



PENYULUHAN PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN TERHADAP MASYARAKAT PENGGUNA LAYANAN TRANSAKSI PERDAGANGAN ELEKTRONIK (*E-COMMERCE*)

Tundjung Herning Sitabuana¹, Dixon Sanjaya²

¹Dosen, Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara
Email: tundjung@fh.untar.ac.id

²Mahasiswa, Fakultas Hukum Universitas Indonesia
Email: dixonsanjaya@gmail.com

ABSTRACT

Consumer protection efforts, especially in e-commerce transactions, are one of legal goals and ideals (rechtsidee) contained in the Preamble to the 1945 Constitution. APJII data shows that as many as 21.26%, internet users use online shopping media, this number being third largest after social media at 89.15% and online chatting media at 73.86%. However, the use of e-commerce services still raises risks such as vulnerability to personal data theft, delivery of inappropriate goods, fraud, improper refunds, unbalanced standard agreements, and unfair dispute resolution for the community. This is in line with the high number of complaints received by the Ministry of Trade, recorded throughout the 2021 period as many as 9,393 complaints and this number increased 10 times compared to 2020 as many as 931 complaints. This is the basis for conducting socialization related to legal protection for consumers who use e-commerce services. This community service activity was carried out with the stages of survey, lecture, and Q&A to the community RT 001/RW 006, Srengseng, Kembangan, West Jakarta City. The results that can be achieved in this community service are increasing public understanding and knowledge about consumer rights, forms of legal protection for consumers, efforts that can be taken by the community when they are disadvantaged from e-commerce, and efforts that can be made as smart consumers in conducting e-commerce. As a recommendation, the government needs to provide digitally integrated public reporting and complaint services to make it efficient and simplify flow of bureaucracy and carry out socialization activities on consumer protection consistently.

Keywords: Consumer, E-commerce, Law Protection

ABSTRAK

Upaya perlindungan konsumen khususnya dalam transaksi perdagangan elektronik merupakan salah satu tujuan dan cita hukum (*rechtsidee*) yang terkandung dalam Pembukaan UUD 1945. Data APJII menunjukkan bahwa sebanyak 21,26%, pengguna internet menggunakan media belanja daring, jumlah ini menjadi terbanyak ketiga setelah media sosial sebesar 89,15% dan media percakapan daring sebesar 73,86%. Meski demikian, pemanfaatan layanan perdagangan elektronik masih memunculkan risiko seperti kerawanan pencurian data pribadi, pengiriman barang yang tidak sesuai, penipuan, pengembalian dana tidak semestinya, Perjanjian baku yang tidak berimbang, dan penyelesaian sengketa yang tidak adil bagi masyarakat. Kondisi ini linear dengan tingginya jumlah pengaduan yang diterima Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga Kementerian Perdagangan tercatat sepanjang periode 2021 sebanyak 9.393 pengaduan dan jumlah ini naik 10 kali lipat dibandingkan tahun 2020 sebanyak 931 aduan. Kegiatan PKM dilaksanakan kepada masyarakat RT 001/RW 006, Kel. Srengseng, Kec. Kembangan, Kota Jakarta Barat karena berdasarkan hasil survei ternyata masih banyak masyarakat yang belum mengetahui perlindungan hukum dan cara memperolehnya serta tidak sedikit yang pernah menjadi korban dari penggunaan layanan perdagangan elektronik. Pelaksanaan PKM didahului dengan survei, ceramah, dan Q&A. Hasil yang dapat dicapai dalam PKM ini ialah meningkatkan pemahaman dan pengetahuan masyarakat mengenai hak-hak konsumen, bentuk perlindungan hukum bagi konsumen, upaya yang dapat ditempuh masyarakat ketika dirugikan dari transaksi perdagangan elektronik, dan upaya yang dapat dilakukan sebagai konsumen cerdas dalam melakukan perdagangan secara elektronik. Sebagai rekomendasi, pemerintah perlu menyediakan layanan pelaporan dan pengaduan masyarakat yang terintegrasi secara digital agar efisien dan mempermudah alur birokrasi serta melakukan kegiatan sosialisasi perlindungan konsumen secara konsisten.

Kata Kunci: Konsumen, Perdagangan Elektronik, Perlindungan Hukum

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan kemajuan teknologi dan peningkatan transaksi perdagangan secara global telah menciptakan sarana perdagangan berbasis elektronik (familiar disebut *e-commerce*). Melalui sistem *e-commerce* ini laju perdagangan semakin pesat, hal ini terbukti dari total nilai dari

aktivitas *e-commerce* pada tahun 2021 mencapai 401 triliun Rupiah dan diperkirakan pada tahun 2022 mencapai 526 triliun Rupiah (Elena, 2022). Hal tersebut menjadi tidak mengherankan apabila dilihat dari transaksi bulanan, misalnya pada bulan Januari 2022 total *volume* transaksi mencapai 261,5 juta transaksi dengan nilai mencapai 35,8 triliun Rupiah (Ramli, 2022). Apabila dilihat dari alasan penggunaan internet, yang digunakan untuk melakukan transaksi elektronik sebanyak 79% (Riyanto, 2022). Lebih lanjut, sebanyak 21,26%, pengguna internet menggunakan media *shopping online*, jumlah ini menjadi terbanyak ketiga setelah media sosial sebesar 89,15% dan media *chatting online* sebesar 73,86%. Adapun media *marketplace (e-commerce)* yang paling sering digunakan ialah *shopee* sebanyak 55,08% dan *Lazada* sebanyak 33,79%, transportasi *online* yang paling sering digunakan adalah *Gojek* (40,65%) dan *Grab* (36,32%), dan *e-wallet* yang sering digunakan ialah *Gopay* (20,68%) dan *Shopee Pay* (16,61%) (Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia, 2022).

Meskipun keberadaan *e-commerce* memberikan dampak yang sangat positif bagi dunia perdagangan, penggunaan *e-commerce* juga tidak dapat dilepaskan dari risiko dan lemahnya kedudukan konsumen di hadapan pelaku usaha. Konsumen cenderung menjadi objek bisnis untuk meraup keuntungan dengan cara penjualan, promosi, serta penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen. Posisi konsumen yang lemah dan tidak setara dengan perusahaan pada akhirnya menimbulkan persoalan perlindungan konsumen untuk mendapatkan ganti rugi, tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen dalam perjanjian jual beli *e-commerce*, dan juga mengenai perjanjian *e-commerce* sebagai bukti (Rudiastari, 2015: 72). Sementara itu, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, menyatakan beberapa konsumen tidak sepenuhnya diuntungkan dari penggunaan *e-commerce*, yaitu (Rongiyati, 2019: 3):

- a. Regulasi sektoral masih lemah dalam memberikan perlindungan kepada konsumen;
- b. Belum semua produsen *e-commerce* (termasuk penyedia aplikasi) beritikad baik;
- c. Kekosongan hukum dalam hal perlindungan data pribadi konsumen;
- d. Adanya penyisipan perjanjian baku oleh penyedia layanan yang tidak dipahami oleh konsumen;
- e. Lemahnya pemberdayaan dan literasi konsumen.
- f. Tidak adanya jaminan keamanan bertransaksi dan privasi terkait dengan risiko-risiko berkenaan dengan sistem *e-commerce*, pembebanan risiko yang tidak berimbang, dan transaksi perdagangan yang bersifat lintas batas negara (*borderless*), sehingga mempersulit yurisdiksi hukum yang berlaku (Bernada, 2017: 8; Setiantoro, dkk., 2018: 5).

Beberapa kelemahan tersebut menjadi celah bagi pelanggaran hak-hak konsumen, dimana hal tersebut dapat terlihat dari jumlah pengaduan kepada Dirjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga Kementerian Perdagangan yang naik 10 kali lipat pada tahun 2020 sebanyak 931 menjadi 9.393 aduan pada tahun 2021 (Jelita, 2022). BPKN sendiri mencatat dari tahun 2017 hingga 2020 telah menerima 3.555 pengaduan konsumen dan 8,4% (299) pengaduan berkaitan dengan *e-commerce* (BPKN, 2020). Sementara itu, YLKI sepanjang tahun 2021 telah menerima 535 aduan atau naik 33,08% dari tahun 2020 sebanyak 402 aduan. Dari jumlah tersebut, naiknya pengaduan konsumen, khususnya di sektor keuangan (49,6%) dan *e-commerce* (17,2) terjadi karena perkembangan ekonomi digital yang pesat. YLKI memberikan catatan bahwa peningkatan pengaduan konsumen tersebut juga disebabkan literasi finansial dan digital masyarakat Indonesia masih rendah, sehingga menimbulkan permasalahan bagi konsumen (Mahdi, 2022).



Dengan adanya kondisi konsumen yang tidak sekuat pelaku usaha dalam penyelenggaraan transaksi perdagangan elektronik (*e-commerce*) maka timbul semangat untuk menyediakan dan memfasilitasi perlindungan hukum bagi konsumen dalam rangka mencapai keadilan dan persamaan hak dalam melakukan transaksi perdagangan. Pentingnya perlindungan konsumen (dalam konteks hukum) tersebut timbul dari kesadaran ketidakberdayaan posisi konsumen terhadap produsen dan esensi tujuan hukum untuk melindungi dan mengayomi masyarakat. Hukum perlindungan konsumen akan bekerja dengan baik apabila terintegrasi dengan sistem perekonomian yang juga terlibat peran pelaku usaha (Widiarty, 2016: 11). Pentingnya perlindungan hukum bagi konsumen ini menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari dari filosofi pembangunan nasional termasuk pembangunan sistem hukum berlandaskan Pancasila dan UUD 1945. Perlindungan dalam rangka mewujudkan kesejahteraan rakyat tersebut tidak dapat dilepaskan dengan semangat tujuan bernegara (*rechtsidee*) Bangsa Indonesia sebagaimana tercantum dalam pembukaan UUD 1945 khususnya Alinea ke-4 yang menyatakan "... membentuk suatu pemerintah negara Indonesia yang melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia, memajukan kesejahteraan umum ...". Konstruksi rumusan yang demikian menjadikan UUD 1945 tidak hanya konstitusi politik melainkan konstitusi ekonomi. Kesadaran untuk mewujudkan perlindungan hukum bagi konsumen ini juga dipertegas dalam Pasal 27 ayat (1), Pasal 28C ayat (1), dan Pasal 33 ayat (4) UUD 1945 yang memberikan jaminan bahwa pelaksanaan perekonomian berdasarkan pada prinsip keadilan dan persamaan dalam memenuhi kebutuhan dasar melalui pemanfaatan teknologi bagi peningkatan kesejahteraan.

Secara normatif, Indonesia telah memiliki berbagai dokumen yang memuat regulasi perlindungan konsumen, di antaranya:

1. Resolusi Perserikatan Bangsa-Bangsa Nomor 39/248 Tahun 1985 tentang Perlindungan Konsumen (*Guidelines for Consument Protection*);
2. Resolusi Perserikatan Bangsa-Bangsa Nomor 51/162 Tahun 1996 tentang *UNCITRAL The Model Law On Electronic Commerce*;
3. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
4. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik;
5. Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2014 tentang Perdagangan;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2019 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional;
8. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 72 Tahun 2020 tentang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen; dan
9. Peraturan perundang-undangan lainnya.

Agar tujuan perlindungan konsumen dapat tercapai maka diperlukan pelaksanaan dan implementasi yang dilakukan secara konsekuen dan konsisten yang meliputi 4 (empat) hal, yang meliputi (Kristiyanti, 2008: 10-11):

1. Hukum perlindungan konsumen harus adil bagi konsumen maupun produsen (tidak hanya membebani tanggung jawab, tetapi juga melindungi hak-hak produsen untuk melakukan usaha dengan jujur).
2. Pembekalan sarana yang memadai bagi Aparat Penegak Hukum disertai pertanggungjawaban (akuntabilitas).
3. Meningkatkan kesadaran akan hak-hak masyarakat sebagai konsumen.
4. Perubahan terhadap sistem nilai menuju sikap mendukung perlindungan konsumen.

Oleh karena itu, untuk meningkatkan kesadaran masyarakat, perlu dilakukan pembekalan dan advokasi agar masyarakat memiliki kesadaran dan kepatuhan untuk menegakkan hak-hak konsumen dalam penggunaan layanan perdagangan elektronik (*e-commerce*). Upaya ini dilakukan dengan mengamati terjadinya disparitas antara tujuan perlindungan konsumen dalam teks tertulis (peraturan perundang-undangan) dan fenomena sosial yang terjadi dalam masyarakat disertai dengan analisis terhadap data-data yang tersedia.

Permasalahan

Peningkatan pandemi covid-19 berjalan linear dengan terus meningkatnya aktivitas perdagangan berbasis elektronik (*e-commerce*) dalam rangka memenuhi kebutuhan sehari-hari. Untuk meningkatkan kesadaran hukum masyarakat dalam penggunaan *e-commerce*, maka dilakukan pengabdian kepada masyarakat (PKM) dengan tema perlindungan hukum konsumen yang dilakukan bersama dengan warga masyarakat RT 001/RW 006 Kelurahan Srengseng, Kecamatan Kembangan, Kota Administrasi Jakarta Barat. Adapun penentuan lokasi mitra PKM ini didasarkan pada hasil pra survei yang dilakukan oleh tim di Wilayah RT 001/RW 006 Kelurahan Srengseng, Kecamatan Kembangan, Kota Administrasi Jakarta Barat yang meskipun tidak diketahui secara pasti jumlah pengguna layanan *e-commerce* dan jumlah masyarakat yang pernah menderita kerugian dari *e-commerce* yang digunakan, pada kenyataannya tidak semua masyarakat mengetahui dan memahami bentuk perlindungan hukum dan upaya atau sarana yang dapat digunakan oleh masyarakat manakala terjadi kecurangan, penyimpangan, atau pelanggaran atas hak-hak masyarakat sebagai konsumen. Selain itu, pada tingkatan yang lebih teknis, masyarakat tidak jarang menjadi korban akibat kesalahan, kekeliruan, atau kesengajaan dari layanan perdagangan *online (e-commerce)* di *marketplace*. Hal-hal seperti ini juga seringkali diabaikan dan dibiarkan oleh masyarakat karena tidak ingin mempersulit masalah atau tidak mengetahui kepada siapa dan bagaimana cara melaporkan atau melakukan pengaduan sehingga permasalahan tersebut tidak jarang berakhir tanpa penyelesaian yang sangat merugikan masyarakat sebagai konsumen. Ketidaktahuan masyarakat terhadap perkembangan teknologi akan menempatkan masyarakat pada kondisi yang tidak menguntungkan (Putra, dkk., 2019: 240).

Kemunculan layanan perdagangan elektronik (*e-commerce*) memberikan berbagai kemudahan kepada masyarakat. Meski demikian, dalam penggunaan layanan perdagangan elektronik (*e-commerce*) tidak dapat dilepaskan dari bahaya atau risiko yang secara potensial maupun aktual terjadi pada masyarakat. Oleh karena itu, untuk mengantisipasi dan mencegah kerugian yang terjadi akibat penggunaan layanan perdagangan elektronik tersebut, masyarakat RT 001/RW 006 Kelurahan Srengseng, Kecamatan Kembangan, Kota Administrasi Jakarta Barat, perlu diberikan advokasi dan sosialisasi mengenai regulasi dan peraturan mengenai hak-hak konsumen, bentuk perlindungan konsumen, dan lembaga perlindungan konsumen. Dengan demikian diharapkan masyarakat memiliki pengetahuan dan pemahaman sehingga membangun kesadaran dan budaya hukum masyarakat agar tidak apatis terhadap segala bentuk pelanggaran hak-hak konsumen. Upaya itu, diwujudkan oleh Tim PKM Untar melalui kegiatan “Penyuluhan Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Masyarakat Pengguna Layanan Transaksi Perdagangan Elektronik (*E-commerce*)”.

2. METODE PELAKSANAAN PKM

Pelaksanaan kegiatan PKM ini berlangsung dalam 2 (dua) tahapan, baik sebelum maupun saat pelaksanaan kegiatan PKM yang diuraikan sebagai berikut:

a. Tahapan Pra Survei

Kegiatan pra survei dilakukan di RT 001/RW 006 Kelurahan Srengseng, Kecamatan Kembangan, Kota Administratif Jakarta Barat, Provinsi DKI Jakarta, yang dilakukan dengan



menemui ketua RT.001/RW.006 dan melakukan diskusi mengenai aktivitas masyarakat terkait dengan penggunaan layanan *e-commerce*, intensitas dan aksesibilitas penggunaan aplikasi *e-commerce*, kerugian yang pernah dialami oleh masyarakat selaku pengguna. Berdasarkan hasil pra survei ini, tim PKM memperoleh informasi bahwa sepanjang situasi pandemi *covid-19*, transaksi dan aktivitas masyarakat dalam penggunaan *e-commerce* cukup meningkat. Tingginya jumlah aktivitas penggunaan *e-commerce* oleh masyarakat umumnya disebabkan kemudahan untuk mencari barang/jasa yang diinginkan tanpa keluar rumah, promo, diskon, *cashback*, dan lainnya. Beberapa masyarakat juga pernah mengalami kerugian akibat penggunaan *e-commerce*, seperti ketidakjelasan prosedur pengembalian uang hingga kesalahan jenis barang yang diterima.

b. Tahapan Penyuluhan PKM

Tahapan ini telah dilaksanakan hari Sabtu, 3 September 2022, Pukul 10.00-11.30 WIB. Dimana penyuluhan dalam PKM ini berlangsung selama 90 menit. Kegiatan PKM ini dilakukan secara terbatas dengan memanfaatkan media *Zoom Meeting* (daring/online), yang dihadiri oleh Ketua RT dan ±12 orang warga masyarakat RT 001/RW 006 Kelurahan Srengseng. Cara ini dipilih sebagai upaya untuk mengantisipasi penyebaran virus *covid-19* yang masih berlangsung hingga kini. Meski demikian, Ketua RT dan warga masyarakat yang hadir berkomitmen untuk menyebarkan informasi dan pengetahuan yang diperoleh kepada warga lainnya. Pelaksanaan kegiatan PKM ini dilakukan melalui 2 (dua) tahapan, yaitu:

1) Tahapan Ceramah

Materi penyuluhan disampaikan oleh narasumber dari Dosen Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara, yaitu Ibu Vera Wheni S. Soemarwi, S.H., L.L.M., dengan melakukan presentasi materi dengan judul “Menuju Era Konsumen Cerdas”. Sesi pemaparan materi berlangsung selama 40 menit, warga masyarakat antusias memperhatikan dan memahami pemaparan materi berkaitan dengan cara menjadi konsumen cerdas, bentuk perlindungan hukum, hak-hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha, klausula baku, dan lembaga penyelesaian sengketa.

2) Tahapan Q & A (Diskusi dan Tanya Jawab)

Setelah sesi pemaparan materi, kegiatan dilanjutkan dengan sesi diskusi dan tanya jawab. Pada Tahapan ini, warga masyarakat RT 001/RW 006, Kelurahan Srengseng, Kecamatan Kembangan, Kota Administrasi Jakarta Barat, diberikan kesempatan mengajukan pertanyaan dan selanjutnya pertanyaan ditanggapi dan diberikan penjelasan oleh Tim PKM. Selain itu, masyarakat juga diberikan kesempatan berdiskusi mengenai masalah yang dihadapi dalam penggunaan layanan perdagangan elektronik (*e-commerce*). Masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui prosedur penyelesaian masalah dalam penggunaan *e-commerce* dan sebagian masyarakat berpendapat bahwa penyelesaian sengketa melalui BPSK cenderung rumit dan proses yang panjang.

c. Partisipasi Mitra

Masyarakat sangat aktif dan partisipatif mengikuti dan memahami penjelasan yang disampaikan oleh narasumber dan dilanjutkan pada sesi diskusi masyarakat mengajukan beberapa pertanyaan khususnya terkait dengan upaya-upaya yang dapat ditempuh untuk memperoleh perlindungan hukum dan juga berbagi pengalaman selama menggunakan layanan perdagangan elektronik (termasuk sebagai korban). Selain itu, masyarakat juga mengajukan gagasan dan pendapat untuk menyediakan sistem pelaporan dan pengaduan terintegrasi berbasis digital untuk memberikan kemudahan kepada masyarakat apabila menjadi korban pelanggaran hak-hak konsumen.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Upaya pemberdayaan dan penguatan konsumen penting untuk diiringi dengan upaya perlindungan hukum kepada setiap konsumen pengguna barang dan jasa khususnya yang dilakukan melalui layanan perdagangan elektronik (*e-commerce*). Secara umum, terdapat 4 (empat) hak dasar konsumen yang perlu mendapatkan perlindungan menurut Shidarta, yaitu (Shidarta, 2000: 16):

1. Hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*);
2. Hak untuk memilih (*the right to choose*);
3. Hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety*); dan
4. Hak untuk didengar (*the right to be heard*).

Sementara itu, Zoemroti K. Soesilo mengemukakan hak-hak konsumen yang harus dilindungi adalah hak memiliki barang/jasa yang dibutuhkan, hak memperoleh informasi yang benar dan jujur, hak atas keamanan dan keselamatan, hak mendapat ganti rugi, hak untuk didengar pendapatnya, dan hak mendapatkan lingkungan yang bersih dan sehat (Soesilo, 1996: 4).

Dalam dokumen lebih teknis yang juga merumuskan kepentingan konsumen yang dilindungi dalam Resolusi PBB No. 39/248 Tahun 1985 tentang Perlindungan Konsumen (*Guidelines for Consumer Protection*), yaitu: (Widjaja dan Yani, 2001: 27)

- a. Pendidikan konsumen;
- b. Tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen;
- c. Promosi dan perlindungan kepentingan ekonomi sosial konsumen;
- d. Perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya;
- e. Tersedianya upaya ganti rugi yang efektif;
- f. Kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen bersuara, dan berpendapat dalam pengambilan keputusan terkait kepentingan mereka.

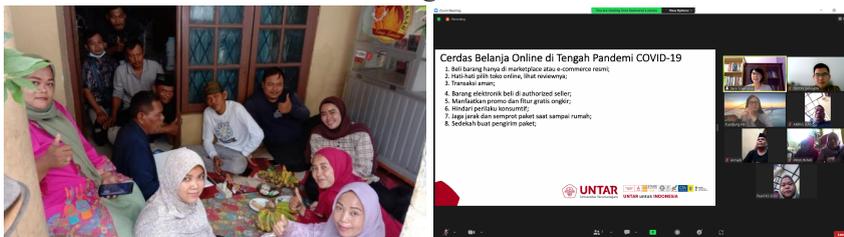
Kegiatan PKM ini menjadi bagian integral dari upaya lembaga pendidikan tinggi untuk berperan serta secara preventif untuk memberikan pendidikan, edukasi, dan advokasi akan pentingnya menegakkan hak-hak konsumen dalam penggunaan layanan perdagangan elektronik (*e-commerce*). Kegiatan ini juga menjadi wadah bagi masyarakat untuk berdiskusi mengenai permasalahan yang dihadapi dalam menggunakan *e-commerce*. Dalam sesi pemaparan materi, warga masyarakat mengikuti dengan tertib dan komunikatif, yang terlihat dari partisipasi aktif masyarakat dalam sesi diskusi dan tanya jawab. Dalam sesi diskusi, terdapat beberapa pertanyaan yang diajukan masyarakat kepada narasumber, sebagai berikut: (1) langkah yang perlu dilakukan apabila barang/jasa yang dibeli/digunakan tidak sesuai pemesanan dan ganti kerugian/ pengembaliannya?; (2) apakah ada sistem yang terhubung ke kementerian perdagangan dan/atau kementerian komunikasi dan informasi sehingga tidak perlu melakukan pengaduan fisik dan proses yang panjang?; (3) salah satu masyarakat mengalami masalah ketika membeli barang elektronik, tetapi barang tidak dikirimkan, penjual tidak merespon keluhan yang disampaikan, dan proses pengembalian dana yang lama (>6 bulan), apakah ada regulasi yang mengatur upaya hukum tersebut?; (4) Jika seller atau *marketplace* melakukan pelanggaran apakah akan langsung dicabut izinnya secara tetap atau ada prosedur lainnya?. Proses tanya jawab dan diskusi berlangsung secara terbuka, dialogis, dan partisipatif dimana masyarakat dapat mengajukan pertanyaan, pendapat, pengalaman secara langsung kepada narasumber. Dokumentasi kegiatan dapat dilihat pada Gambar 1.

Beberapa permasalahan dan pertanyaan warga masyarakat tersebut diuraikan dan dijelaskan oleh narasumber bahwa dalam hal barang/jasa yang digunakan atau dibeli tidak diterima sebagaimana mestinya, konsumen dapat membuat laporan atau pengaduan kepada layanan pelanggan (*customer service*). Pelaku Usaha memiliki kewajiban untuk membuat atau menyediakan layanan pengaduan yang sekurang-kurangnya mencakup alamat dan kontak pengaduan, prosedur pengaduan konsumen, mekanisme dan tindak lanjut pengaduan, petugas yang kompeten dalam memproses pengaduan, dan jangka waktu penyelesaian pengaduan (dalam Pasal 27 Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik). Apabila masyarakat tidak mendapatkan respon dari penyelenggara *marketplace* atau produsen, maka konsumen dapat menempuh langkah hukum yang dijamin dalam Pasal 23 UU Perlindungan Konsumen, bahwa pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberikan tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen, dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa atau menggugat ke pengadilan tempat kedudukan konsumen (Lumentut, 2021: 221-224). Meski demikian terdapat kelemahan bahwa di era digital yang semakin maju, proses pengaduan dan laporan konsumen masih dilakukan secara manual dengan datang dan mengisi lembar aduan fisik. Dalam diskusi ini juga terdapat suatu gagasan agar dapat dibuat atau dibentuk suatu akses pengaduan dan laporan terhadap kondisi-kondisi dilanggarnya hak-hak konsumen oleh pelaku usaha atau *marketplace* yang terintegrasi secara digital memudahkan masyarakat untuk membuat aduan/laporan, menjalani proses penyelesaian perkara, tanpa harus datang secara fisik ke kantor BPSK atau pengadilan. Sistem pelaporan atau pengaduan ini diharapkan dapat terhubung kepada kementerian perdagangan dan/atau kementerian informasi dan komunikasi sehingga mampu memudahkan masyarakat untuk mengakses perlindungan hukum dari pemerintah. Hal ini sejalan dengan tugas dan fungsi pemerintah untuk melakukan pembinaan dan pengawasan sehubungan dengan perlindungan konsumen, sebagaimana diatur dalam Pasal 29 dan 30 UU Perlindungan Konsumen (Soemarwi, 2022).

Selain itu, Johannes Gunawan menjelaskan bahwa perlindungan hukum dapat dilakukan saat sebelum terjadinya transaksi (*no conflict/pre purchase*) dan setelah terjadinya transaksi (*conflict/post purchase*). Perlindungan hukum sebelum terjadinya transaksi (*no conflict/pre purchase*) dilakukan melalui 2 (dua) cara, yaitu: (Gunawan, 1999:3-44)

1. *Legislation*, yaitu perlindungan hukum melalui peraturan perundang-undangan yang telah dibuat. Dengan adanya peraturan perundang-undangan diharapkan konsumen memperoleh perlindungan karena telah ada batasan-batasan dan ketentuan yang mengatur transaksi antara konsumen dan pelaku usaha.
2. *Voluntary Self Regulation*, yaitu perlindungan hukum dimana dengan cara ini pelaku usaha diharapkan secara sukarela membuat peraturan bagi dirinya sendiri agar lebih berhati-hati dan waspada dalam menjalankan usahanya.

Gambar 1.
Pelaksanaan PKM Secara Daring



Gambar 2.

Asas Perlindungan Konsumen



Hubungan antara pelaku usaha dan konsumen haruslah didasarkan pada kondisi yang setara dan seimbang dengan memperhatikan tujuan perlindungan konsumen. Dalam hubungan yang demikian terdapat berapa asas yang berlaku sebagaimana dalam Gambar 2. Terdapat beberapa hal yang penting diperhatikan untuk menjadi konsumen cerdas sebagaimana dikemukakan oleh Vera Wheni Soemarwi, sebagai berikut:

1. Membeli barang hanya di *marketplace* atau *e-commerce* resmi;
2. Hati-hati dalam memilih toko *online*, termasuk dengan memperhatikan ulasan (*review*) dan komentar pelanggan sebelumnya;
3. Menggunakan sarana transaksi yang aman;
4. Dalam pembelian barang elektronik dilakukan di penjual atau distributor resmi (*authorized seller*);
5. Memanfaatkan fasilitas promo dan diskon pembelian; dan
6. Menghindari perilaku konsumtif.

Bagi pelaku usaha maupun penyedia layanan *e-commerce*, yang terbukti melanggar hak-hak konsumen dan kewajibannya, dapat dikenakan sanksi berupa:

- a. Sanksi Administratif, berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp200.000.000,- (dua ratus juta rupiah) (Pasal 61 UU Perlindungan Konsumen) dan peringatan tertulis, dimasukkan dalam daftar prioritas pengawasan, dimasukkan dalam daftar hitam, pemblokiran sementara layanan elektronik oleh instansi terkait yang berwenang, dan/atau pencabutan izin usaha (Pasal 80 PP Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang menetapkan sanksi administratif).
- b. Sanksi Pidana berupa pidana penjara dan pidana tambahan berupa perampasan barang tertentu, pengumuman keputusan hakim, pembayaran ganti rugi, perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen, kewajiban penarikan barang dari peredaran, atau pencabutan izin usaha (Pasal 62 dan 63 UU Perlindungan konsumen, Pasal 28 ayat (1), Pasal 32 ayat (2), Pasal 32 ayat (2), dan Pasal 48 UU ITE).

Untuk mendorong partisipasi aktif, masyarakat dapat membentuk lembaga perlindungan swadaya masyarakat (Pasal 3 Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat), yang memiliki peran untuk:

- a. Menyebarkan informasi mengenai hak dan kewajiban masyarakat dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya;
- c. Bekerja sama dengan instansi terkait untuk mewujudkan perlindungan konsumen;
- d. Membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya;
- e. Melakukan pengawasan bersama dengan pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

Hal ini menjadi upaya hukum yang saling berkesinambungan secara integral untuk memberikan perlindungan hukum kepada masyarakat dalam rangka pemberdayaan dan perlindungan



konsumen. Hal ini juga sejalan dengan konsep perlindungan hukum yang dikemukakan oleh M. Isnaeni, yaitu (1) Perlindungan hukum internal berlaku karena kesadaran sendiri pada waktu membuat perjanjian dengan adanya kebebasan menyatakan kepentingannya; dan (2) Perlindungan hukum eksternal dengan regulasi guna kepentingan perlindungan terhadap pihak yang lemah (Isnaeni, 2016: 159). Dalam perspektif yang berbeda, kegiatan ini juga merupakan bagian dari upaya hukum preventif dan represif dalam perlindungan hukum sebagaimana dikemukakan oleh Philipus M. Hardjon (Wijayanto, 2021: 5; Yadi, dkk., 2022: 147). Hanya dengan keterlibatan aktif dari masyarakat pelaksanaan kebijakan akan bekerja secara efektif karena memberi dampak berupa (1) membantu perlindungan hukum; (2) memberikan informasi kepada pemerintah/mengambil kebijakan; (3) meningkatkan kesediaan masyarakat untuk menerima dan melaksanakan keputusan; dan (4) mendemokratisasi pengambilan keputusan (Hardjasoematri, 2002:104).

4. KESIMPULAN

Maraknya penggunaan layanan transaksi perdagangan elektronik (*e-commerce*) penting pula untuk memperoleh perlindungan hukum melalui sejumlah regulasi peraturan perundang-undangan. Konsumen sebagai pengguna barang/jasa memiliki hak untuk memperoleh informasi, keamanan dan keselamatan, dan hak untuk memperoleh Pendidikan atau pengetahuan mengenai perlindungan konsumen. Perlindungan konsumen dapat diberikan sebelum dan setelah dilakukannya transaksi, melalui kehati-hatian dalam melakukan atau menyetujui Perjanjian, membuat laporan pengaduan kepada *marketplace*, atau menempuh upaya hukum litigasi di pengadilan maupun non-litigasi melalui BPSK atau lembaga alternatif penyelesaian sengketa lainnya. UU Perlindungan konsumen memberikan perlindungan bagi konsumen dari itikad buruk pelaku usaha dalam transaksi perdagangan elektronik (*e-commerce*), untuk dapat mengajukan ganti rugi atau pengembalian barang/jasa yang tidak sebagaimana mestinya kepada pelaku usaha. Oleh karena itu, dalam hubungan pelaku usaha dan konsumen penting untuk memperhatikan asas keseimbangan, keamanan, keselamatan, kepastian hukum, keadilan, dan kemanfaatan. Melalui Kegiatan PKM kepada masyarakat RT 001/RW 006, Kelurahan Srengseng, Kecamatan Kembangan, Kota Jakarta Timur, DKI Jakarta bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman sebagai konsumen yang cerdas memperjuangkan dan menegakkan hak yang diberikan oleh hukum kepada masyarakat sebagai konsumen. Hal ini juga merupakan upaya integral dan sistemik untuk memberikan perlindungan hukum karena perlindungan hukum tidak akan berjalan efektif apabila hanya berwujud tekstual dalam peraturan perundang-undangan sementara masyarakat memendam dan tidak mengambil tindakan untuk menegakkan hak-hak sebagai konsumen. Dengan partisipasi aktif tersebut, masyarakat diharapkan dapat menyediakan informasi, mempengaruhi, dan berperan dalam pembentukan dan pelaksanaan kebijakan. Sebagai bentuk rekomendasi dalam kegiatan ini, pemerintah melalui kementerian perdagangan dan kementerian informasi dan komunikasi dapat membuat kanal pengaduan dan penegakan hukum bagi konsumen terintegrasi secara digital terhadap penyelenggara layanan perdagangan elektronik (*e-commerce*) yang melakukan pelanggaran hak-hak konsumen.

Ucapan Terima Kasih

Tim PKM Untar mengucapkan terima kasih kepada Ibu Vera Wheni S. Soemarwi, S.H., L.L.M., yang telah berkenan memberikan penyuluhan sebagai narasumber, Warga Masyarakat Srengseng yang telah bersedia berpartisipasi dalam dan selama proses sosialisasi atau penyuluhan hukum, dan terkhusus Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Tarumanagara, yang telah mendanai, memwadahi, dan membantu sebelum dan selama pelaksanaan kegiatan PKM ini.

REFERENSI

- Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia. (2022). *Profil Internet Indonesia 2022*. APJII, Jakarta.
- Badan Perlindungan Konsumen Nasional. “BPKN Terima 3.555 Aduan Konsumen, 70 Persen dari Sektor Bisnis Perumahan”. 3 November 2020. <https://www.bpkn.go.id/posts/show/id/1937>. Diakses pada 25 Juli 2022.
- Bernada, T. (2017). “Upaya Perlindungan Hukum pada Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Untuk Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Digital di Indonesia”. *Jurnal Hukum dan Peradilan*, Vol.6, No.1, (8).
- Elena, M. “BI Catat Nilai Transaksi *E-commerce* Tembus Rp401 Triliun pada 2021”. *Dalam Bisnis.com*. 27 Januari 2022. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20220127/9/1494047/bi-catat-nilai-transaksi-e-commerce-tebus-rp401-triliun-pada-2021>. diakses pada 25 Juli 2022.
- Gunawan, J. (1999). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.
- Hardjosoemantri, K. (2002). *Hukum Tata Lingkungan*. Gajah Mada University Press, Yogyakarta.
- Isnaeni, M. (2016). *Pengantar Hukum Jaminan Kebendaan*. PT Revka Petra Media, Surabaya.
- Kristiyanti, C. T. S. (2008). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Sinar Grafika, Jakarta.
- Lumentut, D.F.P., Rumimpunu, D., dan Baftim, F. (2021). “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce”. *Jurnal Lex Privatum*, Vol. IX, No. 3, (221-224).
- Mahdi, M. I. “YLKI: Aduan Konsumen Melonjak 33,08% Pada 2021”. *Dalam DataIndonesia.id*. 20 April 2022. <https://dataindonesia.id/Ragam/detail/yлки-aduan-konsumen-melonjak-3308-pada-2021>. Diakses pada 25 Juli 2022.
- Putra, I.P.E.S., Budiarta, I.N.P, dan Karma, N.M.S. (2019). “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Jual Beli Barang Melalui *E-Commerce*”. *Jurnal Analogi Hukum*, Vol. 1, No. 2, (240).
- Ramli, R. R. “Nilai Transaksi ‘*E-commerce*’ RI Tembus RP30,8 Triliun Per Ferbruari 2022. *Dalam Kompas.com*. 5 April 2022. <https://money.kompas.com/read/2022/04/05/120000126/nilai-transaksi-e-commerce-ri-tebus-rp-30-8-triliun-per-februari-2022?page=all>. Diakses pada 25 Juli 2022.
- Riyanto, G. P. “Pengguna Internet di Indonesia Tembus 210 Juta Pada 2022”. *Dalam Kompas.com*. Tanggal 10 Juni 2022. <https://tekno.kompas.com/read/2022/06/10/19350007/pengguna-internet-di-indonesia-tebus-210-juta-pada-2022?page=all>. Diakses pada 25 Juli 2022.
- Rongiyati, S. (2019). “Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Dagang Melalui Sistem Elektronik”. *Negara Hukum*, Vol. 10, No. 1, (22).
- Rudiastari, E. (2015). “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perjanjian Jual Beli Melalui *E-commerce* di Indonesia”. *Soshum: Jurnal Sosial dan Humaniora*, Vol. 5, No. 1, (72).
- Setiantoro, A., dkk. (2018). “Urgensi Perlindungan Hukum Konsumen dan Penyelesaian Sengketa *E-Commerce* di Era Masyarakat Ekonomi ASEAN”. *Jurnal Rechtsvinding*, Vol. 7, No. 1, (5).
- Shidarta. (2000). *Hukum Perlindungan Konsumen*. PT Grasindo, Jakarta.



- Soemarwi, V.W.S. “Menuju Era Konsumen Cerdas”. *Makalah*. Disampaikan dalam Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Kelurahan Srengseng, Kecamatan Kembangan, Kota Jakarta Barat, 3 September 2022.
- Soesilo, Z. K. (1996). *Penyambung Lidah Konsumen*. Puspa Swara, Jakarta.
- Widiarty, W. S. (2016). *Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Pangan Kadaluwarsa*. PT. Komodo Books, Depok.
- Widjaja, G., dan Yani, A. (2001). *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Wijayanto, M.M., (2021). “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Jual Beli Melalui *E-Commerce* Atas Ketidaksesuaian Barang yang Diterima”. *Jurnal Retrieval*, Vol. 1, No. 1, (5).
- Yadi, D.K., Sood, M., dan Martini, D. (2022). “Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Transaksi *E-Commerce* Menurut Tata Hukum Indonesia”. *Jurnal Commerce Law*, Vol. 2, No.1, (147).