



Efektivitas Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Di Kota Sengkang

Ahmad Fitra^{1,2}, Sufirman Rahman¹ & Anggreany Arief¹

¹Magister Ilmu Hukum, Universitas Muslim Indonesia.

²Koresponden Penulis, E-mail: ahmad.fitra@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian menganalisis efektivitas perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce di Kota Sengkang dan faktor-faktor yang mempengaruhi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian empiris. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) efektivitas perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce di Kota Sengkang masih kurang efektif (2) adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce di Kota Sengkang datang oleh pelaku usaha, konsumen dan pemerintah setempat itu sendiri yaitu rendahnya tingkat pengetahuan konsumen mengenai hak-haknya, rendahnya kesadaran pelaku usaha dalam menjalankan usahanya, kurangnya perhatian pemerintah setempat terhadap perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce, masih lemahnya pengawasan dibidang perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce, kurangnya pengetahuan masyarakat setempat mengenai tempat pengaduan apabila mengalami kerugian atau sengketa pada konsumen.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum; Konsumen; E-Commerce

ABSTRACT

The research objective to analyze the effectiveness of legal protection against consumers in e-commerce transactions in Sengkang City and the factors that influence it. This research uses empirical research methods. The results of this study indicate that: (1) the effectiveness of legal protection for consumers in e-commerce transactions in Sengkang City is still less effective (2) as for the factors that influence legal protection for consumers in e-commerce transactions in Sengkang City come by business actors, consumers and the local government itself, namely the low level of consumer knowledge about their rights, the low awareness of business actors in running their business, the lack of attention from the local government to legal protection for consumers in e-commerce transactions, still weak supervision in the field of legal protection for consumers in transactions. e-commerce, the lack of knowledge of the local community about the place of complaint when experiencing losses or disputes with consumers.

Keywords: Legal protection; Consumer; E-Commerce

PENDAHULUAN

Dari tahun-ketahun tidak bisa dipungkiri bahwasanya teknologi dan informasi semakin berkembang yang secara tidak langsung memberikan pengaruh kepada kehidupan manusia dalam berinteraksi sebagai makhluk sosial, dimana informasi yang berada di suatu negara lain begitu mudah didapat atau diakses oleh masyarakat dengan bantuan alat telekomunikasi berupa komputer atau telepon pintar dan internet dalam hitungan menit atau bahkan detik dengan sekali klik atau swab sehingga pertukaran informasi sudah bukan lagi sebuah kendala jika dipengaruhi oleh jarak (Setiawan, 2018).

Seiring dengan majunya teknologi salah satu hal yang tidak bisa dipungkiri ialah internet telah memberikan perubahan besar dalam berbagai bidang salah satunya dibidang bisnis terlebih khusus pada perdagangan yang dulunya dilakukan dengan konvensional yaitu penjual dan pembeli bertatap muka langsung disuatu tempat atau pasar untuk melakukan transaksi jual beli terhadap suatu barang. Kini transaksi jual beli bisa dilakukan tanpa harus bertatap muka langsung antara penjual dan pembeli, jarak sudah bukan sebuah masalah lagi dalam sebuah transaksi baik lokal ataupun internasional (Prastyanti, 2013).

E-commerce adalah sebuah istilah yang digunakan terhadap kegiatan jual beli atau perdagangan yang menggunakan internet sebagai medianya (Mayasari & Rudy, 2021). Di Indonesia *e-commerce* ini sangat bermanfaat bagi masyarakat dalam kegiatan jual beli karena wilayah Indonesia yang begitu luas serta adanya beberapa barang *ethnic* yang cuman bisa dijumpai atau dibeli disuatu daerah tertentu saja (Irmawati, 2011). *E-commerce* ini juga bisa dibilang bisa cukup diterima oleh masyarakat karena digunakan oleh berbagai golongan baik menengah keatas ataupun menengah kebawah sehingga bisa mendorong roda perdangan terus berputar (Andayana, 2020).

Munculnya Covid-19 membawa dampak besar terhadap roda ekonomi sekarang banyaknya pedagang yang harus gulung tikar dikarenakan tidak dapat berjualan yang dulunya mereka berjualan dipasar kini harus berdiam diri di rumah untuk menghindari persebaran virus corona, dimasa pandemi inilah penggunaan *e-commerce* sangat membantu demi menunjang roda terus berputar penjual masih bisa berjualan tanpa harus menimbulkan kerumunan dan pembeli bisa memenuhi kebutuhannya (Prasetyandari, 2021).

Dimasa pandemi ini juga mendorong masyarakat untuk lebih kreatif dan menggunakan internet lebih dari biasanya ditandai dengan munculnya banyak *onlineshop* yang berjualan barang serta jasa yang dijajakan melalui internet. *Onlineshop* adalah situs milik pribadi yang dialamnya digunakan untuk berjualan tanpa prantara (Arianto, 2020). Bukan cuman masyarakat pandemi juga mendorong perusahaan untuk membuat gebrakan untuk bisa bertahan ditandai dengan munculnya banyak *marketplace* baru. *Marketplace* adalah platform perantara yang bertugas menghubungkan pihak pembeli dan penjual, *marketplace* inilah salah satu media utama untuk *e-commerce* agar bisa berjalan (Kusuma, et.al, 2021).

Dengan munculnya banyak *onlineshop* dan *marketplace* baru juga membawa dampak negatif, munculnya beberapa oknum yang memanfaatkan celah dari *e-commerce* untuk meraup untung banyak demi tercapainya target penjualan tetapi tidak memperhatikan kualitas serta efektivitas dan efisiensi barang yang dijual disinilah

konsumen kadang mengalami kerugian maka pentingnya perlindungan hukum terhadap konsumen dianggap sangat perlu keberadaannya (Saadah, 2018).

Permasalahan yang timbul terhadap konsumen terkhusus pada perlindungan hukum terhadap konsumen *e-commerce* dianggap sangat perlu terlebih lagi Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disingkat dengan UUPK) yang di dalamnya memuat Pasal 5 yang mengatur tentang hak-hak konsumen (Saifudin, 2019). Dimana UUPK di Indonesia dianggap masih stagnan yaitu masih berfokus pada fisik bukan pada maya sedangkan dalam *e-commerce* ini menimbulkan banyak masalah baru seperti halnya barang yang dipesan tidak sesuai dengan barang yang sampai pada konsumen, kesalahan dalam metode pembayaran, serta tidak siapnya produsen dan konsumen menghadapi era *e-commerce* ini sehingga tidak menutup kemungkinan banyak masalah baru yang muncul nantinya.

Masalah perlindungan konsumen dalam *e-commerce* merupakan aspek penting untuk diperhatikan, karena beberapa karakteristik khas *e-commerce* akan menempatkan pihak konsumen pada posisi yang lemah atau dirugikan seperti:

- a. Perusahaan di internet tidak memiliki alamat secara fisik di suatu Negara tertentu, sehingga hal ini akan menyulitkan konsumen untuk mengembalikan produk yang tidak sesuai dengan pesanan.
- b. Konsumen sulit memperoleh jaminan untuk mendapatkan ganti rugi.
- c. Produk yang dibeli konsumen ada kemungkinan tidak sesuai atau tidak *compatible* dengan perjanjian awal.

Di dalam jual beli menggunakan internet, seringkali terjadi kecurangan-kecurangan tersebut. Dikutip dari Webinar BNSP atau Badan Nasional Sertifikasi Profesi yang bertemakan Modus Baru Cyber Crime di Tengah Pandemi Covid-19 yang di laksanakan pada Kamis 15 Juli 2021 via channel YouTube MNC Koran Sindo, menurut data dari POLRI, bulan April 2020 sampai di bulan Juli 2021, setidaknya ada 937 kasus yang dilaporkan. Dari 937 kasus tersebut ada tiga kasus dengan angka tertinggi yaitu kasus *provocative, hate content and hate speech* yang paling banyak dilaporkan sekitar 473 kasus kemudian disusul oleh penipuan *online* dengan 259 kasus dan konten porno dengan 82 kasus.

Diterbitkannya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang selanjutnya disingkat menjadi UU ITE 2016 disebutkan tentang transaksi elektronik salah satunya adalah kegiatan jual beli dalam media internet, di Pasal 1 ayat (2) UU ITE 2016 disebutkan transaksi elektronik adalah "*perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, dan\atau media elektronik lainnya*" sedangkan pada pasal 9 UU ITE 2016 disebutkan "*pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan*" dari beberapa pasal diatas jelas disebutkan bahwa transaksi elektronik ditekankan harus melalui media "*komputer dan/ media elektronik lainnya*" dan pada pelaku usaha harus benar mencantumkan "*informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan*" disini pula ditemukan kelemahan pada di *e-commerce* pada Pasal 9 UU ITE 2016 dengan Pasal 1320 KUH Perdata tentang syarat sahnya suatu perjanjian, karena menggunakan media elektronik yang biasa diakses oleh siapa saja dan pelaku usaha dan konsumen tidak bertatap muka secara langsung sehingga memungkinkan salah satu atau kedua belah

pihak tidak memenuhi persyaratan sah suatu perjanjian menurut Pasal 1320 KUH Perdata.

Pada *e-commerce* ini mudah sekali dilakukan penipuan karena adanya beberapa celah diluar dari sisi positifnya, konsumen dianggap lebih rentan mengalami penipuan daripada produsen dan konsumen juga harus menanggung banyak kerugian karena tidak adanya jaminan perlindungan apabila terjadi penipuan yang dilakukan pelaku usaha salah satunya barang yang tidak dikirim setelah dilakukan transaksi, barang yang sampai tidak sesuai dengan kesepakatan atau bahkan kesalahan dalam metode pembayaran (Fitriano, 2011).

METODE PENELITIAN

Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum empiris. Penelitian dilakukan dengan mengambil lokasi di Kota Sengkang Kabupaten Wajo. Pemilihan lokasi penelitian tersebut atas pertimbangan, bahwa pada Kota Sengkang Kabupaten Wajo masih sering ditemui masalah yang berhubungan dengan perlindungan terhadap konsumen terkhusus pada *e-commerce* dikarenakan *e-commerce* masih merupakan hal yang baru disana dan masih kurangnya sosialisasi mengenai perlindungan hukum terhadap transaksi *e-commerce* sehingga pengetahuan konsumen dalam melindungi dirinya masih sangat kurang.

PEMBAHASAN

A. Efektivitas perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* di Kota Sengkang.

Pengertian efektivitas adalah ketika terdapat kesamaan antara substansi peraturan perundang-undangan (*law in book*) dengan realisasi hukum (*law in action*) dalam masyarakat. Hukum dapat efektif jika faktor-faktor yang mempengaruhi hukum tersebut dapat berfungsi secara maksimal. Ukuran efektif atau tidaknya suatu peraturan perundang-undangan yang berlaku dapat dilihat melalui perilaku masyarakat yang sesuai dengan apa saja yang diharapkan atau yang dikehendaki oleh hukum atau peraturan perundang-undangan tersebut mencapai tujuan yang dikehendaki, maka efektivitas hukum atau peraturan perundang-undangan tersebut telah tercapai secara maksimal.

Berhasil tidaknya suatu hukum atau peraturan perundang-undangan sangat tergantung terhadap pada faktor-faktor yang mempengaruhinya. Menurut Lawrence M Fridman ada beberapa faktor yang mempengaruhi efektif tidaknya suatu hukum atau peraturan perundang-undangan yaitu, substansi hukum, struktur hukum dan budaya hukum.

1. Substansi hukum

Substansi hukum dalam hal ini adalah ketentuan-ketentuan yang mengatur perlindungan konsumen yaitu Undang-undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang No 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi elektronik.

Selanjutnya tanggapan responden mengenai peraturan perundang-undangan tentang perlindungan konsumen dapat dilihat dari pada tabel berikut:

Tabel. 1 Tanggapan Responden mengenai pengaruh substansi hukum terhadap efektivitas perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce di Kota Sengkang.

No	Uraian	F	P%
1	Peraturan hukum yang sudah lengkap	8	16%
2	Kurang lengkap	28	56%
3	Tidak lengkap	14	28%
Jumlah		50	100%

Sumber data kuesioner responden di Kota Sengkang tahun 2022

Dari data diatas dapat dilihat bahwa jawaban dari reponden terhadap pengaruh subtansi hukum terhadap efektivitas perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce di Kota Sengkang terdapat 8 atau 16% orang yang menyatakan peraturan hukum yang sudah lengkap, 28 orang atau 56% menyatakan kurang lengkap dan 14 orang atau 28% yang menyatakan tidak lengkap. Dari data tersebut dapat disimpulkan pengaruh substansi hukum terhadap efektivitas perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce masih kurang efektif.

Kebijakan yang tercantum dalam UUPK dan UU ITE masih kurang mumpuni untuk melindungi konsumen terkhusus konsumen dalam *e-commerce*, misalnya seringkali pelaku usaha yang menawarkan atau menjual barang melalui *e-commerce* tidak mencantumkan informasi yang lengkap sehingga konsumen dalam menentukan pilihannya mengalami kesulitan dan seringkali ditemui konsumen yang nekat melakukan transaksi meskipun sudah mengetahui atau tidak mengetahui informasi yang benar terkait barang yang ditawarkan melalui *e-commerce* sehingga mengalami kerugian dan belum lagi kondisi atau mutu barang ditawarkan melalui ecommerce seringkali tidak sesuai dengan barang yang diterima konsumen setelah melakukan transaksi sehingga konsumen dalam menuntut haknya untuk mendapat ganti rugi dalam hal konsumen ingin mengembalikan barang kepada pelaku usaha dikarenakan konsumen merasa rugi, karena mutu barang yang tidak sesuai, konsumen masih harus menanggung biaya pengiriman barang tersebut padahal pelaku usaha dalam melaksanakan kewajibannya dalam hal ini ganti rugi harus ditanggung penuh oleh pelaku usaha karena kerugian disebabkan oleh tidak beritikad baiknya pelaku usaha dalam menawarkan produknya dengan menawarkan barang yang tidak sesuai dengan kondisi yang ditawarkan.

2. Struktur Hukum

Struktur hukum adalah pola yang memperlihatkan bagaimana hukum itu dijalankan menurut ketentuan formalnya, jadi struktur hukum memperlihatkan bagaimana pengadilan, aparat pelaksana hukum dan pranata-pranata hukum lainnya berproses atau berjalan dan dijanakan.

Struktur yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pemerintah dan aplikasi pendukung dalam e-commerce (Lazada, Shopee, TokoPedia, Instagram, Facebook) dalam hal ini membuat berbagai kebijakan untuk melindungi konsumen dari yang namanya kerugian terkhusus pada konsumen yang melakukan transaksi melalui *e-commerce*.

Tabel 2. Tanggapan responden mengenai struktur hukum terhadap perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* di Kota Sengkang

No	Uraian	F	P%
1	Sudah optimal	11	22%
2	Kurang optimal	30	60%
3	Tidak optimal	9	18%
Jumlah		50	100%

Sumber data kuesioner responden di Kota Sengkang tahun 2022

Dari data diatas dapat dilihat bahwa ada 11 atau 22% reponden yang menjawab sudah optimal, 30 atau 60% orang reponden yang menjawab kurang optimal dan 9 atau 18% reponden yang menjawab tidak optimal

Kebijakan yang dibuat oleh pemerintah melalui UUPK dan aplikasi pendukung untuk melakukan transaksi *e-commerce* dalam pelaksanaannya masih kurang optimal dalam mengurangi pelanggaran yang terjadi dimasyarakat karena masih banyaknya pelaku usaha yang melanggar tanggung jawabnya sebagai pelaku usaha untuk meraup untung besar tanpa mempertimbangkan hak konsumen sehingga menimbulkan kerugian bagi konsumen. Dari 50 respoden hanya ada 11 reponden yang menjawab sudah optimal, ke 11 reponden tersebut merupakan pengguna Aplikasi Shopee yang merupakan aplikasi pihak ketiga yang memberikan jaminan keamanan bagi penggunanya dalam bertransaksi sedangkan presentasi jawaban tertinggi dari responden pertama 60 % dan kedua 18% merupakan sebagian besar pengguna aplikasi facebook dan instagram ini dikarenakan facebook dan instagram berbeda aplikasi pendukung lainnya, instagram dan facebook merupakan sosial media yang dimanfaatkan sebagian pelaku usaha untuk membuat *online shop* untuk berjualan yang dimana proses transaksi pembayarannya langsung dikirim oleh konsumen atau pembeli ke rekening pelaku usaha sebelum barang diterima sehingga tidak ada jaminan keamanan untuk konsumen. Pemerintah selaku pembuat kebijakan UUPK juga sangat kurang tanggap terhadap perkembangan yang terjadi di masyarakat dimana ditandai dengan sejak tahun 1999 belum adanya perubahan ataupun pembaharuan dalam UUPK terkait transaksi online.

3. Budaya Hukum

Budaya hukum adalah budaya atau kebiasaan buruk masyarakat yang cenderung mempengaruhi aparat penegak hukum, ataupun yang sering melakukan pelanggaran. Faktor budaya dapat mempengaruhi sikap, cara berpikir dan cara bertindak yang mengarah pada perbuatan positif ataupun negatif. Dalam hal ini sikap dari pelaku usaha, konsumen dan pemerintah

Berikut tanggapan responden mengenai budaya hukum yang terjadi dalam perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* apabila mengalami kerugian

Tabel 3 Tanggapan reponden mengenai budaya hukum terhadap perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* apabila mengalami kerugian.

No	Uraian	F	P%
1	Tidak mengadukan karena tidak mengetahui tempat pengaduan atau melapor kerugian yang dialami	13	26%
2	Mewajarkan kerugian yang dialami karena merupakan kelalaian sendiri	15	30%
3	Mengadukan langsung pelaku ke instansi berwenang	5	10%
4	Pengaduan online ke aplikasi terkait	17	34%
Jumlah		50	100%

Sumber data kuesioner responden di Kota Sengkang tahun 2022

Dari data diatas budaya hukum yang timbul pada konsumen apabila mengalami kerugian paling banyak pada paling banyak pada **pengaduan online** yakni 17 atau 34% reponden, hal in disebabkan karena beberapa aplikasi pihak ketiga dalam hal ini Shopee dan TokoPedia yang digunakan konsumen untuk transaksi *e-commerce* sudahnya menyediakan layanan pengaduan bagi pengguna aplikasinya sehingga memudahkan konsumen untuk melakukan pengaduan apabila telah mengalami kerugian tetapi pengaduannya yang ditanggapi masih sangat terbatas dan disertai dengan syarat-syarat tertentu serta tanggapan dari pihak aplikasi terkait pengaduan konsumen masih tergolong lambat. Yang terdapat 15 atau 30% responden menjawab ini disebabkan oleh konsumen kedua mewajarkan kerugian yang dialami karena merupakan kelalaian sendiri ada menganggap berbelanja melalui *e-commerce* lumrah apabila mengalami kerugian karena faktor jarak dimana konsumen dan pelaku usaha tidak bertemu secara langsung dalam proses transaksi sehingga beberapa konsumen nekat untuk tetap melakukan proses transaksi meskipun sdah mengetahui kemungkinan bisa mengalami kerugian yang disebabkan oleh pelaku usaha yang tidak beritikad baik. Sedangkan terdapat 13 atau 26% reponden yang memilih untuk Tidak mengadukan karena tidak mengetahui tempat pengaduan atau melapor kerugian yang dialami hal ini disebabkan oleh rendahnya pengetahuan konsumen mengemai UUPK itu sendiri, menurut Pasal 45 UUPK ayat 2 setiap konsumen yang merasa dirugikan oleh pelaku usaha dapat menyelesaikan perkaranya dengan cara berikut:

- a) Cara kekeluargaan
cara ini digunakan konsumen dan pelaku usaha untuk menyelesaikan masalahnya secara kekeluargaan tanpa melibatkan pihak ketiga yaitu BPSK
- b) Pengadilan
Setiap konsumen yang dirugikan atau terlibat pada suatu sengketa dapat menyelesaikan sengketanya melalui lembaga Peradilan umum. Penyelesaian sengketa terhadap konsumen melalui pengadilan merujuk pada ketentuan peradilan yang berlaku dengan memperhatikan ketentuan Pasal 45 UUPK.
- c) Di Luar Pengadilan (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen)
Dalam UUPK Upaya penyelesaian sengketa konsumen dapat melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan ssengketa dalam hal Badan Penyelesaian Sengketa

Konsumen (yang selanjutnya disingkat BPSK) tugas dan wewenang BPSK diatur dalam Pasal 54 huruf a UUPK, yakni *salah satu tugas dan wewenang dari BPSK adalah melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen dengan cara mediasi, konsiliasi dan arbitrase* dan pada Pasal 54 ayat 3 UUPK menyebutkan *bahwa putusan majelis BPSK bersifat final dan mengikat*.

- Konsiliasi, dalam KMPP 350/MPP/12?2001 Pasal 1 angka 9 menjelaskan konsiliasi adalah proses penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan dengan perantara BPSK untuk mempertemukan pihak yang bersengketa, dan penyelesaiannya diserahkan pada para pihak. Penyelesaian dengan cara ini dilakukan sendiri oleh para pihak yang bersengketa yaitu konsumenn dan pelaku usaha dengan didampingi oleh Majelis dalam upaya penyelesaiannya. Majelis berupaya untuk mendamaikan para pihak yang bersengketa dan menjelaskan peraturan perundang-undangan dibidang perlindungan konsumen. Kepada konsumen dan pelaku usaha yang bersengketa diberi kesempatan yang sama untuk menjelaskan hal-hal yang disengketan. Dalam konsiliasi ini majelis hanya bertindak pasif sebagai konsiliator dalam proses penyelesaian sengketa sedangkan keputusan atau kesepakatan penyelesaian sengketa diserahkan kepada para pihak yang bersengketa, keputusan tersebut tergantung dengan kesukarelaan para pihak.
- Mediasi, adalah cara penyelesaian sengketa melalui proses perundingan untuk memperoleh kesepakatan para pihak dengan dibantu oleh mediator. Mediator tidak berwenang untuk memutus sengketa, tetapi hanya membantu para pihak untuk menyelesaikan persoalan-persoalan yang dikuasakan kepadanya.
- Arbitrase, berasal dari kata *arbitrate (latin)* yang berarti kekuasaan untuk menyelesaikan sesuatu menurut kebijaksanaan atau damai oleh arbiter. Arbitrase adalah penyelesaian sengketa yang dilakukan para pihak secara suka rela setuju untuk terkait pada putusan pihak ketiga yang netral diluar proses pengadilan yang normal. Syarat-syarat yang harus dipatuhi oleh para pihak antara lain arbitrase tidak dilakukan tatap muka dilakukan melalui telephone dan media online kecuali ada kesepakatan dari kedua pihak, hasil penilaian arbitrase dimasukkan dalam setiap pengadilan.

Budaya hukum pelaku usaha yang menawarkan produknya melalui internet telah berusaha memberikan perlindungan kepada konsumen berupa garansi produk, penukaran barang yang baru apabila ditemui kecacatan produk yang timbul dalam sebelum barang diterima oleh konsumen, serta pengembalian barang atau produk apabila konsumen merubah pikirannya setelah produk atau barang tersebut diterimanya tetapi dengan syarat tertentu, tetapi masih banyak juga ditemui pelaku usaha mengenai kewajibannya dalam UUPK sehingga tidak menutup kemungkinan konsumen masih tetap mengalami kerugian. Sedangkan budaya hukum yang terjadi kepada pemerintah yaitu masih kurangnya perhatian pemerintah terhadap transaksi jual beli yang dilakukan dalam *e-commerce*, pemerintah masih saja condong ke transaksi jual beli secara konvensional. Dengan demikian budaya hukum yang terjadi pada perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* ini masih kurang efektif.

Dari penjabaran diatas mengenai efektivitas perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* yang diukur dari jawaban responden tentang

stuktur hukum dalam hal ini pemerintah yang kurang peka terhadap perkembangan masih terpaku pada transaksi konvensional, substansi hukum yakni kebijakan yang mengatur konsumen masih kurang jelas dan budaya hukumnya dimana konsumen dan pelaku usaha kurang atau bahkan tidak tau mengenai aturan perlindungan konsumen sehingga ditarik kesimpulan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce di Kota Sengkang, masih kurang efektif.

B. Faktor-faktor yang mempengaruhi perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce di Kota Sengkang

Aktivitas perdagangan yang menggunakan internet sebagai medianya atau sering disebut dengan *e-commerce* merupakan suatu hal yang muncul karena pesatnya perkembangan teknologi saat ini. Pemilihan *e-commerce* untuk melakukan kegiatan jual beli juga merupakan pilihan yang sangat tepat terlebih lagi pada kondisi pandemi sekarang, karena *e-commerce* menyediakan berbagai kemudahan untuk melakukan transaksi antara penjual atau *merchant* dan pembeli atau *consumer* dimana kegiatan jual beli tidak lagi harus bertatap muka secara langsung seperti pada perdagangan konvensional melainkan kegiatan jual beli dilakukan melalui internet sehingga pelaku usaha atau penjual dan konsumen tidak lagi bertatap muka secara langsung.

Kemudahan e-commerce bagi pelaku usaha, mereka tidak harus memiliki modal yang besar dan membutuhkan tempat untuk menjual atau menawarkan produknya lagi karena produknya hanya ditawarkan menggunakan internet yang mudah diakses bagi konsumen sedangkan bagi konsumen terdapat kemudahan untuk berbelanja dimana mereka mendapat berbagai macam penawaran produk yang menarik sehingga bisa membandingkan harga, barang yang ditawarkan, di e-commerce barang yang ditawarkan biasanya lebih murah dari perdagangan konvensional, serta kemudahan melakukan transaksi dan pelayanan yang tersedia kapan saja. Tapi dibalik dari kemudahan tersebut terdapat beberapa oknum yang memanfaatkan celah dari e-commerce, semata-mata hanya untuk meraup untung yang besar tanpa memikirkan hak dari konsumen ataupun hak dari pelaku usaha sehingga seringkali terjadi kerugian baik itu dari konsumen ataupun dari pelaku usaha, tetapi jika dibandingkan konsumen cenderung berpeluang lebih besar untuk mengalami kerugian ketimbang pelaku usaha. Sehingga dibutuhkan adanya perlindungan konsumen, dengan lahirnya UUPK dan UU ITE diharapkan dapat memberikan perlindungan bagi konsumen terkhusus bagi konsumen yang melakukan transaksi di e-commerce.

Di Kota Sengkang, pada kegiatan jual beli melalui E-commerce masih merupakan hal baru dan perkembangannya juga tergolong pesat dapat dilihat dengan banyaknya onlineshop yang bermunculan dan pelaku usaha yang dulunya menawarkan produknya melalui secara konvensional sekarang berganti menjadi menawarkan produknya melalui internet baik itu dari web, instagram, dan facebook serta banyaknya bermunculan kurir sebagai pihak ke 3 yang dapat mendukung kegiatan pengiriman barang daripada pelaku usaha ke konsumen.

Dalam proses mewujudkan perlindungan konsumen terkhusus di Kota Sengkang masih sering ditemui berbagai macam masalah baik itu yang timbul dari pelaku usaha maupun dari konsumen itu sendiri, sehingga untuk mewujudkan perlindungan konsumen masih tergolong terhambat.

Berdasarkan wawancara yang telah dilaksanakan pada beberapa pengguna Jasa *e-commerce* dalam hal ini konsumen dan pelaku usaha di Kota Sengkang, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* di Kota Sengkang sebagai berikut:

1. Rendahnya tingkat pengetahuan konsumen mengenai hak-haknya.

Table 4. Tanggapan responden mengenai rendahnya tingkat pengetahuan konsumen mengenai hak-haknya berpengaruh terhadap perlindungan konsumen di kota Sengkang

NO	Uraian	F	P%
1	Berpengaruh	47	94%
2	Kurang berpengaruh	3	6%
3	Tidak berpengaruh	-	-
Jumlah		50	100%

Sumber data kuesioner responden di Kota sengkang tahun 2022

Dari data diatas terlihat 94% responden menjawab berpengaruh dan 6% dari responden memilih kurang berpengaruh. Salah satu faktor yang menghambat perlindungan konsumen di Kota Sengkang yaitu tingkat kesadaran konsumen yang sangat rendah mengenai hak-haknya dapat dilihat dari banyaknya konsumen yang kurang tahu atau bahkan sama sekali tidak mengetahui bahwa dalam UUPK sudah diatur mengenai hak-haknya untuk terlindungi dari yang namanya kerugian. Pada saat diwawancara, sebagian besar dari mereka yang berbelanja *di e-commerce* hanya sekedar berbelanja saja dan berfokus pada harga barang yang ditawarkan, cara pembayaran serta waktu estimasi pengiriman barang tanpa mempertanyakan hak-haknya yang lain seperti pertanggung jawaban *onlineshop* tersebut apabila barang yang ditawarkan tidak sesuai dengan barang yang diterima nantinya. Ayu selaku konsumen mengatakan "masyarakat Kota Sengkang cenderung lebih konsumtif dalam membeli barang, hanya memperhatikan barang yang dibeli saja" Bagi konsumen yang berbelanja melalui *marketplace* seperti Shopee atau Toko Pedia apabila mengalami kerugian mereka masih dapat mengajukan keluhan kepada pihak aplikasi untuk menindak *Onlineshop* yang melakukan kecurangan sehingga menimbulkan kerugian berbeda halnya yang berbelanja pada *onlineshop* di Instagram dan facebook, pelaku usaha lebih bebas membuat toko onlinenya sendiri dan menawarkan produknya dengan bebas tanpa ada syarat-syarat tertentu pihak aplikasi hanya menyediakan fitur *marketplace* saja sehingga pelaku usaha lebih berpeluang bebas menentukan syarat yang memberatkan konsumen sehingga konsumen lebih rentan mengalami kerugian karena kurangnya pengawasan terhadap *onlineshop* pada facebook dan instagram.

Berikut hak-hak konsumen yang diatur dalam Pasal 5 UUPK

- a) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/ atau jasa;
- b) Hak untuk memilih barang dan/ atau jasa serta mendapatkan barang dan/ atau jasa 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/ jasa;

- d) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/ jasa yang digunakan;
- e) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g) Hak untuk diperlakukan dan dilayani secara benar dan secara jujur serta diskriminatif;
- h) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi/ penggantian, apabila barang dan/ jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i) Hak-hak diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Dari Pasal 5 di atas, sebagian konsumen hanya mengetahui beberapa ayat saja, mereka juga hanya menganggap ayat tersebut sebagai alur dalam proses jual beli saja bukan sebagai haknya yang diatur oleh Undang-Undang untuk melindungi dirinya dari yang namanya kerugian. Sebagian besar konsumen pada Kota Sengkang yang pernah mengalami kerugian pada saat berbelanja di *e-commerce* juga menganggap kerugian yang dialaminya adalah hal yang biasa karena resiko dari berbelanja tanpa bertemu langsung dengan pelaku usaha atau penjual sehingga lebih memilih untuk mengikhlaskan dari pada melapor ke pihak berwajib atau melakukan pengaduan kepada pihak berwenang atau aplikasi terkait.

2. Rendahnya kesadaran pelaku usaha dalam menjalankan usahanya

Table 5. Tingkat kesadaran pelaku usaha dalam menjalankan usahanya berpengaruh terhadap perlindungan konsumen di Kota Sengkang

NO	Uraian	F	P%
1	Berpengaruh	50	100%
2	Kurang berpengaruh	-	-
3	Tidak berpengaruh	-	-
Jumlah		50	100%

Sumber data kuesioner responden di Kota Sengkang tahun 2022

Dari di atas menunjukkan seluruh responden mengatakan tingkat kesadaran pelaku usaha dalam menjalankan usahanya berpengaruh terhadap perlindungan konsumen di Kota Sengkang. Pelaku usaha juga memegang peran penting dalam mewujudkan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce*, bisa dilihat dari pasal 7 UUPK mengatur tentang kewajiban pelaku usaha sebagai berikut:

- a) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang/ atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- c) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d) Menjamin mutu barang dan/ atau jasa yang diproduksi dan/ atau jasa yang berlaku;
- e) Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/ atau mencoba barang dan/ atau jasa tertentu serta memberikan jaminan dan/ atau garansi atas barang yang dibuat dan/ atau yang diperdagangkan;

- f) Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/ atau penggantian apabila barang dan/ atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Setelah dilakukan wawancara kepada beberapa pelaku usaha di kota Sengkang, sebagian mengakui baru mengetahui bahwa kewajibannya sebagai pelaku usaha sudah diatur dalam dalam UUPK dan sebagian juga mengatakan telah melaksanakan kewajibannya sesuai dengan isi Pasal 7 UUPK meski tidak mengetahui bahwa kewajiban tersebut sudah diatur dalam Pasal 7 UUPK sebelumnya. Namun masih ditemukan pelaku usaha terutama pada *onlineshop* yang menawarkan produknya melalui facebook dan instagram yang tidak beritikad baik dalam melaksakan usahanya terutama dalam memberikan kompensasi kepada konsumen dan menjamin mutu barang yang diterima kepada konsumen, beberapa dari mereka bahkan menetapkan perjanjian baku "bahwa barang yang dibeli tidak dapat dikembalikan lagi". Menurut Dian selaku pelaku usaha yang mewarkan baju dengan sistem PO (*Pre Order*) pada *onlineshop* miliknya tidak memberikan jaminan kompensasi kepada konsumen berupa ganti rugi atau penggantian barang yang baru terkait barang yang telah diorder oleh konsumen, karena biasanya barang yang telah diorder oleh konsumen kemudian dikembalikan ke pelaku usaha, pelaku usaha akan mengalami kerugian karena barang tersebut susah untuk dijual kembali walaupun bisa biasanya membutuhkan waktu yang lama'. Dari hasil wawancara tersebut hak konsumen untuk mengajukan komplain terkait ganti rugi terhadap barang yang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan telah dibatasi oleh pelaku usaha.

3. Kurangnya perhatian pemerintah setempat terhadap perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce*.

Table 6 Tanggapan reponden mengenai perhatian pemerintah setempat berpengaruh terhadap perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce di Kota Sengkang

NO	Uraian	F	P%
1	Berpengaruh	50	100%
2	Kurang Berpengaruh	-	-
3	Tidak Berpengaruh	-	-
Jumlah		50	100%

Sumber data kuesioner di Kota Sengkang tahun 2022

Dari data diatas 100% reponden mengatakan perhatian pemerintah setempat berpengaruh terhadap perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce di Kota Sengkang. Pemerintah juga salah satu pemegang peran penting dalam mewujudkan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce*. Pemerintah setempat juga terkesan acuh karena kurangnya kebijakan terkait perlindungan hukum terhadap konsumen terutama dalam *e-commerce* di Kota Sengkang. Bisa dilihat dari banyaknya pelaku usaha dan konsumen yang tidak mengetahui hak dan kewajiban karena kurangnya sosialisasi dari pemerintah setempat, banyaknya konsumen dan pelaku usaha yang melakukan penipuan karena kurangnya pengawasan terhadap *onlineshop* baru disebabkan tidaknya syarat-syarat atau pendataan terlebih dahulu terkait pemilik toko atau jenis barang yang ditawarkan, banyaknya konsumen lebih memilih diam tidak melakukan pengaduann terkait kerugian yang dialaminya kepada pihak berwenang atau instansi

terkait karena merasa ketika melakukan pengaduan akan membuang-buang waktu saja. Menurut Sabri “masyarakat dalam hal ini pelaku usaha dan konsumen banyak yang kurang tahu tentang hak dan kewajibannya salah satunya karena pemerintah yang kurang perhatian terkait perlindungan konsumen”

4. Masih lemahnya pengawasan dibidang perlindungan hukum terhadap konsumen dalam e-commerce

Tabel 7. Tanggapan responden mengenai pengawasan dibidang perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce di Kota Sengkang sudah memadai

NO	Uraian	F	P%
1	Memadai	-	-
2	Kurang memadai	4	8%
3	Tidak memadai	46	92%
	jumlah	50	100%

Sumber data kuesioner respnden di Kota Sengkang tahun 2022

Dari data tersebut 92% responden menjawab tidak memadai dan 8% responden mengatakan kurang memadai. Masih lemahnya pengawasan dari dibidang perlindungan hukum terhadap konsumen dalam *e-commerce* ditandai tidaknya adanya suatu kebijakan atau instansi atau oraganisasi bentukan dari pemerintah setempat untuk mengawasi aktivitas dan mutu barang dalam *e-commerce* bisa dilihat dari banyaknya konsumen yang masih mengalami kerugian akibat dari pelaku usaha yang tidak beritikad baik dalam menjalankan usahanya salah satunya banyaknya pelaku usaha yang berjualan obat-obatan medis pada facebook yang tidak memiliki izin edar, bebasnya berbagai jenis makanan kemasan yang tidak mencantumkan label halal atau komposisi dan tanggal kadaluwarsa, banyak pelaku usaha yang berjualan kostemetik yang tidak memiliki izin edar dari BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) dan banyaknya kondisi barang yang diterima konsumen dari pelaku usaha atau onlinshop yang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan, yang semua itu dapat merugikan konsumen baik secara langsung atau dikemudian hari.

5. Kurangnya pengetahuan masyarakat setempat mengenai tempat pengaduan apabila mengalami kerugian atau sengketa pada konsumen

Konsumen di Kota Sengkang yang mengalami kerugian masih banyak yang memilih untuk tidak melaporkan kerugian yang dialaminya selain merasa kerugian yang dialaminya tidak seberapa, akan membuang-buang waktu saja sebagian besar juga disebabkan karena mereka bingung kepada pihak mana untuk melakukan pelaporan ketika mengalami kerugian. Sebagian untuk memilih melaporkan kerugiannya kepada aparat penegak hukum namun sebagian laporannya terkadang tidak ditindak lanjuti hal ini terkendala dari biaya kerugian yang tidak seberapa yang dialami konsumen hal ini berarti aparat penegak hukum dalam perlindungan konsumen saat ini belum mampu menjalankan tugas dan wewenangnya dengan baik.

Tabel 8 Laporan kasus penipuan yang dialami konsumen dalam transaksi e-commerce di Polres Wajo dari tahun 2019-2021

NO	TAHUN	PELAPORAN	E-COMMERCE
1	2019	32	4
2	2020	33	17
3	2021	35	19

Sumber data: Rekap Laporan Satuan Reserse Kriminal Unit III TIPIDTER Polres Wajo.

Dari data diatas dapat dilihat bahwa setiap tahunnya terjadi peningkatan jumlah pelaporan yang diterima oleh Polres Wajo, ini jga berbanding lurus dengan pelaporan tentang kasus dalam e-commerce. Dari 2019 ke 2020 mengalami lonjakan jumlah pelaporan hal ini disebabkan pada tahun tersebut pandemi mulai masuk ke wilayah Indonesia yang memberi perubahan besar pada masyarakat, termasuk pada proses jual beli di Kota Sengkang yang dulunya dilakukan secara konvensional berubah menjadi online atau yang dikenal dengan e-commerce hal ini merupakan pilihan alternatif untuk menghindari penyebaran virus corona sehingga peningkatan kegiatan jual beli melalui e-commerce meningkat diikuti dengan jumlah tingkat kriminalitas yang makin meningkat juga.

Keberadaan BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen) sebagai lembaga yang mempunyai kewenangan dalam melindungi dan menyelesaikan sengketa yang dialami konsumen masih banyak yang tidak mengetahui adanya lembaga tersebut serta fungsinya padahal dengan adanya.

KESIMPULAN

1. Efektivitas perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* di Kota Sengkang masih kurang efektif, dilihat stuktur hukum dalam hal ini pemerintah yang kurang peka terhadap perkembangan masih terpaku pada transaksi konvensional dan kurangnya sosialisasi mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen dari pemerintah setempat, substansi hukum yakni kebijakan yang mengatur konsumen masih kurang jelas dan budaya hukumnya dimana konsumen dan pelaku usaha kurang atau bahkan tidak mengetahui mengenai aturan yang diatur dalam UUPK.
2. Faktor yang mempengaruhi perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce di Kota sengkang menjadi terhambat, faktor tersebut berasal dari Konsumen dan pelaku usaha itu sendiri yang kurang tau tentang hak dan kewajibannya serta pemerintah setempat sebagai pembuat kebijakan yang kurang mensosialisasikan perlindungan hukum terhadap konsumen kepada masyarakat sekitar.

SARAN

1. Diharapkan kepada pemerintah setempat sebagai pembuat kebijakan untuk memberikan perhatian lebih terhadap perlindungan hukum terhadap konsumen

terkhusus pada konsumen dalam *e-commerce* mengingat perkembangan *e-commerce* di Kota sengkang sekarang sedang mengalami perkembangan yang pesat dan lebih giat lagi dalam melakukan sosialisasi terkait perlindungan hukum terhadap konsumen agar pelaku usaha dapat lebih bertanggung jawab dan bertikad baik dalam melaksanakan kewajibannya dan konsumen lebih bisa lagi untuk melindungi dirinya dari kerugian yang disebabkan pelaku usaha.

2. Diharapkan pemerintah setempat melakukan pengawasan terkait beberapa pelaku usaha pada *e-commerce* di sosial media dalam hal ini facebook dan instagram dan *marketplace* terkait banyaknya barang yang tidak memiliki izin edar yang bebas diperjual belikan melalui *e-commerce*.
3. Diharapkan kepada pelaku usaha yang menawarkan produknya melalui *e-commerce* lebih selektif lagi memilih barang yang akan ditawarkan kepada konsumen agar tidak menimbulkan kerugian dikemudian hari, begitupun dengan konsumen harus lebih selektif dalam memilih produk yang dibelinya serta memperhatikan *onlineshop* serta akun pada *social media* seperti facebook dan instagram yang peluang untuk mengalami kerugian lebih besar serta lebih memperhatikan deskripsi dan testimoni produk sebelum melakukan transaksi agar terhindar dari yang namanya kerugian.

DAFTAR PUSTAKA

- Andayana, M. N. D. (2020). Perubahan Prilaku Konsumen Dan Eksistensi Umkm Di Era Pandemi COVID-19. *GLORY: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, 1(2-Des), 39-50.
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 6(2), 233-247.
- Fitriono, R. A. (2011). Kebijakan formulasi hukum pidana dalam melindungi transaksi *e-commerce* di Indonesia. *Law Reform*, 7(1), 76-108.
- Irmawati, D. (2011). Pemanfaatan *e-commerce* dalam dunia bisnis. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis-ISSN*, 2085(1375), 161-171.
- Kusuma, R. W., Ban, T., Yan, R., & Guntur, M. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Marketplace Tokopedia. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 2(02), 125-136.
- Mayasari, I. D. A. D., & Rudy, D. G. (2021). Urgensi Rekonstruksi Pengaturan Praktek Perjanjian Perdagangan Melalui E-Commerce. *Jurnal Komunikasi Hukum (JKH)*, 7(1), 235-251.
- Prasetyandari, C. W. (2021). Dampak Covid-19 Bagi Roda Perekonomian Bagi Masyarakat Indonesia. *Jurnal Imagine*, 1(1), 12-16.
- Prastyanti, R. A. (2013). Evaluasi Efektivitas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik Dalam Pelaksanaan E Commerce. *DutaCom*, 5.
- Saadah, N. (2018). Perencanaan keuangan Islam sederhana dalam bisnis *e-commerce* pada pengguna online shop. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 105-128.

- Saifudin, B. (2019). Perlindungan Hukum Kepada Konsumen dalam Perdagangan Transaksi Elektronik Berbasis Online. *DOKTRINA: JOURNAL OF LAW*, 2(2), 135-150.
- Setiawan, D. (2018). Dampak perkembangan teknologi informasi dan komunikasi terhadap budaya. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study (E-Journal)*, 4(1), 62-72.