

URGENSI PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN *E-COMMERCE* DALAM PERDAGANGAN PRODUK KECANTIKAN DI KOTA PADANG

DESI SOMMALIAGUSTINA¹, HELFIRA CITRA², SRY WAHYUNI³

Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Dharma Andalas, Padang^{1,2,3}

e-mail: desisommaliagustina@yahoo.co.id

Abstract: *Electronic commerce is increasingly in demand by the public. One of them is trading beauty products electronically. The city of Padang is one of the cities that includes many electronic trading activities. E-commerce often encounters obstacles such as payment procedures, legal protection, electronic signatures, and dispute resolution mechanisms that may occur in the future. E-commerce must also comply with positive laws. Even though there are a number of barriers to e-commerce, this type of trading still has its fans. In addition, ignoring technological developments will have a negative impact in the future, so openness and being proactive and anticipatory are alternatives that can be chosen in dealing with the dynamics of technological developments including trade developments such as electronic commerce or what is commonly referred to as electronic commerce or e-commerce. This is because Indonesia has become part of the global e-commerce market. The focus of this research is: First, to determine legal protection for consumers in trading beauty products electronically in Padang City; Second, to find out the legal settlement in the event of a dispute by the parties in the e-commerce of beauty products in the city of Padang. The purpose of this research is to find out how legal protection is for consumers in trading beauty products electronically in Padang City and to find out how the legal settlement is in the event of a dispute by the parties in electronic trade in beauty products in Padang City.*

Keywords: *Legal Protection, Consumers, E-Commerce, Beauty Products*

Abstrak: Perdagangan secara elektronik semakin banyak diminati masyarakat. Diantaranya perdagangan produk kecantikan secara elektronik. Kota Padang merupakan salah satu kota yang termasuk banyak melakukan aktifitas perdagangan secara elektronik. Perdagangan elektronik tidak jarang terdapat kendala seperti prosedur pembayaran, perlindungan hukum, tanda tangan elektronik, dan mekanisme penyelesaian sengketa yang terjadi di masa depan. Perdagangan elektronik juga harus mematuhi hukum positif. Meskipun ada sejumlah hambatan dalam perdagangan secara elektronik namun jenis perdagangan ini banyak peminatnya. Selain itu mengabaikan perkembangan teknologi akan memiliki dampak negatif di masa depan, sehingga keterbukaan dan sifat proaktif dan antisipatif adalah alternatif yang dapat dipilih dalam menghadapi dinamika perkembangan teknologi termasuk perkembangan perdagangan seperti perdagangan elektronik atau yang biasa disebut dengan perdagangan elektronik atau *e-commerce*. Hal ini karena Indonesia telah menjadi bagian dari pasar *e-commerce* global. Fokus penelitian ini adalah: Pertama, untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen dalam perdagangan produk kecantikan secara elektronik di Kota Padang; Kedua, Untuk mengetahui penyelesaian hukumnya jika terjadi sengketa oleh para pihak dalam perdagangan produk kecantikan secara elektronik di Kota Padang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam perdagangan produk kecantikan secara elektronik di Kota Padang dan untuk mengetahui bagaimana penyelesaian hukumnya jika terjadi sengketa oleh para pihak dalam perdagangan produk kecantikan secara elektronik di Kota Padang.

Kata Kunci: *Perlindungan Hukum, Konsumen, E-Commerce, Produk Kecantikan.*

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi hari ini sangat kompleks dan pesat. Hal ini berdampak pada berbagai aspek kehidupan pada era globalisasi saat ini. Dampak yang dimaksudkan tidak terkecuali pada dunia bisnis atau perdagangan. Perdagangan mengalami kemajuan diantaranya disebabkan kehadiran internet yang menyebabkan banyak orang bisa melakukan transaksi dagang melalui perangkat teknologi yang terhubung dengan internet atau

yang disebut dengan *electronic commerce (e-commerce)*. Melalui *e-commerce* masyarakat bisa melakukan aktifitas perdagangan tanpa bertemu langsung antara penjual dan pembeli. Hal ini mengakibatkan transaksi melalui perangkat elektronik memiliki daya tarik yang kuat sehingga banyak orang baik secara pribadi, kelompok atau organisasi menjalankan bisnis melalui jaringan internet.

Internet memberikan banyak manfaat bagi orang banyak, sebab munculnya internet memberi banyak kemudahan terhadap kehidupan manusia. Keberadaan internet bisa mempermudah atau mempercepat suatu pekerjaan atau urusan. Diantara urusan tersebut adalah urusan perdagangan. Suatu produk yang dipasarkan melalui jaringan internet dapat membawa keuntungan bagi pelaku usaha karena melalui jaringan internet perdagangan bisa dilakukan. Keberadaan internet tentunya dimanfaatkan pula oleh pelaku usaha sebagai media promosi suatu produk. Karena kehadiran internet memberi banyak kemudahan bagi penggunanya, terutama bagi pelaku usaha dan pembeli/ konsumen. Ditambah lagi pembangunan dan perkembangan perekonomian dibidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/ atau jasa yang dapat dikonsumsi, terutama pada globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi kiranya memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan jasa. Internet merupakan sarana elektronik yang dapat dipergunakan untuk berbagai aktivitas seperti komunikasi, riset, transaksi bisnis dan lainnya.

Teknologi internet menghubungkan ribuan jaringan komputer individual dan organisasi di seluruh dunia sehingga teknologi internet sangat populer. Dengan adanya kecanggihan teknologi komputer, semua keterbatasan sarana, jarak, dan waktu transaksi dapat teratasi dengan mudah. Hanya dengan menyentuh tombol tertentu atau meng-“klik“ kata “oke” pada perangkat teknologi pelanggan bisa mendapatkan barang yang diinginkan, dan bisa mengetahui apa saja yang diinginkan serta dapat melakukan transaksi dengan siapa saja tanpa dibatasi dengan waktu dan jarak. Sehingga barang dan/ atau jasa yang ditawarkan bervariasi baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri.

Aktivitas perdagangan yang terjadi melalui media elektronik disatu sisi memberi keuntungan bagi konsumen, hal ini disebabkan konsumen bisa membeli barang tanpa bertemu langsung dengan penjual dan tanpa mendatangi toko secara langsung . Transaksi elektronik disamping memiliki kelebihan bagi konsumen, terdapat pula hal lain yang tidak menguntungkan. Hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh Amhadi Miru dan Sutarnan Yodo, bahwa kondisi seperti ini disatu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan akan barang dan/ atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar, karena adanya kebebasan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan/ atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen. Dimana pada sisi lain, dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah, yang menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui berbagai promosi, cara penjualan, serta penerapan perjanjian baku yang merugikan konsumen. Hal ini pula yang terjadi pada konsumen yang membeli produk kecantikan di Kota Padang secara elektronik, dimana pembeli tidak bisa melihat secara langsung produk yang ditawarkan serta tidak bisa mencoba atau memegang isi produk kecantikan tersebut secara langsung. Hal ini tentunya mengakibatkan konsumen tidak tertutup kemungkinan mengalami kerugian dengan berbelanja produk secara elektronik, terutama produk kecantikan di Kota Padang. Sehingga dari hal ini dipandang perlu memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen yang berbelanja produk kecantikan di Kota Padang secara elektronik atau *e-commerce*.

B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian hukum sosiologis dengan metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif, yaitu pengolahan data yang didasarkan pada hasil studi lapangan yang kemudian dipadukan dengan data yang diperoleh dari studi kepustakaan, sehingga diperoleh data yang akurat. Sedangkan terhadap permasalahannya dilakukan pendekatan yuridis sosiologis. Pendekatan yuridis sosiologis, yaitu di dalam

menghadapi permasalahan yang dibahas berdasarkan peraturan-peraturan yang berlaku kemudian dihubungkan dengan kenyataan-kenyataan yang terjadi dalam masyarakat. Dalam menunjang dan melengkapi data sekunder, maka dilakukan penelitian lapangan guna memperoleh data primer. Penelitian ini dibatasi pada objek konsumen produk kecantikan dalam perdagangan secara elektronik di Kota Padang.

C. Pembahasan dan Analisa

1. Urgensi Perlindungan Hukum Konsumen dalam Perdagangan Produk Kecantikan Secara Elektronik di Kota Padang

Terdapatnya aktifitas perdagangan yang berpotensi merugikan konsumen maka konsumen maka konsumen dipandang perlu dan penting untuk mendapatkan perlindungan, dalam hal ini yakni perlindungan hukum terhadap konsumen. Adapun konsumen yang dimaksud adalah konsumen yang membeli barang dengan metode transaksi secara elektronik yakni konsumen produk kecantikan di Kota Padang. Sementara itu, pengertian perlindungan konsumen yakni segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen, hal ini sebagaimana yang diatur dalam Pasal 1 Ayat (1) Undang-undang Perlindungan Konsumen. Konsumen yang dimaksud adalah konsumen yang melakukan transaksi dagang secara elektronik. Pasal 3 UU ITE menyebutkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi, dan transaksi elektronik dilaksanakan berdasarkan asas kepastian hukum, manfaat, kehati-hatian, itikad baik, dan kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi. Berbelanja menggunakan perangkat teknologi yang terhubung dengan internet merupakan istilah yang umum digunakan yakni *Electronic Commerce* atau disingkat *e-commerce*. *E-commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *services providers*, dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer networks*), yaitu Internet. Berkaitan dengan aktifitas *e-commerce* merupakan kegiatan bisnis. Dalam kegiatan bisnis terdapat hubungan yang saling membutuhkan antara pelaku usaha dengan konsumen (pemakai barang dan atau jasa).

Kepentingan pelaku usaha adalah memperoleh laba dari transaksi dengan konsumen, sedangkan kepentingan konsumen adalah memperoleh kepuasan melalui pemenuhan kebutuhannya terhadap produk barang dan atau jasa. Pelaku usaha dalam pengertian penelitian ini adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi, sebagaimana yang terdapat pada Pasal 1 ayat (3) Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Jo Pasal 1 ayat (5) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Pengertian konsumen dalam penelitian ini adalah sebagaimana yang diatur dalam Pasal 1 Ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disingkat UUPK) yaitu: "Setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan." Adapun pengertian konsumen dalam UUPK adalah konsumen akhir. Sebagaimana yang telah disebutkan, konsumen dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan transaksi secara elektronik atau *e-commerce*. Konsumen *e-commerce* merupakan konsumen yang perlu mendapatkan perhatian. Karena di era modern dan digital saat ini, aktifitas perdagangan *e-commerce* telah menjadi pilihan banyak orang. Sebagaimana yang disebutkan oleh Sekretaris Kementerian Koordinator (Kemenko) Bidang Perekonomian, Susiwijono Moegiarso menyebutkan nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia baik domestik dan global selama kuartal I 2022 telah mencapai Rp 108, 54 triliun atau tumbuh 23 persen dibanding periode sama tahun lalu. Hal ini menunjukkan bahwa banyaknya konsumen yang berbelanja dengan memanfaatkan bisnis *e-commerce*.

Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian terhadap konsumen *e-commerce* dalam perdagangan produk kecantikan di Kota Padang yang menyebutkan bahwa berbelanja dengan

menggunakan media elektronik memberikan banyak kemudahan seperti pelayanan yang ramah, efisiensi waktu dan harga yang terjangkau. Selain dampak positif terdapat pula dampak negatif saat berbelanja menggunakan aktifitas *e-commerce* yang dialami oleh konsumen produk kecantikan di Kota Padang yakni barang atau produk yang dipasarkan pada toko *online* berbeda dengan yang datang kepada konsumen. Hal ini dikarenakan kesengajaan ataupun kekhilapan oleh pihak pelaku usaha. Disamping itu, rentang waktu pengiriman yang cukup lama tidak jarang pula dikeluhkan oleh konsumen. Selain itu, berkaitan dengan keamanan produk juga menjadi catatan lain, karena masih terdapat produk kecantikan yang dibeli konsumen yang sudah lewat waktu atau kadaluarsa namun tetap dikirimkan kepada konsumen. Jika mencermati kondisi yang terjadi tersebut tentu saja dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang. Konsumen dapat menjadi obyek aktivitas bisnis dari pelaku usaha dan menjadi pihak yang dirugikan

Menjamin Perlindungan Konsumen, UUPK telah mengatur beberapa hal yang dilarang bagi pelaku usaha sebagaimana yang diatur dalam Bab IV “Perbuatan yang Dilarang” bagi pelaku usaha. Dalam hal ini UUPK dapat memaksa pelaku usaha untuk mentaati isi UUPK. Dan hal ini ditegaskan pula dalam UUPK seperti pada Bab VI “Tanggungjawab Pelaku Usaha”. Perlindungan hukum terhadap konsumen yang diberikan dalam UUPK dikarenakan seringnya terjadi pelanggaran terhadap hak-hak konsumen. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa permasalahan yang berkaitan dengan hak-hak konsumen *e-commerce* dalam perdagangan produk kecantikan di Kota Padang, yaitu: a) Barang yang dipasarkan dan yang dikirim tidak sama atau tidak sesuai; b) Masa pengiriman yang lama; c) Barang yang dikirim terdapat barang yang sudah lewat waktu atau kadaluarsa; d) Barang tidak dikirimkan; e) Tidak bisa mencoba secara langsung produk kecantikan yang dipromosikan; f) Kualitas barang yang dijual atau diiklankan berbeda dengan produk yang datang; g) Tekstur dan kecerahan produk (seperti bedak atau alas bedak) yang dipesan tidak sesuai antara yang dipesan dengan yang ditampilkan pada iklan; dan h) Barang tidak bisa dikembalikan;

Sejumlah masalah yang dialami oleh konsumen sebagaimana tersebut di atas maka perlindungan hukum terhadap konsumen menjadi sangat urgen atau penting, karena data tersebut menunjukkan bahwa konsumen merupakan pihak yang lemah dan masih sering berada pada kondisi yang dirugikan. Berkaitan dengan perlindungan terhadap konsumen diberikan oleh Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) diantaranya mengatur mengenai hak dan kewajiban konsumen. Beberapa hak konsumen diatur dalam Pasal 4 UUPK. Adapun bunyi Pasal 4 UUPK sebagai berikut: a) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa; b) Hak untuk memilih 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; d) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya; 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 atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; dan h) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Selain memiliki hak, konsumen juga memiliki beberapa kewajiban yang diatur dalam Pasal 5 UUPK. Kewajiban tersebut adalah: a) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan; b) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa; c) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati; dan d) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Agar konsumen terhindar dari kerugian-kerugian yang dialami kemudian hari, UUPK dalam hal ini telah mengatur Hak dan kewajiban konsumen. Oleh karena itu konsumen perlu mengetahui dan memahami hal-hal yang dapat merugikan konsumen. Upaya lain untuk mencegah terjadinya kerugian pada konsumen maka posisi antara konsumen dan pelaku usaha harus seimbang. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Ahmadi Miru yang menyebutkan bahwa keseimbangan antara konsumen produsen dapat dicapai dengan meningkatkan perlindungan

terhadap konsumen karena posisi produsen lebih kuat dibandingkan dengan konsumen. Sedangkan perlindungan terhadap konsumen *e-commerce* selain diatur dalam UUPK juga diatur dalam UU lain. UU yang dimaksud adalah UU ITE. Dalam UU ITE yang berkaitan dengan transaksi elektronik bisa dilihat pada Pasal 17, 18 dan 19. Adapun bunyi Pasal 17, 18 dan 19 UU ITE sebagai berikut:

Pasal 17 (1) *Penyelenggaraan Transaksi Elektronik dapat dilakukan dalam lingkup publik ataupun privat. (2) Para pihak yang melakukan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib beritikad baik dalam melakukan interaksi dan/atau pertukaran Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik selama transaksi berlangsung. (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai penyelenggaraan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Pemerintah.*

Pasal 18. (1) *Transaksi Elektronik yang dituangkan ke dalam Kontrak Elektronik mengikat para pihak. (2) Para pihak memiliki kewenangan untuk memilih hukum yang berlaku bagi Transaksi Elektronik internasional yang dibuatnya. (3) Jika para pihak tidak melakukan pilihan hukum dalam Transaksi Elektronik internasional, hukum yang berlaku didasarkan pada asas Hukum Perdata Internasional. (4) Para pihak memiliki kewenangan untuk menetapkan forum pengadilan, arbitrase, atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya yang berwenang menangani sengketa yang mungkin timbul dari Transaksi Elektronik internasional yang dibuatnya. (5) Jika para pihak tidak melakukan pilihan forum sebagaimana dimaksud pada ayat (4), penetapan kewenangan pengadilan, arbitrase, atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya yang berwenang menangani sengketa yang mungkin timbul dari transaksi tersebut, didasarkan pada asas Hukum Perdata Internasional.*

Pasal 19. Para pihak yang melakukan Transaksi Elektronik harus menggunakan Sistem Elektronik yang disepakati. Undang-undang lainnya yang mengatur tentang perlindungan hukum terhadap konsumen *e-commerce* adalah Undang-undang Republik Indonesia No 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (selanjutnya disingkat UU Perdagangan). Undang-Undang Perdagangan mengatur perdagangan sistem elektronik dengan ketentuan bahwa setiap orang atau badan usaha yang memperdagangkan barang atau jasa wajib menyediakan data dan informasi secara lengkap dan benar. Pada Undang-Undang Perdagangan, *e-commerce* diatur dalam Bab VIII Perdagangan Melalui Sistem Elektronik pada Pasal 65 dan 66. Adapun bunyi Pasal 65 dan 66 UU Perdagangan adalah sebagai berikut: Pasal 65

- 1) *Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar;*
- 2) *Setiap Pelaku Usaha dilarang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1).*
- 3) *Penggunaan sistem elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib memenuhi ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik;*
- 4) *Data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit memuat:*
 - a. identitas dan legalitas Pelaku Usaha sebagai produsen atau Pelaku Usaha Distribusi;
 - b. persyaratan teknis Barang yang ditawarkan;
 - c. persyaratan teknis atau kualifikasi Jasa yang ditawarkan;
 - d. harga dan cara pembayaran Barang dan/atau Jasa; dan
 - e. cara penyerahan Barang.
- 5) *Dalam hal terjadi sengketa terkait dengan transaksi dagang melalui sistem elektronik, orang atau badan usaha yang mengalami sengketa dapat menyelesaikan sengketa tersebut melalui pengadilan atau melalui mekanisme penyelesaian sengketa lainnya.*
- 6) *Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi administratif berupa pencabutan izin.*

Pasal 66. Ketentuan lebih lanjut mengenai transaksi Perdagangan melalui Sistem Elektronik diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Pemerintah. Sedangkan pada Pasal 65

dan 66 UU Perdagangan tersebut di atas telah mengatur dengan tegas hal-hal yang dilarang oleh pelaku usaha. Hal ini bertujuan untuk memberikan perlindungan hukum bagi konsumen. Hal yang sama sebagaimana yang juga diberikan oleh UUPK dan UU ITE untuk memberikan perlindungan hukum bagi konsumen. Hal ini agar konsumen memiliki rasa aman dalam bertransaksi dan konsumen terhindar dari berbagai hal yang merugikan.

2. Penyelesaian Hukum Jika Terjadi Permasalahan Hukum Oleh Para Pihak dalam Perdagangan Produk Kecantikan Secara Elektronik Di Kota Padang.

Berkaitan dengan kerugian yang dialami konsumen saat bertransaksi secara elektronik dalam membeli produk kecantikan di Kota Padang, terdapat sejumlah kerugian yang dialami oleh konsumen di Kota Padang. Oleh karena itu perlu upaya hukum dalam hal penyelesaian sengketa konsumen terutama konsumen produk kecantikan di Kota Padang yang berbelanja menggunakan bisnis *e-commerce*. Penyelesaian sengketa konsumen sebagai salah satu bentuk mekanisme perlindungan konsumen, dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa. Penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud di atas tidak menutup kemungkinan penyelesaian damai oleh para pihak yang bersengketa. UUPK membagi penyelesaian sengketa konsumen menjadi 2 (dua) bagian yakni: 1) Penyelesaian sengketa di luar pengadilan: a) Penyelesaian sengketa secara damai, oleh para pihak sendiri, konsumen, dan pelaku usaha/produsen; dan b) Penyelesaian sengketa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dengan menggunakan mekanisme *alternative dispute resolution*, yaitu konsiliasi, mediasi, dan arbitrase; dan 2) Penyelesaian sengketa melalui pengadilan.

Berkaitan dengan penyelesaian sengketa konsumen dalam UUPK diatur dalam sejumlah pasal UUPK seperti Pasal 45 UUPK. Adapun bunyi Pasal 45 UUPK sebagai berikut:

- a. Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum;
- b. Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa;
- c. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam undang-undang.
- d. Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.

Berdasarkan Pasal 45 UUPK tersebut, terdapat beberapa mekanisme penyelesaian sengketa yang dapat ditempuh Konsumen yakni melalui pengadilan dan di luar pengadilan. Sedangkan Pasal 48 UUPK menyebutkan penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu pada ketentuan tentang peradilan umum. Sementara itu, pasal lainnya dalam UUPK yang mengatur mengenai sengketa konsumen adalah Pasal 46 UUPK.

Pasal 46 UUPK:

- 1) Gugatan atas pelanggaran pelaku usaha dapat dilakukan oleh: a) Seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan; b) Kelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama; c) Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya; dan d) Pemerintah dan/atau instansi terkait apabila barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit.
- 2) Gugatan yang diajukan oleh sekelompok konsumen, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat atau pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b, huruf c, atau huruf d diajukan kepada peradilan umum.

- 3)Ketentuan lebih lanjut mengenai kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf d diatur dengan Peraturan Pemerintah.

3. Penyelesaian Sengketa Konsumen di Luar Pengadilan

Sebagaimana yang telah disebutkan, selain penyelesaian sengketa melalui pengadilan, UUPK juga mengenal penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan. Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan dibutuhkan karena beberapa hal seperti proses penyelesaian sengketa yang tidak memerlukan waktu yang panjang dan memakan biaya yang banyak. Di lain sisi dalam dunia bisnis diharapkan sedapat mungkin tidak merusak hubungan bisnis antara penjual dan pembeli sehingga dibutuhkan solusi dalam menyelesaikan masalah di luar pengadilan.

Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti kerugian, dan atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen. Menurut Pasal 19 ayat (1) dan ayat (3) UUPK, konsumen yang merasa dirugikan dapat menuntut secara langsung penggantian kerugian kepada produsen dan produsen harus memberi tanggapan dan/atau penyelesaian dalam jangka waktu 7 hari setelah transaksi berlangsung. Sedangkan berdasarkan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, cara penyelesaian sengketa di luar pengadilan dapat berupa konsultasi, negosiasi, mediasi konsiliasi atau penilaian ahli.

Adapun kerugian konsumen yang dapat dituntut sesuai dengan Pasal 19 ayat (1) UUPK terdiri atas kerugian karena kerusakan, pencemaran dan kerugian lain akibat dari mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Bentuk penggantian kerugiannya dapat berupa; 1) Pengembalian uang seharga pembelian barang dan/atau jasa; 2) Penggantian barang dan/atau jasa sejenis atau setara nilainya; atau 3) Perawatan kesehatan; atau 4) Pemberian santunan yang sesuai.

Mengenai tuntutan penggantian kerugian melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Menurut Pasal 1 butir 11 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang dimaksud dengan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara Pelaku Usaha dan Konsumen. Terbentuknya lembaga BPSK memberikan dampak kepada penyelesaian sengketa konsumen yang dapat dilakukan secara cepat, mudah dan murah. Akan tetapi dari data yang penulis peroleh, kendatipun konsumen telah mengalami kerugian dalam bertransaksi secara elektronik di Kota Padang, namun konsumen yang mengalami kerugian tersebut tidak membawanya ke lembaga BPSK untuk menuntut kerugian yang telah dialami dalam bertransaksi. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal seperti: konsumen enggan berurusan dengan pengadilan, disamping itu membawa perkara ke pengadilan dipandang memakan waktu yang lama, disamping itu juga dikarenakan kerugian yang dialami oleh konsumen nominalnya yang terbilang sedikit. Sehingga konsumen yang merasa dirugikan saat bertransaksi secara elektronik dalam perdagangan produk kecantikan di Kota Padang pada umumnya hanya membiarkan saja atau hanya menyampaikan keluhannya kepada pelaku usaha menggunakan aplikasi yang tersedia di internet. Dari hal ini maka diperlukan pemahaman terhadap konsumen untuk tidak membiarkan haknya dilanggar oleh pelaku usaha pada saat bertransaksi menggunakan aktifitas *e-commerce*. Hal ini bertujuan agar konsumen mendapatkan perlindungan hukum yang adil dan menjadi konsumen yang cerdas dalam bertransaksi.

D.Penutup

Perkembangan teknologi yang terjadi hari ini memberi dampak salah satunya pada aktifitas perdagangan diantaranya adalah banyaknya konsumen yang berbelanja dengan memanfaatkan bisnis *e-commerce*. Hal ini sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan peneliti terhadap konsumen *e-commerce* dalam perdagangan produk kecantikan di Kota Padang yang menyebutkan banyaknya konsumen berbelanja menggunakan perangkat

teknologi yang terhubung dengan internet. Hal ini dikarenakan berbelanja dengan menggunakan media elektronik memberikan banyak kemudahan seperti pelayanan yang ramah, efisiensi waktu dan harga yang terjangkau. Akan tetapi selain dampak positif terdapat pula dampak negatif saat berbelanja menggunakan aktifitas *e-commerce* yang dialami oleh konsumen produk kecantikan di Kota Padang yakni barang atau produk yang dipasarkan pada toko *online* berbeda dengan yang datang kepada konsumen hal ini dikarenakan kesengajaan ataupun kekhilapan oleh pihak pelaku usaha. Disamping itu, rentang waktu pengiriman yang cukup lama tidak jarang pula dikeluhkan oleh konsumen. Selain itu, berkaitan dengan keamanan produk juga menjadi catatan lain, karena masih terdapat produk kecantikan yang dibeli konsumen yang sudah lewat waktu atau kadaluarsa namun tetap dikirimkan kepada konsumen. Jika mencermati kondisi yang terjadi tersebut tentu saja dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang. Konsumen dapat menjadi obyek aktivitas bisnis dari pelaku usaha dan menjadi pihak yang dirugikan. Oleh karena itu, perlindungan hukum terhadap konsumen *e-commerce* dalam transaksi dagang produk kecantikan di Kota Padang menjadi sesuatu yang urgen atau penting, karena memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen berarti memberikan perlindungan hukum terhadap masyarakat.

Daftar Pustaka

- Ahmadi Miru, dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010.
- Danrivanto Budhijanto, *Hukum Telekomunikasi, Penyiaran dan Teknologi Informasi: Regulasi dan Konvergensi*, Bandung: PT Refika Aditama, 2010.
- Gemala Dewi, dkk, *Hukum Perikatan Islam Di Indonesia*, Depok: Prenadamedia Group, 2018.
- Sukarmi, *Cyber Law Kontrak Elektronik Dalam Bayang-Bayang Pelaku Usaha*, Bandung: Pustaka Sutra, 2008,.
- Dana Iswara, V., & Hadiyati, N. (2021). Analisis Pentingnya Implementasi Penyelesaian Sengketa *Online* di Indonesia, *Legalitas: Jurnal Hukum*, 13(1), 15-25.
- Lumentut, D. F. P. (2021). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi *E-Commerce*, *Jurnal Lex Privatum*, X (3), 217-226.
- Rubiana Suherman, D. (2019) Arbitrase *online* dalam Penyelesaian Sengketa Business Sebagai Wujud Perlindungan Hak Konsumen, *Jurnal Aktualita*, 2 (2), 584-597.
- Stevani (2021). Kepastian Hukum Penyelesaian Sengketa *E-Commerce* Di Indonesia Secara *Online*, *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2 (7), 1235-1247.
- Sommaliagustina, D. (2018). Perlindungan Hukum terhadap Konsumen E-Commerce di Indonesia. *Journal Equitable* ISSN, 2541, 7037.
- Sommaliagustina, D., Citra, H., Wahyuni, S. (2022). Perlindungan Konsumen *E-Commerce* Dalam Kerangka Masyarakat Ekonomi Asean (MEA), *Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 01 (01), 149-165.
- Sommaliagustina, D., & Fatma, Y. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen *E-Commerce* dan Penyelesaian Sengketa Konsumen *E-Commerce* dalam Perdagangan Produk Wanita Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Cahaya Keadilan*, 7 (2), 321-341.
- Rahmidani, R. (2015). Penggunaan *e-commerce* dalam bisnis sebagai sumber keunggulan bersaing perusahaan. *Pengguna. E-Commerce dalam bisnis sebagai sumber keunggulan bersaing Perusah.*, no. c, 345-352.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)
- Undang-undang Nomor 19 tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata