

PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM E-COMMERCE

¹Cholifatu Rohmah, ²Devy Setiyani, ³Widi Nugrahaningih

Program Studi Hukum, Fakultas Hukum & Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta

Jl. Pinang Raya No. 47 Cemani Sukoharjo, 57552

Telp. 0271 7470050

¹cholifaturmahleo@gmail.com,

Abstrak

Banyak kemudahan ditawarkan dalam transaksi online, terutama dalam hal efisiensi waktu. Konsumen yang mengalami kerugian perlu mendapatkan pertanggungjawaban dari pelaku usaha. Berdasarkan data dari Badan Pengaduan Konsumen Nasional (BPKN) pada tahun 2020 terdapat 479 keluhan, 41 di antaranya adalah tentang kasus-kasus E-commerce. Masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana mengimplementasikan Pasal 4 ayat (2) UU No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen untuk transaksi online atau e-commerce. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi pasal 4 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen untuk transaksi online atau E-commerce. Metode penelitian adalah doktrinal, dengan pengumpulan data studi literatur. Dalam Undang-Undang Perdagangan, sistem perdagangan E-commerce yang diatur mengatur bahwa setiap orang atau badan usaha yang memperdagangkan barang atau jasa harus menyediakan data dan informasi yang lengkap dan benar. Kesimpulannya adalah bahwa penerapan Pasal 4 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dalam transaksi online atau e-commerce, adalah tepat, dalam hal ini, program penjualan Flashsale dan Tokopedia. Pelaku bisnis memiliki itikad baik, Tokopedia dan Lazada telah meminta maaf kepada konsumen

Kata kunci: Transaksi online atau e-commerce; Hukum perlindungan konsumen; Implementasi pasal 4 ayat (2) UU No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen

Abstract

Many conveniences are offered in online transactions, especially in terms of time efficiency. Consumers who suffer losses need to get accountability from business people. Based on data from the National Consumer Complaints Agency (BPKN) in 2020 there were 479 complaints including complaints about e-commerce cases. The problem in this research is how to implement Article 4 paragraph (2) of Law no. 8 of 1999 concerning consumer protection for online transactions or e-commerce. This study aims to analyze the implementation of article 4 paragraph (2) of Law Number 8 of 1999 concerning consumer protection for online or e-commerce transactions. The research method is doctrinal, with literature study data collection. In the Trade Law, the regulated e-commerce trading

system regulates that every person or business entity that trades goods or services must provide complete and correct data and information. The conclusion is that the application of Article 4 paragraph (2) of Law Number 8 of 1999 concerning consumer protection in online or e-commerce transactions, is appropriate, in this case, the Flash sales program and Tokopedia. business people have good faith, Tokopedia and Lazada have apologized to consumers.

Keywords: *Online or e-commerce transactions; Consumer protection law; Implementation of article 4 paragraph (2) of Law no. 8 of 1999 concerning consumer protection.*

1. Pendahuluan

Orang membeli barang melalui sistem jual beli online atau sering disebut E-commerce di era modern ini. *E-commerce* adalah transaksi yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau pihak lain dalam hubungan yang serupa untuk pengiriman barang, layanan, dan pengalihan hak (Nugrahaningsih & Erlinawati, 2017). Transaksi *E-commerce* dilakukan secara online menggunakan internet. Banyak kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan dalam *E-commerce*, terutama dalam hal efisiensi waktu. Dalam istilah ekonomi, masyarakat selaku pembeli sering disebut sebagai konsumen, sedangkan penjual atau pelaku usaha dapat disebut sebagai produsen. Tetapi dalam sistem *E-commerce* juga dapat terjadi masalah khusus terkait produk hukum mengenai perlindungan konsumen. Keadaan di mana banyak konsumen dirugikan, memberikan ketidaknyamanan jangka panjang jika tanggung jawab konsumen tidak segera ditindaklanjuti dengan upaya pelaku usaha. Menurut Zulham (2016), hak-hak konsumen diperlukan oleh bisnis, meminta konsumen untuk memenuhi prosedur dalam kegiatan jual beli, dan pertanggungjawaban atas jawaban yang harus dilakukan terkait dengan default bisnis atau kerugian kepada konsumen. Kerugian yang terjadi dapat disebabkan oleh kegagalan bisnis yang tidak disengaja karena sistem *E-commerce* yang rusak. Namun, tidak demikian halnya dengan bisnis yang dengan sengaja membuat kerugian bagi konsumen untuk memperkaya diri mereka sendiri tanpa mempertanyakan aturan yang berlaku dalam kegiatan pembelian dan penjualan.

Di zaman modern, kreativitas manusia juga berkembang dengan semua ide menarik dalam membuat iklan, aplikasi, dan sistem promosi dalam transaksi *E-commerce*. Jika tidak hati-hati, konsumen dapat dengan mudah tergoda oleh iklan atau promosi yang disediakan oleh bisnis. Misalnya, para konsumen aplikasi belanja online Tokopedia yang memprotes karena mereka gagal melakukan transaksi ketika ada program penjualan Flashsale, konsumen mengungkapkan bahwa pembayaran untuk pembelian penjualan Flashsale di Tokopedia telah dikumpulkan, tetapi transaksi tersebut dianggap tidak berhasil oleh Tokopedia. Ini membuat pelanggan merasa kecewa dan dirugikan, tetapi Tokopedia sudah mengambil langkah dengan mengembalikan pembayaran untuk semua transaksi yang gagal. Tokopedia berusaha agar program promosi lebih lanjut dapat memberikan yang lebih baik sehingga konsumen tidak dirugikan (Galih Gumelar / CNN Indonesia). Tanpa disadari, konsumen hanya mengikuti prosedur dan aturan yang ada dalam sistem yang tentu saja dibuat oleh pelaku bisnis dan aturan ini sering menimbulkan kerugian besar bagi konsumen.

2. Metodologi

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis normatif. Yuridis normatif yang terkait dengan hukum dan peraturan yang terkait dengan Undang-undang, dilakukan dengan

menggunakan literatur atau data sekunder tentang prinsip-prinsip penelitian hukum perpustakaan (Soekanto & Mamudji, 2001). Metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi literatur. Menurut Ali (2010) data literatur bersumber dari undang-undang dan peraturan, buku, dokumen resmi, publikasi dan hasil penelitian. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Yaitu menjelaskan variabel judul dengan pemikiran peneliti sendiri dan sesuai dengan aturan yang ada.

3. Hasil dan Pembahasan

1. Studi tentang E-commerce dan dasar hukum untuk perlindungan konsumen di Indonesia

Meningkatnya kebutuhan manusia disertai dengan kemajuan teknologi yang berkembang pesat. Membawa ide-ide kreatif untuk membantu efisiensi dalam memenuhi kebutuhan, salah satunya dalam transaksi, terutama dalam transaksi online (*E-commerce*). Meski begitu, tetap tidak mengesampingkan kemungkinan terjadi masalah antara konsumen dan pelaku usaha. Ada begitu banyak masalah yang bisa ditimbulkan, terutama jika pelaku usaha curang. Di Indonesia sendiri ada Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini dibuat untuk memberikan kepastian hukum kepada konsumen dan pelaku usaha. Di dalamnya terdapat pasal yang mengatur hak-hak konsumen, salah satunya adalah dalam Pasal 4 ayat (2) yang berbunyi "Hak untuk memilih barang dan/atau jasa dan untuk mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi dan jaminan terjamin ". Menurut Salami et al. (2008), hak untuk memilih adalah hak dasar yang tidak dapat dihapuskan oleh siapapun. Dengan menggunakan hak pilih mereka, konsumen dapat membuat pilihan dalam memilih barang dan/atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha sesuai dengan kebutuhan dan hati nurani mereka secara bebas tanpa tekanan dari konsumen luar. Konsumen juga memiliki hak untuk membeli atau tidak membeli barang yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Jika konsumen membeli barang dan/atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha, itu berarti bahwa konsumen telah menyetujui harga yang ditentukan dan tentu saja konsumen harus melakukan pembayaran sesuai dengan prosedur yang berlaku. Dalam Pasal 4 ayat (2) juga dijelaskan bahwa konsumen berhak mendapatkan barang dan atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan ketentuan serta jaminan yang dijanjikan. Dalam transaksi online (*E-commerce*) konsumen tidak dapat langsung melihat kondisi barang yang akan dipilih, hanya dapat melihat gambar dan/atau video yang diposting oleh pelaku usaha dan membaca spesifikasi tertulis. Tetapi dengan jaminan, konsumen dapat dengan mudah mempercayai pelaku usaha karena mereka merasa aman dengan adanya jaminan, ketika terjadi masalah dalam transaksi mereka dapat dipertanggungjawabkan.

Kemudian mengenai kewajiban pelaku usaha dalam Pasal 7 huruf (a) yang berbunyi "dengan itikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya". Pasal ini menekankan bahwa pelaku usaha harus memiliki itikad baik kepada konsumen yang cenderung berada dalam posisi yang lebih lemah jika dibandingkan dengan posisi pelaku usaha. Sehingga konsumen tidak dirugikan karena tindakan dan/atau ketentuan yang dilakukan oleh pelaku usaha. Kemudian pasal 7 huruf (a) mensyaratkan pelaku usaha untuk memiliki niat baik dalam melakukan aktivitas perdagangan online (*E-commerce*) bersama dengan konsumen. Pelaku usaha dituntut untuk memiliki itikad baik dengan cara berikut.

1. Memberikan informasi yang baik, benar dan jelas tentang kondisi dan jaminan yang diberikan pada barang dan / atau jasa;

2. Melayani konsumen dengan baik dengan bahasa yang sopan dan tidak membeda-bedakan konsumen satu sama lain;
3. Memberikan kompensasi atas kerugian yang dapat disebabkan oleh sistem dan / atau hal-hal lain kepada konsumen.

2. Implementasi E-commerce di Indonesia

Berdasarkan data dari Badan Pengaduan Konsumen Nasional (BPKN) pada tahun 2020 terdapat 478 keluhan 41 di antaranya adalah keluhan tentang kasus-kasus E-commerce. Berikut ini adalah Gambar 1 grafik keluhan konsumen dari data BPKN



Gambar 1, Grafik Pengaduan Konsumen Tahun 2020

Salah satu contohnya adalah yang dibahas dalam pendahuluan tentang transaksi melalui situs *E-commerce* Tokopedia. Konsumen mengikuti program Flashsale yang diselenggarakan oleh Tokopedia dan melakukan pembayaran dengan mentransfer mengikuti instruksi yang tertera di situs. Dalam hal itu konsumen mendapatkan hak untuk menerima barang yang telah ia beli tetapi Tokopedia menganggap bahwa transaksi tersebut gagal, sehingga saldo konsumen berkurang tetapi tidak mendapatkan barang yang ia bayar. Kemudian konsumen tidak menerima ini dan kemudian menghubungi Tokopedia dan kasus ini ditindaklanjuti sesuai dengan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Tokopedia dengan itikad baik mencoba merefund atau mengembalikan pembayaran

untuk semua transaksi yang gagal dan berusaha meningkatkan program di waktu yang akan datang. Kasus selanjutnya terjadi pada konsumen Lazada, situs aplikasi belanja online pada Juli 2015. Seorang konsumen yang memesan perangkat iPhone dan ketika barang tiba ternyata paket itu hanya berisi sabun mandi batangan. Untungnya, manajer belanja online Lazada segera melakukan upaya untuk memperbaiki kesalahan sehingga kasus tersebut dapat diselesaikan secara damai oleh kedua belah pihak. Semakin banyak kasus yang dapat muncul atau sering muncul dapat mengakibatkan hilangnya kepercayaan konsumen pada situs aplikasi belanja online (*E-commerce*).

3. Studi teori hukum progresif

Indonesia adalah negara yang berdasarkan hukum, bukan pada kekuasaan. Dengan demikian, hukum dijadikan sebagai pedoman dalam aspek kehidupan masyarakat. Karena selain itu, hukum juga berkaitan dengan kesejahteraan rakyat. Menurut Rahardjo (2007), faktor-faktor yang disajikan di masa depan adalah faktor manusia dan masyarakat sehingga hukum ditampilkan sebagai perjuangan atau perjuangan manusia. Baik hukum maupun operasi hukum, harus dilihat dalam konteks hukum itu sendiri, bahwa hukum itu ada bukan untuk diri sendiri, tetapi untuk manusia dalam hal ini kebahagiaan. Lebih lanjut Raharjo juga mengatakan bahwa penegakan hukum progresif tidak hanya menegakkan hukum hanya dengan kata-kata dalam peraturan, tetapi memiliki makna yang lebih dalam. Dikatakan bahwa hukum ditegakkan dengan empati, dedikasi, dan komitmen terhadap apa yang dialami oleh masyarakat, dengan mencari jalan keluar dari yang biasa. Penegakan hukum tidak hanya secara formal sesuai dengan aturan tertulis. Namun, hukum harus dilihat dari sisi keadilan di masyarakat. Singkatnya, bahwa hukum itu tidak hanya murni doktrinal, tetapi juga melihat pada aspek perilaku sosial.

Menurut Prastyanti (2013), pemanfaatan teknologi informasi, media, dan komunikasi kini telah mengubah kehidupan masyarakat secara keseluruhan. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi juga membuat hubungan dunia lebih mudah untuk mengakses sesuatu dan dapat menemukan informasi dengan mudah dan menyebabkan perubahan sosial, ekonomi dan budaya yang signifikan terjadi dengan sangat cepat. Teknologi informasi saat ini dapat bermanfaat dan merugikan orang-orang yang menggunakannya dan lingkungan selain memberikan kontribusi pada peningkatan kesejahteraan manusia, kemajuan, dan peradaban, serta menjadi sarana yang efektif untuk bertindak melawan hukum, karena ketidaktahuan tentang aturan hukum yang telah dibuat oleh pemerintah. Perkembangan *E-commerce* dalam beberapa tahun terakhir telah menjadikan *E-commerce* sebagai bisnis besar di dunia perdagangan. Dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menjadi rujukan bagi setiap pelaku usaha dalam melakukan transaksi *E-commerce*, baik tatap muka secara langsung (*offline*) atau melalui *E-commerce* (*online*). Hukum Perlindungan Konsumen secara umum bertujuan untuk memberikan perlindungan bagi konsumen baik di bidang hukum perdata maupun di bidang hukum publik, posisi Hukum Perlindungan Konsumen ada dalam studi Hukum Ekonomi. Tujuan dari peraturan tentang Perlindungan Konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen terdapat dalam Pasal 3, bahwa tujuan Perlindungan Konsumen adalah untuk meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri mereka sendiri ketika melakukan transaksi *E-commerce*, sehingga konsumen dapat memilih, menentukan dan menuntut haknya sebagai konsumen, serta untuk menciptakan sistem perlindungan konsumen yang memiliki unsur kepastian hukum dan pengungkapan informasi serta akses ke informasi hukum dan pengungkapan informasi. Dalam Undang-Undang Perdagangan, sistem perdagangan *E-commerce* yang diatur mengatur bahwa setiap orang atau badan usaha yang memperdagangkan barang atau jasa

harus menyediakan data dan informasi yang lengkap dan benar. *E-commerce* diatur dalam Undang-Undang Perdagangan Bab 8 tentang Perdagangan melalui Sistem Elektronik dalam pasal 65 dan 66. Undang-undang Perlindungan Konsumen adalah pedoman bagi pelaku usaha dan konsumen dapat menjalankan usaha mereka dengan benar dan tidak membahayakan konsumen. Perlindungan konsumen dalam *E-commerce* telah menjadi hal yang penting dan perlu, karena penjual dan pembeli hanya mengandalkan prinsip kepercayaan dalam melakukan transaksi *E-commerce*.

Menurut Az. Nasution (1995), dalam perlindungan konsumen, ada dua istilah hukum yaitu hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen. Menurut Yusuf (2011) Hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen adalah bidang hukum baru dalam bidang akademik dan praktik penegakan hukum di Indonesia. Pada dasarnya, hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen membahas hal yang sama, yaitu kepentingan hukum dan hak konsumen. Bagaimana hak konsumen diakui dan diatur dalam hukum dan bagaimana mereka ditegakkan dalam praktik kehidupan masyarakat. Dengan demikian, Undang-undang perlindungan konsumen atau hukum konsumen dapat diartikan sebagai keseluruhan peraturan hukum yang mengatur hak dan kewajiban konsumen dan produsen yang muncul dalam upaya mereka untuk memenuhi kebutuhan mereka. Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha diatur dengan jelas. Untuk hak dan kewajiban konsumen yang diatur dalam Pasal 4 dan 5 yang pada intinya konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, keselamatan, hak untuk memilih dan mendapatkan barang sesuai dengan nilai tukar atau harga, hak untuk mengoreksi informasi, hak untuk didengar pendapat dan keluhan, berhak atas apa pun yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan lainnya. Maka konsumen harus membaca informasi, memiliki niat baik, membayar sesuai dengan harga atau nilai tukar yang disepakati, mengikuti upaya hukum dengan tepat. Sedangkan hak dan kewajiban pelaku usaha diatur dalam Pasal 6 dan 7, yang intinya, pelaku usaha berhak menerima pembayaran, mendapatkan perlindungan hukum, membela, dan berhak atas apa pun yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan lainnya. Dalam Pasal ini diatur bagaimana konsumen dan pelaku usaha dalam suatu mekanisme transaksi bisnis atau perdagangan. Hukuman dalam Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Pasal 1 angka 1 yang menyatakan "Segala upaya yang menjamin kepastian hukum", diharapkan sebagai benteng untuk meniadakan tindakan sewenang-wenang yang merugikan pelaku usaha hanya untuk kepentingan perlindungan konsumen, dan sebaliknya jaminan hukum kepastian bagi konsumen (Miru & Yudo, 2004). Kasus konsumen Tokopedia yang memprotes karena ketika transaksi dianggap gagal oleh Tokopedia meskipun mereka mengklaim saldo mereka telah terputus dan kasus konsumen Lazada yang barang pesannya ditukar dengan sabun. Di sinilah perlindungan konsumen diperlukan, karena konsumen *E-commerce* hanya mau menggunakan elektronik tanpa tatap muka membuat konsumen lebih mudah tertipu. Dengan promosi atau diskon besar-besaran, konsumen secara otomatis tergoda oleh promosi ditambah dengan sifat manusia hedonis yang membuat pebisnis berbondong-bondong untuk menetapkan strategi untuk keuntungan besar. Pelaku usaha Tokopedia dan Lazada dapat didakwa dengan artikel yang ada dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen karena merugikan dan mengecewakan banyak konsumen, tetapi dengan itikad baik Tokopedia dan Lazada telah meminta maaf kepada konsumen dan mencoba mengembalikan atau membalikkan pembayaran yang dilakukan oleh konsumen dan mengganti perintah ditukar. Secara khusus, Tokopedia juga mengakui bahwa kesalahan ada dalam sistem mereka karena pada waktu itu ada program penjualan Flashsale dan Tokopedia juga mencoba membuat program berikutnya lebih baik dan agar konsumen tidak merasa dirugikan.

Untuk memperjuangkan hak-hak konsumen sesuai dengan peraturan ada dua jenis jalan yang bisa ditempuh, yaitu melalui pengadilan dan/atau Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Di bawah Undang-Undang Perlindungan Konsumen, jika pelaku usaha tidak memperhatikan keluhan pelanggan atau konsumen, itu ditemukan dalam Pasal 23. Konsumen harus kembali ke pelaku usaha, tetapi menurut Pasal 23, jika pelaku usaha tidak bereaksi, sengketa konsumen muncul yang dapat diselesaikan dengan pilihan melalui pengadilan atau melalui BPSK. Berdasarkan hal tersebut membuktikan bahwa perdagangan online yang biasa dilakukan sehari-hari sangat rentan terhadap risiko atau kerugian konsumen. Hal ini disebabkan oleh kelalaian pelaku usaha dan mereka yang tidak menerapkan ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang harus dipenuhi dalam transaksi. Di era globalisasi saat ini, *E-commerce* harus menjadi alat yang berguna dan memfasilitasi konsumen dalam kegiatan perdagangan. Implementasi transaksi *E-commerce* yang berkembang pesat harus diimbangi dengan adanya pengawasan ketat dalam setiap implementasi. Pengawasan transaksi *E-commerce* memang tidak semudah mengawasi transaksi perdagangan konvensional. Kementerian Perdagangan sebagai wali amanat sektor perdagangan, mewajibkan semua produk atau barang yang diperdagangkan melalui toko online (*E-commerce*) untuk memenuhi Standar Nasional Indonesia (SNI) dan kewajiban untuk memasang label Indonesia. Fungsi pengawasan dan legislator serta masyarakat sebagai konsumen yang cerdas karena karakteristik perdagangan *E-commerce* yang berbeda dari perdagangan konvensional.

4. Implementasi pasal 4 ayat (2) Undang-undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen untuk transaksi online atau e-commerce

Implementasi pasal 4 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dalam transaksi online atau *E-commerce*, dalam hal ini Tokopedia dan pihak Lazada memiliki niat baik meminta maaf kepada konsumen dan mencoba untuk mengembalikan atau membalikkan pembayaran yang dilakukan oleh konsumen dan mengganti pesanan yang ditukar. Secara khusus, Tokopedia juga mengakui bahwa kesalahan ada dalam sistem mereka karena pada waktu itu ada program penjualan Flashsale dari Tokopedia juga mencoba membuat program berikutnya lebih baik dan agar konsumen tidak merasa dirugikan. Ini juga menunjukkan bahwa Undang-undang dibuat sebagai pedoman dalam aspek kehidupan masyarakat dalam hal ini termasuk kegiatan *E-commerce*. Pasal 4 yang berbunyi "Hak untuk memilih barang dan/atau jasa dan untuk mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi dan jaminan yang dijanjikan". Dengan upaya yang telah dilakukan oleh pelaku usaha, hak konsumen untuk memilih barang dan mendapatkan barang sesuai dengan kondisi yang dijanjikan telah dipenuhi oleh pelaku usaha, dengan kompensasi atas kerugian yang diderita oleh konsumen. Dengan demikian, ini juga menunjukkan bahwa hukum perlindungan konsumen di Indonesia, memiliki sifat progresif, tidak hanya menegakkan hukum hanya dengan kata-kata dalam peraturan (yang telah dibuat oleh pelaku usaha saja atau Undang-undang saja), tetapi memiliki makna yang lebih dalam, yaitu bahwa hukum tersebut ditegakkan dengan empati, dedikasi, dan komitmen terhadap apa yang dialami oleh masyarakat, dengan menemukan solusi sesuai dengan hukum.

5. Kesimpulan dan Saran

Implementasi pasal 4 ayat (2) Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pada transaksi online atau *E-commerce*, telah sesuai dalam hal ini, program Flashsale dari Tokopedia. Pelaku usaha memiliki itikad baik dengan pembuktian bahwa pihak Tokopedia dan Lazada sudah meminta maaf kepada konsumen dan berusaha merefund atau mengembalikan

pembayaran yang sudah dilakukan konsumen serta mengganti pesanan yang tertukar. Hal ini sesuai dengan amanat Pasal 4 ayat (2) Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yang berbunyi “Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan”.

Saran kami yaitu perlu adanya Sosialisasi kepada masyarakat juga diperlukan untuk mendukung tercapainya tujuan dalam Undang-Undang perlindungan konsumen. Hak-hak dan kewajiban serta tanggung jawab harus diketahui oleh kedua belah pihak guna untuk menghindari kecurangan dan kerugian yang bisa terjadi. Pelaksanaan transaksi *e-commerce* harus diberi pengawasan yang tegas, pengawasan transaksi *E-commerce* memang tidak mudah tetapi pemerintah dan masyarakat harus bersama sama melakukan tindakan agar tidak terjadi kerugian terhadap konsumen. Para pelaku usaha dan konsumen juga harus mengerti dan paham hak-hak dan kewajiban mereka, harus pula mempertanggung jawabkan segala hal yang terjadi dalam bertransaksi. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan informasi yang diberikan dari pelaku usaha, untuk memperjuangkan hak-hak konsumen ada dua jenis cara yang bisa ditempuh, yaitu melalui pengadilan atau melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Konsumen tentu saja dapat menuntut pelaku bisnis melalui penyelesaian perselisihan di luar pengadilan atau melalui pengadilan di lingkungan pengadilan umum.

Daftar Pustaka

Buku

Miru, Ahmadi & Sutarman Yudo, 2004, Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Nasution, Az. 1995. Konsumen dan Hukum, Cetakan I, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan

Nugrahaningsih, Widi & Mira Erlinawati, 2017, Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Online, Cetakan I, Surakarta: CV Pustaka Bengawan

Rahardjo, Satjipto, 2007, Biarkan Hukum Mengalir (Catatan kritis tentang pergulatan manusia dan hukum). Jakarta: Kompas

Shofie, Yusuf, 2011, Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya, Bandung: Citra Aditya Bakti

Soerkanto, Soerjono & Sri Mamudji, 2001, Penelitian Hukum Normatif (Jakarta), Jakarta: Rajawali Pers

SHI, Zulham, 2016, Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta: PT Kharisma Putra Utama

Zainudin, Ali. 2010, Metode Peneitian Hukum, Jakarta: Sinar Grafika

Jurnal

Salami, Rochani Urip, I Ketut Karmi Nurjaya, Krisnhoe Kartika, 2008, “Penerapan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pada Jasa Pengiriman Dokumen di PT. Kerta Gaya Pusaka Perwakilan Purwokerto ”, Jurnal Dinamika Hukum, Vol 8 (2)

Prastyanti, Rina Arum, 2013, “Evaluasi Efektivitas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik Dalam Pelaksanaan E Commerce”, Jurnal DutaCom, Vol 5 (1)

Internet

Galih Gumelar / CNN Indonesia, <http://m.cnnindonesia.com/teknologi/20180527140817-185-301643/konsumen-protas-transaksi-flash-sale-tokopedia-bermasalah>, (diakses pada 18 April 2020 pukul 09:30)

Grafik Keluhan Konsumen <https://bpkn.go.id/posts/show/id/258>, (diakses 30 April pukul 12.02)

Legislasi

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen