

Perlindungan Hukum bagi Konsumen Akibat Wanprestasi Penjual dalam Transaksi Jual Beli di E-Commerce

Diniar Hapsari

Program Studi S1 Hukum, Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta
corresponding author e-mail: 202020497@mhs.udb.ac.id

Article Info	Abstract
Keywords: Consumers; Default; E-commerce.	E-commerce is believed to have enormous potential to develop business volume in cyberspace. Apart from the many benefits felt by the public, the emergence of e-commerce transactions also creates problems. One of the problems that consumers often experience is that the goods ordered do not match the catalog photos in the e-commerce application. The problem that will be discussed in this research is how legal protection is for consumers for seller defaults in buying and selling transactions in e-commerce and the resolution of defaults for parties in buying and selling transactions in e-commerce. This research uses an empirical juridical approach where the data used is primary legal material and secondary legal material. Data was collected using the literature study method which was then analyzed qualitatively. From the research results, it is known that legal protection for consumers due to defaults committed by sellers can be found in Law Number 8 of 1999 and Law Number 11 of 2008. Apart from that, it can also be seen that the resolution if a business actor commits a default is that the consumer is entitled to receive responsibility in the form of compensation for defaults committed.
Article history: Received 25 November 2023 Revised 24 December 2024 Accepted 27 December 2024 Published 31 December 2024	
Info Artikel	Abstrak
Kata Kunci: Konsumen; Default; Perdagangan elektronik.	E-commerce diyakini memiliki potensi yang sangat besar untuk mengembangkan volume bisnis di dunia maya. Terlepas dari banyaknya manfaat yang dirasakan oleh masyarakat, munculnya transaksi e-commerce juga menimbulkan masalah. Salah satu masalah yang sering dialami konsumen adalah barang yang dipesan tidak sesuai dengan foto katalog yang ada di aplikasi e-commerce. Permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen atas wanprestasi penjual dalam transaksi jual beli pada e-commerce dan penyelesaian wanprestasi bagi para pihak dalam transaksi jual beli pada e-commerce. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis empiris dimana data yang digunakan adalah bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode

studi kepustakaan yang kemudian dianalisis secara kualitatif. Dari hasil penelitian diketahui bahwa perlindungan hukum bagi konsumen akibat wanprestasi yang dilakukan oleh penjual dapat ditemukan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008. Selain itu, dapat diketahui juga bahwa penyelesaian apabila pelaku usaha melakukan wanprestasi adalah konsumen berhak mendapatkan tanggung jawab berupa ganti rugi atas wanprestasi yang dilakukan.

Pendahuluan

Kebutuhan manusia senantiasa meningkat, namun dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap segala aspek kehidupan bahkan perilaku dan aktivitas manusia sehingga kebutuhan manusia semakin mudah untuk dipenuhi¹. Begitu pula dengan berkembangnya pemasaran barang yang diperdagangkan, maka dengan berkembangnya teknologi, media pemasaran yang sebelumnya dilakukan melalui pertemuan dengan penjual dan pembeli, kini dapat dilakukan tanpa pertemuan fisik². Perdagangan yang dilakukan dengan menggunakan teknologi internet disebut e-commerce.

E-commerce dinilai mempunyai potensi besar untuk menumbuhkan volume bisnis dunia maya akan terus berkembang secara signifikan. Penjual dalam transaksi elektronik bisnis terus menggunakan internet sebagai media utama untuk mengirimkan informasi, pergerakan barang atau jasa tertentu yang cepat dan murah antar negara³. Di sisi lain, pembeli dapat mencari barang atau jasa berdasarkan kebutuhannya dengan efisien, menghemat waktu, tenaga dan biaya. Diketahui dari data tempo.com jumlah pengguna e-commerce di Indonesia setiap tahunnya mengalami kenaikan. Pada tahun 2021 total penggunaan e-commerce 148.5 juta, pada tahun 2022 jumlah pengguna e-commerce 166.1 juta dan pada tahun 2023 prediksi pengguna e-commerce mencapai 180.6 juta.

Selain memiliki banyak manfaat, pasti banyak pula masalah yang dialami konsumen dengan adanya e-commerce. Disetiap tahunnya jumlah pengaduan konsumen terkait e-commerce semakin bertambah. Banyak permasalahan yang dialami oleh konsumen e-commerce. Pada tahun 2020 jumlah aduan konsumen pengguna e-commerce 931 aduan dan pada tahun 2021 jumlah aduan meningkat hampir 10 kali lipat dari tahun 2020 yakni sebanyak 9393 aduan. Salah satu permasalahan yang sering dialami konsumen adalah barang yang dipesan tidak sesuai dengan foto katalog di aplikasi e-commerce.

Wanprestasi dalam jual beli online sangat rentan terjadi, karena pembeli dan penjual dalam sistem penjualan online tidak bertemu langsung untuk melakukan transaksi. Tentunya juga disebabkan itikad tidak baik baik itu didari pihak pembeli maupun juga bisa

¹ Achmad Sidik. et al., 2022, *Pengenalan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Untuk Menambah Wawasan Dan Kemampuan Belajar Siswa Di Era Globalisasi*, Jurnal Pengabdian Global, Vol. 01, No. 01.

² Orin Oktasari, 2021, *Al-Khiyar Dan Implementasinya Dalam Jual Beli Online*, Jurnal Aghinya Stiesnu Bengkulu, Vol. 04, No. 01.

³ Dedi Herianto, 2010, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumeren (Terhadap Periklanan yang Menyesatkan)*, Gahlia Indonesia, Bogor, hlm. 4.

dari pihak penjual dalam transaksi e-commerce. Pembeli hanya dapat melihat spesifikasi produk melalui katalog yang diunggah penjual secara online. Hal ini dapat menimbulkan banyak masalah, salah satu yang paling umum adalah pembeli menuduh penjual melakukan wanprestasi.

Dampak negatif yang seringkali merugikan konsumen dari e-commerce adalah mencakup ketidaksesuaian antara produk yang dipesan dengan yang disediakan, serta hal lain yang melenceng dari perjanjian awal. Contohnya adalah ketika membeli sesuatu secara online, namun produk yang beli berbeda dengan produk yang ada di foto pada iklan yang ditampilkan. Tindakan tersebut menimbulkan protes dari pembeli sebagai konsumen dan pada akhirnya mengharuskan pedagang untuk bertanggung jawab. Permintaan tanggung jawab sering kali berbentuk permintaan kompensasi, pengembalian dana sejumlah yang telah dibayarkan konsumen kepada penjual atau jika pembelian tersebut berupa jasa, pengajuan pengaduan yang meminta kompensasi atas kerugian dari penjual. Layanan tersebut sesuai dengan apa yang dijanjikan pedagang dalam iklan yang dibuatnya. Iklan adalah suatu hal yang pokok saat menawarkan suatu produk atau jasa dalam jual beli online. Iklan yang baik dan menjanjikan dapat menarik minat konsumen untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan dalam iklan tersebut. Selain itu, David Orton dan John Lowry berpendapat bahwa periklanan itu penting. Seperti yang mereka katakan dalam karyanya, bahwa *"Advertising is the central symbol of consumer society, advertising plays a central role in making available to consumers information which producers of advertised product whices the consumer to have"*.

Wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha terhadap perjanjian yang dilakukan dengan pembeli sebagai konsumen, khususnya dalam perjanjian penjualan online atau e-commerce, dapat menimbulkan keresahan bagi pembeli sebagai konsumen transaksi online. Untuk itu terdapat peraturan tentang perlindungan konsumen yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan ketentuan tersebut, perlindungan konsumen yakni upaya untuk menjamin kepastian hukum bagi para konsumen. Beberapa isi di dalam UUPK, diantaranya Pasal 4 menyebutkan mengenai hak-hak konsumen, Pasal 7 mengenai kewajiban-kewajiban yang harus dilaksanakan oleh pelaku usaha, dan lebih tegasnya lagi dalam Pasal 8 ditentukan perbuatan-perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam transaksi e-commerce.

Adakalanya transaksi bisnis berbasis online dilakukan berdasarkan asas kepercayaan, tetapi ada saja pihak yang melakukan penyelewengan, sehingga menyebabkan kerugian bagi pihak lain. Berdasarkan hal-hal yang telah diuraikan diatas, penulis akan mengkaji beberapa hal yaitu pertama Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Akibat Wanprestasi Penjual Dalam Transaksi Jual Beli Di E-Commerce yang dikaji dari berbagai prespektif baik hukum positif maupun perbandingan hukum lainnya yang berlaku, kemudian akan mengkaji juga penyelesaian wanprestasi bagi para pihak dalam transaksi jual beli di e-commerce di masa mendatang yang ideal. dengan membahas permasalahan tersebut penulis akan menulis persoalan isu hukum melalui artikel dengan berjudul: **"Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Akibat Wanprestasi Penjual Dalam Transaksi Jual Beli Di E-Commerce"**.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis empiris yang berfokus pada penerapan aturan hukum secara nyata terhadap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari data sekunder. Data sekunder tersebut mencakup dokumen hukum primer dan dokumen hukum sekunder. Bahan hukum primer adalah sumber utama yang bersifat otoritatif dan memiliki otoritas hukum. Bahan ini meliputi peraturan perundang-undangan serta dokumen resmi yang berisi ketentuan hukum. Dalam penelitian ini, bahan hukum primer yang digunakan mencakup Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Sementara itu, bahan hukum sekunder adalah sumber-sumber yang berkaitan erat dengan bahan hukum primer dan membantu dalam menganalisis serta memahami bahan hukum primer. Bahan hukum sekunder meliputi hasil penelitian, buku, hasil seminar, karya ilmiah dari para ahli hukum, serta dokumen lain yang relevan dengan masalah yang diteliti. Mengingat penelitian ini bersifat normatif, metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi kepustakaan. Studi kepustakaan dilakukan dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber, seperti buku, pendapat ahli, dan dokumen resmi yang relevan, baik secara konvensional maupun melalui teknologi, seperti internet. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode kualitatif, di mana proses analisis dilakukan tanpa melibatkan perhitungan matematis atau penggunaan angka. Dengan metode ini, analisis difokuskan pada interpretasi terhadap data yang telah dikumpulkan.

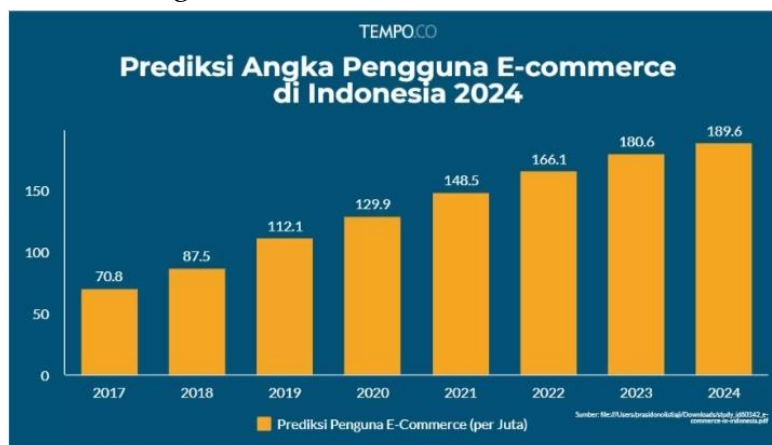
Hasil dan Pembahasan

Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Akibat Wanprestasi Penjual Dalam Transaksi Jual Beli Di E-Commerce

Di era globalisasi saat ini, jual beli atau pertukaran produk dan jasa melalui internet dan perangkat computer dikenal dengan istilah e-commerce. Media online mengalami perkembangan yang pesat jika dibandingkan dengan media lain yang mendukung e-commerce. Terdapat dua hal pendukung yang membuat media internet berkembang pesat dan memudahkan perdagangan elektronik yakni internet mempunyai jangkauan yang sangat luas, murah, cepat dan mudah diakses oleh masyarakat dan Internet menggunakan data elektronik untuk komunikasi atau transmisi data sehingga informasi dapat diakses, dikirim dan diterima dengan mudah dan ringkas baik sebagai data elektronik analog maupun digital. E-commerce merupakan bagian dari perdagangan elektronik, meskipun cakupan e-commerce jauh lebih luas dan mencakup tidak hanya bisnis atau perdagangan, tetapi juga kerjasama dengan mitra bisnis, sektor perbankan seperti layanan pelanggan dan industri fintech (*financial technology*), Industri perjalanan, lowongan pekerjaan dan asuransi⁴.

⁴ Irmawati, D, 2011, *Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis*, Orasi Bisnis, Vol. 06, No. 03.

Disetiap tahunnya pengguna e-commerce mengalami peningkatan yang pesat, hal tersebut dapat terlihat dalam gambar di bawah ini :



Gambar 1. Prediksi Pengguna E-Commerce di Indonesia Tahun 2024
Sumber: tempo.com

Dalam jual beli melalui e-commerce, pelaku usaha memegang peranan penting bagi pembeli. Misalnya, ketika pembeli ingin membeli suatu barang atau jasa, mereka perlu meneliti keaslian penjualnya. Oleh karena itu, para pelaku usaha harus mempunyai cara untuk memastikan pembeli merasa aman dan percaya diri saat membeli produknya secara online, hal yang penjual coba lakukan adalah sebagai berikut⁵:

- Pemasangan logo perusahaan pada sebuah website menunjukkan bahwa situs tersebut autentik dan telah diverifikasi oleh CA (Certificate Authority). Praktik ini biasanya diterapkan oleh perusahaan komersial besar untuk meningkatkan kepercayaan pengguna.
- Penyertaan alamat pada sebuah website bertujuan untuk memberikan keyakinan kepada konsumen bahwa lokasi tersebut benar-benar ada, sehingga mereka merasa aman saat melakukan transaksi. Selain itu, mencantumkan alamat penjual juga berfungsi sebagai informasi penting bagi pembeli, sehingga mereka dapat mengajukan klaim atau tuntutan ganti rugi jika terjadi masalah.
- Mengenai ulasan pembeli, umpan balik dari pembeli merupakan faktor sederhana tetapi sangat berpengaruh. Calon pembeli sering memeriksa ulasan yang diberikan oleh pelanggan sebelumnya untuk memastikan keabsahan situs web dan reputasi perusahaan. Semakin banyak ulasan positif yang diterima, semakin baik reputasi penjual tersebut.

Validitas agen usaha dalam pembelian online sangatlah penting, sehingga sebelum melakukan pembelian online perlu dilakukan verifikasi terhadap informasi mengenai agen usaha tersebut. Penting sekali bagi pembeli untuk mencari keabsahan agen transaksi, dimana keabsahan penjual mempunyai cakupan yang luas, misalnya *website* terdaftar valid,

⁵ Sandryones Palinggi dan Erich C. dan Limbongan, 2020, *Pengaruh Internet Terhadap Industri E-Commerce dan Regulasi Perlindungan Data Pribadi Pelanggan Di Indonesia*, Seminar Nasional Riset dan Teknologi (SEMNASRISTEK), Vol. 04, No. 01.

penjual mempunyai reputasi yang baik dan produk atau jasa yang disediakan sah dan terdaftar. Apabila badan usaha tidak melakukan hal-hal tersebut di atas, besar kemungkinan ia akan dengan mudah melanggar tanggung jawab pembeli, sehingga pembeli perlu dilindungi undang-undang terhadap perbuatan penjual.

Biasanya sebelum para pihak yaitu penjual dan pembeli melakukan transaksi penjualan secara online, mereka harus mengadakan perjanjian terlebih dahulu, dan perjanjian tersebut dilakukan melalui media online. Jual beli merupakan salah satu jenis akad yang diatur dalam KUHPdata. Kontrak jual beli online merupakan perjanjian antara penjual sebagai pemasok barang dan pembeli. Terjadinya perjanjian jual beli terhadap sebuah barang, apabila telah terjadi kesepakatan antara penjual dan pembeli. Kata sepakat didalam perjanjian merupakan syarat sahnya terjadinya suatu perjanjian sesuai dalam Pasal 1320 KUHPdata yaitu⁶:

a. **Adanya Kesepakatan Kedua Belah Pihak**

Kesepakatan ini diatur dalam Pasal 1320 ayat (1) KUHPdata, yang menyatakan bahwa salah satu syarat sahnya suatu perjanjian adalah adanya kesepakatan antara pihak-pihak yang membuat perjanjian. Kesepakatan tersebut harus didasarkan pada persetujuan tanpa adanya tekanan atau paksaan, melainkan muncul atas kemauan para pihak sendiri. Dalam e-commerce, kesepakatan ini terwujud melalui pembeli yang mengakses dan menerima penawaran secara online. Persetujuan pembeli ini menjadi dasar terbentuknya kehendak bersama dan perjanjian elektronik. Menurut Pasal 1320 KUHPdata, kesepakatan umumnya dilakukan secara tertulis dengan tanda tangan kedua belah pihak. Namun, dalam transaksi jual beli online, kesepakatan sering terjadi tanpa pertemuan langsung, hanya melalui komunikasi seperti obrolan (chat) via internet. Berdasarkan Pasal 1866 KUHPdata, alat bukti meliputi dokumen tertulis, saksi, persangkaan, pengakuan, dan sumpah. Dalam jual beli konvensional, bukti tertulis menjadi dasar, sementara dalam jual beli online, obrolan yang dicetak dalam bentuk dokumen kertas sudah dianggap sebagai alat bukti perjanjian.

b. **Adanya Kecakapan untuk Bertindak**

Kecakapan dalam membuat perjanjian merujuk pada kemampuan seseorang untuk melakukan tindakan hukum yang dapat menimbulkan akibat hukum. Orang yang melakukan perjanjian harus memiliki kemampuan hukum dan wewenang untuk bertindak. Dalam jual beli online, pihak yang tidak cakap secara hukum dianggap sah melakukan perjanjian selama tidak merugikan salah satu pihak. Namun, dalam praktik e-commerce, sulit untuk memastikan kecakapan hukum seseorang. Oleh karena itu, perlindungan hukum dalam hal ini mengacu pada Pasal 4 dan Pasal 5 UU Perlindungan Konsumen, yang mengatur hak dan kewajiban konsumen.

c. **Adanya Objek Perjanjian**

Objek perjanjian adalah prestasi atau pokok perjanjian, yaitu kewajiban yang harus

⁶ Endi Suhadi dan Ahmad Arif Fadilah, 2021, *Penyelesaian Ganti Rugi Akibat Wanprestasi Perjanjian Jual Beli Online Di Kaitkan Dengan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, Jurnal Inovasi Penelitian, Vol. 02, No. 07.

dipenuhi oleh pelaku usaha dan hak yang dimiliki oleh konsumen. Prestasi ini dapat berupa perbuatan positif, seperti memberikan barang atau jasa, maupun perbuatan negatif, seperti tidak melakukan tindakan tertentu sesuai dengan perjanjian.

Dengan adanya perjanjian ini terdapat hak dan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh para pihak yaitu penjual dan pembeli, karena telah mengadakan perjanjian, seperti adanya hak dan kewajiban jasa yang harus diselesaikan oleh para pihak, karena transaksi ini dilakukan secara online, tentunya akan membawa keuntungan dan kerugian. Namun selain banyaknya keuntungan yang diterima masyarakat dalam melakukan jual beli online seperti pilihan produk yang sangat beragam, banyak promosi atau refund, sistem pembayaran yang lebih sederhana, dan lain-lain, terdapat juga kerugian bagi pembeli, karena banyak pelaku usaha yang seringkali masih belum mampu menyadari hak-hak konsumen dalam transaksi e-commerce dan permasalahannya adalah banyak konsumen yang tidak mengetahui haknya sendiri.

Kerugian yang sering dialami konsumen antara lain barang tidak sampai tepat waktu, barang tidak sampai sesuai pesanan, dan pembeli mengeluhkan barang yang dipesan melalui cara online namun tidak sampai ke alamat tujuan, meskipun pembeli telah melakukan kewajiban membayar barang yang diinginkan sebelum dikirimkan ke alamat pembeli. Selain itu, kerugian yang ditimbulkan antara lain pembeli mengeluhkan perbedaan antara barang yang diterima dengan barang yang terlihat pada foto di media online saat pembeli melakukan pemesanan. Memang pembeli tidak bisa langsung melihat barang yang diinginkan melainkan hanya melihat gambar yang ditampilkan penjual di media online. Pada awal Mei lalu, terjadi insiden di Bogor di mana seorang konsumen mengancam kurir dengan pistol setelah terlibat adu mulut. Kejadian tersebut dipicu oleh konsumen yang menolak menerima dan membayar paket meskipun paket telah dibuka. Kasus serupa terjadi pada akhir pekan lalu, ketika seorang konsumen memarahi kurir yang mengantarkan pesanan COD. Dalam sebuah video yang tersebar di media sosial, tampak seorang wanita berbaju kuning mengucapkan kata-kata kasar karena merasa barang yang diterima tidak sesuai dengan pesanan. Baru-baru ini, seorang konsumen menarik baju kurir dan memaksa pengembalian uang setelah barang yang dipesan tidak sesuai. Kasus-kasus seperti ini menunjukkan beragam masalah dalam transaksi COD.

Wanprestasi adalah kondisi di mana penjual gagal memenuhi kewajibannya sesuai dengan yang telah ditentukan dalam kontrak, khususnya dalam perjanjian, sehingga pelanggaran ini tidak sesuai dengan kesepakatan antara pembeli dan penjual. Menurut J. Satrio, wanprestasi adalah situasi di mana debitur gagal memenuhi janji atau kewajibannya yang telah disepakati, baik karena kesengajaan maupun kelalaian, sehingga dapat dianggap sebagai kesalahan pihak debitur. Dalam kondisi ideal, pertukaran antara prestasi dan kontra prestasi seharusnya berjalan seimbang, namun dalam situasi tertentu, hal ini tidak terlaksana sebagaimana mestinya. Istilah wanprestasi berasal dari bahasa Belanda "wanprestatie," yang berarti kegagalan atau kelalaian dalam memenuhi kewajiban yang

telah disepakati berdasarkan suatu perjanjian, baik yang bersumber dari undang-undang maupun kesepakatan.

Berdasarkan Kamus Hukum, wanprestasi diartikan sebagai kelalaian, kealpaan, atau kegagalan dalam menepati perjanjian antara pembeli dan penjual. Wanprestasi terjadi ketika penjual gagal memenuhi prestasi yang menjadi tanggung jawabnya, baik karena kesalahan atau kelalaiannya. Penjual dapat dianggap melakukan wanprestasi jika: a. Penjual tidak melaksanakan kewajiban yang telah disanggupi. b. Penjual melaksanakan kewajiban tetapi tidak sesuai dengan yang dijanjikan. c. Penjual melaksanakan kewajiban tetapi terlambat.

Dalam e-commerce, kasus wanprestasi sering terjadi karena tidak adanya pertemuan langsung antara penjual dan pembeli serta kurangnya kesadaran konsumen terhadap hak-haknya. Hal ini sering dimanfaatkan oleh penjual untuk menipu pembeli, yang pada akhirnya merugikan konsumen. Untuk menghindari kerugian, penting bagi pembeli untuk mengetahui dan memahami hak-hak mereka sesuai dengan peraturan hukum yang berlaku dalam perjanjian jual beli, khususnya di e-commerce. Perlindungan hukum untuk konsumen dalam transaksi e-commerce diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang menjadi dasar hukum bagi transaksi e-commerce, serta Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang berfungsi sebagai landasan hukum untuk melindungi konsumen.

Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen dengan tegas mengatur bahwa hak-hak konsumen dilindungi undang-undang. Berkali-kali ditemukan badan usaha yang melanggar Pasal 4, misalnya Pasal 4 Ayat 8 yang mengatur "Hak untuk menerima ganti rugi, ganti rugi dan/atau pengembalian uang apabila barang dan jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau gagal memenuhi mematuhi perjanjian" Ketika barang sampai ke tangan konsumen tanpa mematuhi perjanjian, konsumen berhak menuntut ganti rugi atau ganti rugi dari agen komersial, tetapi ketika konsumen memberi tahu agen komersial, media sosial atau kontak dengan konsumen diblokir sehingga tidak dapat menghubungi agen komersial, seolah-olah agen komersial tidak bekerja sama dengan konsumen atas pelanggaran yang dilakukannya, konsumen secara tidak langsung tidak menerima ganti rugi atau hak atas ganti rugi sebagai bentuk pertanggungjawaban pihak komersial. aktor. Sementara itu, di sisi lain, badan usaha juga tidak memenuhi Pasal 4 ayat 7, dimana konsumen menuntut pertanggungjawaban, badan usaha tidak dilayani dengan baik dan jujur.

Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) mengatur kewajiban pelaku usaha yang berkaitan dengan Pasal 4 UUPK mengenai hak-hak konsumen. Hak konsumen menjadi kewajiban yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha, dan sebaliknya, kewajiban pelaku usaha menjadi hak konsumen. Dalam kasus pelanggaran yang merugikan konsumen, apabila barang yang dibeli tidak sesuai dengan kesepakatan, konsumen berhak mengajukan klaim kepada penjual barang tersebut. Ketentuan ini diatur dalam Pasal 19 UUPK, yang mengatur tanggung jawab pelaku usaha, meliputi:

- a. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, atau kerugian yang dialami konsumen akibat penggunaan barang atau jasa yang diproduksi atau diperdagangkan.
- b. Ganti rugi dapat berupa pengembalian uang, penggantian barang atau jasa yang setara nilainya, perawatan kesehatan, atau santunan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- c. Proses pemberian ganti rugi harus dilakukan dalam waktu 7 (tujuh) hari sejak tanggal transaksi.
- d. Pemberian ganti rugi tidak menghilangkan kemungkinan adanya tuntutan pidana jika terdapat bukti lebih lanjut mengenai unsur kesalahan. Ketentuan ganti rugi tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut berasal dari konsumen.

Pada dasarnya, perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi perdagangan terdiri dari dua bentuk:

- a. Perlindungan hukum melalui peraturan perundang-undangan, seperti undang-undang dan peraturan pemerintah yang bersifat umum.
- b. Perlindungan hukum berdasarkan perjanjian yang dibuat khusus antara konsumen dan pelaku usaha, yang mencakup ketentuan seperti ganti rugi, batas waktu klaim, dan penyelesaian sengketa.

Wanprestasi dapat terjadi jika pelaku usaha melanggar hak-hak konsumen atau gagal memenuhi kewajibannya dalam transaksi online. Penyelesaian sengketa dapat dilakukan secara damai, di mana pelaku usaha yang bersalah mengakui kesalahannya, baik disengaja maupun tidak, dan bertanggung jawab atas kerugian yang terjadi. Pelaku usaha harus menunjukkan itikad baik dalam menjual barang atau jasa kepada konsumen.

Pasal 19 UUPK menjelaskan bahwa pelaku usaha memiliki kewajiban untuk mengganti kerugian konsumen akibat barang cacat atau rusak. Ganti rugi dapat dilakukan melalui pengembalian barang atau uang dalam transaksi online, dengan batas waktu 7 hari. Namun, pelaku usaha dapat membela diri jika dapat dibuktikan bahwa kesalahan tersebut adalah akibat dari tindakan konsumen.

Penyelesaian Wanprestasi Bagi Para Pihak Dalam Transaksi Jual Beli Di E-Commerce

Penggunaan internet yang terus meningkat saat ini telah menjadikannya alat yang sangat efektif untuk menawarkan dan menjual barang atau jasa kepada konsumen di seluruh dunia, baik untuk individu maupun bisnis. Pemanfaatan sistem informasi dalam sektor bisnis berkontribusi pada peningkatan efisiensi operasional. Hampir seluruh kegiatan ekonomi global kini memanfaatkan internet. Salah satu aspek dari kegiatan ekonomi yang melibatkan transaksi melalui internet dikenal sebagai perdagangan elektronik (e-commerce). E-commerce merupakan model bisnis modern yang tidak memerlukan pertemuan langsung (non-face-to-face) dan tidak membutuhkan tanda tangan asli, sehingga transaksi menjadi lebih mudah karena bersifat paperless. Dalam e-commerce, transaksi dapat dilakukan tanpa pertemuan langsung, menjadikannya sebagai penggerak

ekonomi baru di era teknologi. E-commerce tidak hanya mempermudah konsumen dalam bertransaksi, tetapi juga memungkinkan penjual untuk menekan biaya operasional.

Seiring perkembangan modernisasi, Indonesia sebagai negara hukum telah merespons dengan membentuk peraturan terkait transaksi elektronik. Hal ini dilakukan untuk mengatasi berbagai permasalahan yang sering muncul dalam transaksi jual beli melalui internet. Respon pemerintah diwujudkan dengan diterbitkannya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yang kemudian diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016, serta Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

Namun, meskipun UU ITE telah diberlakukan sejak 2008, masalah dalam transaksi online masih sering terjadi. Misalnya, pada platform belanja online seperti Shopee, banyak keluhan dari konsumen mengenai produk yang diterima tidak sesuai dengan gambar di situs. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan konsumen yang hanya dapat melihat gambar produk tanpa memeriksa langsung barang tersebut. Selain itu, ada keluhan tentang keterlambatan pengiriman barang. Kasus-kasus ini menyebabkan kerugian signifikan bagi konsumen meskipun telah ada dasar hukum yang mengatur, seperti UU ITE dan prinsip-prinsip perlindungan konsumen.

Wanprestasi dalam transaksi e-commerce sering kali menimbulkan sengketa, sebagaimana halnya dalam transaksi konvensional. Penyelesaian sengketa dapat dilakukan melalui dua jalur:

1. **Litigasi** (penyelesaian melalui pengadilan) sebagaimana diatur dalam Pasal 45 UUPK dan Pasal 38 UU ITE, yang memberikan hak kepada konsumen untuk mengajukan gugatan jika dirugikan. Alat bukti elektronik seperti bukti transfer, SMS, email, dan informasi pelaku usaha (nama, alamat, nomor telepon, dan nomor rekening) diakui sebagai alat bukti sah di pengadilan.
2. **Non-Litigasi** (penyelesaian di luar pengadilan) yang dikenal dengan Alternatif Penyelesaian Sengketa (Alternative Dispute Resolution/ADR), seperti konsultasi, negosiasi, mediasi, atau konsiliasi. ADR bertujuan untuk menyelesaikan sengketa dengan biaya yang lebih murah, waktu yang lebih singkat, dan prosedur yang lebih sederhana dibandingkan jalur litigasi.

Jika terjadi wanprestasi, langkah-langkah hukum yang dapat diambil oleh konsumen meliputi:

- Meminta ganti rugi
- Meminta kompensasi
- Membatalkan perjanjian
- Menuntut penyerahan barang
- Meminta penurunan harga
- Meminta penggantian barang
- Melaporkan pelaku usaha ke pihak berwenang (ultimum remedium).

Dalam kasus di mana barang yang diterima konsumen tidak sesuai, pelaku usaha dapat bertanggung jawab dengan mengganti barang sesuai spesifikasi atau mengembalikan dana kepada konsumen. Pasal 1267 KUHPdata mengatur bahwa konsumen dapat menuntut pelaku usaha atas kelalaian, baik dalam bentuk pemenuhan kewajiban, pembatalan perjanjian, maupun penggantian biaya, rugi, dan bunga. Jika penyelesaian melalui negosiasi atau mediasi tidak menghasilkan kesepakatan, konsumen dapat melanjutkan gugatan ke pengadilan sebagaimana diatur dalam Pasal 38 UU ITE.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

1. Saat ini, internet dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai sarana untuk mencari nafkah, termasuk melalui kegiatan jual beli online atau e-commerce. Proses jual beli online mendapatkan apresiasi tinggi dari masyarakat karena pelayanannya yang sangat memudahkan dan memberikan kenyamanan bagi konsumen. Dalam transaksi e-commerce, penting bagi penjual untuk memberikan konfirmasi kepada pembeli agar pembeli merasa aman dan percaya saat bertransaksi. Meskipun terdapat banyak manfaat dari e-commerce, masih ada kasus di mana penjual mengecewakan konsumen. Perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan akibat wanprestasi dari pihak penjual diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta dalam transaksi jual beli elektronik yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
2. Wanprestasi oleh penjual dalam transaksi e-commerce dapat menyebabkan terjadinya sengketa, sama seperti dalam hubungan hukum konvensional. Penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan melalui jalur litigasi maupun non-litigasi. Apabila pelaku usaha melakukan wanprestasi, konsumen berhak mendapatkan pertanggungjawaban dalam bentuk ganti rugi atas kerugian yang dialaminya. Kasus wanprestasi ini sering kali merugikan pihak konsumen dan memerlukan penyelesaian yang adil.

Daftar Pustaka

- Abdul Halim Barkatullah, 2007, *Urgensi Perlindungan Hak- Hak Konsumen dalam Transaksi di E-Commerce*, Jurnal hukum, Vol. 14, No. 02.
- Achmad Sidik. et al., 2022, *Pengenalan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Untuk Menambah Wawasan Dan Kemampuan Belajar Siswa Di Era Globalisasi*, Jurnal Pengabdian Global, Vol. 01, No. 01.
- Agus Yudha Hernoko, 2010, *Hukum Perjanjian (Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial)*, Edisi I, Ctk. Pertama, Kencana Prenadamedia Group, Jakarta.

- Ainul Millah Al-Mumtaza dan Muhammad Rustamaji, 2022, *Consumer Legal protection on The Implementasion Of E-Commerce Using Instagram With A Pre-Order System During The Covid 19 Pandemic*, International Journal Of Environmental, Sustainability, and Social Sciences, Vol. 03, No. 01.
- Arief Budiono dan Anggun Rahmawati, 2023, *Juridical Review the Principle of Online Buying and Selling Trust Perspektif of Law Number 11 of 2008 concerning Information and Electronic Transaction (UU ITE)*, International Journal of Social Science Research and Review, Vol. 06, No. 02.
- Bisma Putra Pratama, Susanti Sembiring, 2023, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen E-Commerce Dalam Hal Ketidaksesuaian Produk Pada website*, Ensiklopedia of Journal, Vol. 05, No. 03.
- Dedi Herianto, 2010, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumeren (Terhadap Periklanan yang Menyesatkan)*, Gahlia Indonesia, Bogor.
- Dhea Cynara Torong, 2021, *Analisis Yuridis Wanprestasi Oleh Penjual Dalam Jual Beli Melalui Media Internet*, Jurnal Perspektif Hukum, Vol. 02, No. 01.
- Endi Suhadi dan Ahmad Arif Fadilah, 2021, *Penyelesaian Ganti Rugi Akibat Wanprestasi Perjanjian Jual Beli Online Di Kaitkan Dengan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, Jurnal Inovasi Penelitian, Vol. 02, No. 07.
- Gusni Wati, et all, 2022, *Upaya Hukum Yang Dilakukan Para Pihak Apabila Terjadi Wanprestasi Dalam Transaksi Perjanjian Jual Beli Melalui Internet (E-Commerce) Di Indonesia*, National Conference on Social Science and Religion, Vol.02, No.01.
- H.M. Arsyad Sanusi, 2011, *Hukum E-Commerce*, Sasrawarna Printing, Jakarta Pusat.
- Haryono, et all, 2023, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce dalam Hal Wanprestasi*, Jurnal Inovasi Pembelajaran di Sekolah, Vol. 04, No. 01.
- Hillary Ayu Sekar Gusti, 2018, *Wanprestasi Penjual Dalam Perjanjian Jual Beli E-Commerce*, Skripsi.
- Irmawati, D, 2011, *Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis*, Orasi Bisnis, Vol. 06, No. 03.
- Jain V Malviya and Arya S, 2021, *An Overview of electronic commerce (e-commerce)*, Journal Of Contemporary Issues In Bussiness and Government, Vol. 27, No. 03.
- Kristiyanti dan Celina Tri Siwi, 2016, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Lathifah Hanim, 2011, *Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Keabsahan Perjanjian dalam Perdagangan secara Elektronik (E-Commerce) di Era Globalisasi*, Jurnal Dinamika Hukum, Vol 11, No. 01.
- Muhammad Citra Ramadhan, et. All, 2023, *The Legal Protection In Crime Of E-Commerce Transaction*, Jurna Akta, Vol. 10, No. 01.
- Nafa Amelsi, Elwidarifa, Muhammad Hasbi, 2020, *Tinjauan Hukum Tentang Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Online Melalui E-Commerce Menurut Pasal 1320*, Ensiklopedia, Vol. 02, No. 02.
- Nurul Fibrianti, 2015, *Perlindungan Konsumen dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Jalur Litigasi*, Jurnal Hukum Acara Perdata Adhaper ,Vol. 01, No. 01.
- Orin Oktasari, 2021, *Al-Khiyar Dan Implementasinya Dalam Jual Beli Online*, Jurnal Aghinya Stiesnu Bengkulu, Vol. 04, No. 01.

- Pujiyono Suwadi, et all, 2023, *Legal Comparison Of Electronic Contract In Electronic Commerce Between Indonesia And The United States Based On The United Nations Commission On International Trade Law*, Jurnal Of Law And Sustainable Development, Vol. 11, No. 03.
- Rahadi Wasi Bintoro, 2010, *Tuntutan Hak Dalam Persidangan Perkara Perdata*, Jurnal Dinamika Hukum, Vol. 10 No. 2.
- Resha Alifiona, 2023, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Wanprestasi Dalam Transaksi E-commerce*, Skripsi.
- Reza Nur Rosiyana, et all, 2021, *A New Digital Marketing Area For E-Commerce Bussiness*, International Journal Of Research And Applied Technology, Vol. 01, No. 02.
- Ridwan Khairandy, 2013, *Hukum Kontrak Indonesia : dalam Perspektif Perbandingan (Bagian Pertama)*, Ctk. 1, FH UII Press, Yogyakarta.
- Rima Indah Rahmawati, 2022, *Penyelesaian Wanprestasi Dalam Melakukan Transaksi Jual Beli Secara Online Melalui E-Commerce*, Skripsi.
- Rini Handayani, 2007, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Sistem Informasi dan Penggunaan Sistem Informasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek)*, Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 09 No. 02.
- Roy Putra Anggien, et all, 2020, *Penerapan Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Konsumen Yang Dirugikan Oleh Marketplace Pada Transaksi E-Commerce*, Jurnal Judiciary, Vol. 09, No. 01.
- Sandryones Palinggi dan Erich C. dan Limbongan, 2020, *Pengaruh Internet Terhadap Industri E-Commerce dan Regulasi Perlindungan Data Pribadi Pelanggan Di Indonesia*, Seminar Nasional Riset dan Teknologi (SEMNASRISTEK), Vol. 04, No. 01.
- Sauran Datupalinge and Rahmia Rachman, 2023, *Juridical Study of E-Commerce Agreements In Terms of Civil Law Aspects*, International Journal of Global Community, Vol. 06, No. 02.
- Subekti, 1991, *Hukum Perjanjian*, Intermedia, Jakarta.
- Zaeni Asyhadie, 2018, *Hukum Keperdataan: dalam perspektif Hukum Nasional, KUHPerdata (BW), Hukum Islam dan Hukum Adat Jilid Ketiga*, PT Raja Grafindo Persada, Depok.