Elektronik", *Negara Hukum*, 10(1): 1-25.

Peraturan Indonesia:

- Undang Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Tahun 1999 Nomor 22, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3821);
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843);
- Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik. (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 251, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5952);
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 185, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6400);
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2012 Tentang

Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 189, Tambahan Lembaran Negara Nomor 5348).

Sumber Internet:

Fundrika, B. A. 2021. "Tren Belanja *Online* Naik, Pelanggan Perlu Makin Cerdas Dan Hati Hati," Tersedia Pada: <https://www.suara.com/lifestyle/2021/09/24/213500/tren-belanja-online-naik-pelanggan-perlu-makin-cerdas-dan-hati-hati-kenapa?page=all>. (Diakses 7 Juni, 2023).

Indonesiabaik.Id. 2018. "Infografis Tren Belanja *Online* Warganet Indonesia.," Tersedia Pada:<https://indonesiabaik.id/infografis/tren-belanja-online-warganet-indonesia>.(Diakses 7 Juni, 2023).

Kurniawan, A. 2021. "Tren Belanja *Online* Selama Pandemi Barang Yang Dibeli Masyarakat," 2021. Tersedia Pada: <https://money.kompas.com/read/2021/06/24/111700226/tren-belanja-online-selama-pandemi-barang-apa-yang-banyak-dibeli-masyarakat->. (Diakses 7 Juni, 2023).

Rahma, N. N. 2021. "Riset Trend Festival Belanja *Online* The Tradedesk Dan Yougov Temukan Data Unik," Tersedia Pada: <https://www.wartaekonomi.co.id/read356042/riset-trend-festival-belanja-online-the-tradedesk-dan-yougov-temukan-data-unik>. (Diakses 5 November, 2022).

Vancauteran, M, Reinsdorf, M, Veldhuizen, E, Eugene Van Der, P., Carsten, B, And Airaksinen, A. 2011. "The Impact Of Globalization On National Accounts," Perdagangan Elektronik. Dalam United Nations Economic Commission For Europe (Eds.), 249–61, 2011. https://www.unece.org/fileadmin/DAM/Stats/Groups/Wggna/Guidebychapters/Chapter_13.Pdf.