



Mitigasi Risiko dalam Transaksi *E-Commerce*: Keseimbangan Perlindungan Hukum antara Konsumen dan Pelaku Usaha

Anita Sani¹, Joni Emirzon², Annalisa Yahanan³

¹Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya, E-mail: anitasani559@gmail.com

²Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya, E-mail: jemirzon@gmail.com

³Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya, E-mail: annalisay@fh.unsri.ac.id

Info Artikel

Masuk: 6 Februari 2024

Diterima: 29 Juli 2024

Terbit: 30 Juli 2024

Keywords:

Risk mitigation; Legal
Protection; Consumers and
Business Actors

Kata kunci:

Mitigasirisiko;Perlindungan
Hukum;Konsumen dan
Pelaku Usaha

Corresponding Author:

Anita Sani, E-mail :

anitasani559@gmail.com

DOI:

10.24843/JMHU.2024.v13.i0
2.p04.

Abstract

In e-commerce In e-commerce in this era of globalization, both consumers and business actors, apart from gaining profits, are also at risk, so balanced legal protection is needed. Consumer rights are at risk of being violated by business actors to gain profit. In fact, business actors are also in a weak position, such as consumers who do not meet their achievements, for example unilateral cancellation of consumers using the term hit and run. The aim of this research is to mitigate potential risks in order to balance legal protection between consumers and business actors. Research method, namely qualitative method. From the research results it is known that theoretically, Risk mitigation is one of the stages of organizational risk management which can be implemented individually. Risk identification and risk mitigation are carried out, especially regarding data security, choosing a trusted and safe marketplace. Read and understand standard clauses in electronic/digital contracts before making transactions.

Abstrak

Pada e-commerce di era globalisasi ini, baik konsumen maupun pelaku usaha selain mendapatkan keuntungan, juga berisiko, sehingga diperlukan perlindungan hukum yang seimbang. Hak konsumen riskan dilanggar oleh pelaku usaha untuk mendapatkan keuntungan. Faktanya, pelaku usaha juga pada posisi yang lemah, seperti konsumen yang tidak memenuhi prestasi, misalnya pembatalan sepihak dari konsumen dengan istilah hit and run. Tujuan penelitian ini untuk memitigasi potensi risiko dalam rangka keseimbangan perlindungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha. Metode penelitian, yaitu metode kualitatif. Dari hasil penelitian diketahui secara teori, mitigasi risiko merupakan salah satu tahapan dari Manajemen Risiko secara organisatoris yang dapat dianulir penerapannya secara individual. Dilakukan identifikasi risiko dan mitigasi risiko terutama terhadap keamanan data, memilih marketplace yang terpercaya dan aman. Membaca dan memahami klausula baku pada kontrak elektronik/Digital sebelum bertransaksi.

1. Pendahuluan

Sejak internet memasuki kehidupan orang-orang Indonesia pada sekitar pertengahan tahun 1990-an, sebenarnya jual beli lewat *platform digital* ini sudah mulai terjadi. Pada revolusi industri 5.0 ini, dimana ditandai dengan perkembangan teknologi internet yang begitu luar biasa, dimana hampir rata-rata kegiatan termasuk dalam hal ini dilakukan dengan menggunakan *support* dari teknologi, antara lain seperti kegiatan perdagangan. Kegiatan perdagangan tersebut menggunakan media elektronik yang biasa disebut dengan perdagangan elektronik atau yang dikenal dengan istilah (*e-commerce*).

Pada transaksi *e-commerce* ini, konsumen selain mendapatkan keuntungan, antara lain : konsumen tidak perlu mendatangi toko untuk mendapatkan barang, konsumen cukup melakukan pemesanan barang via internet, barang yang dibeli akan dikirim ke alamat tujuan. Hal ini tentunya dapat lebih menghemat waktu dan biaya dibandingkan dengan jika berbelanja secara *offline* di pasar konvensional. Selain itu dari sisi biaya lebih efisien, dimana konsumen dapat berbelanja dengan lebih mudah, konsumen memiliki lebih banyak alternatif pilihan, karena pada *e-commerce* produk yang ditawarkan lebih bervariasi dan banyak pilihan, sehingga banyak produk pembandingnya yang ada di internet dengan mudah. Selain itu, konsumen dapat berbelanja di negara lain, jika barang yang dimaksud belum tersedia di dalam negeri. Namun, transaksi-*e-commerce* ternyata justru berdampak risiko baik pada konsumen maupun pada pelaku usaha, sehingga diperlukan perlindungan hukum.¹

Pada era digital ini, maraknya transaksi *e-commerce* ternyata justru berdampak risiko baik pada konsumen maupun pelaku usaha. Dimana perdagangan elektronik juga memiliki kelemahan, yaitu pada transaksi elektronik, pelaku usaha maupun konsumen tidak bertemu secara langsung, namun melalui media *online*, sehingga konsumen tidak bisa melihat barang yang akan dipesan tersebut dari dekat. Kondisi ini tidak hanya menguntungkan bagi konsumen maupun pelaku usaha, namun di sisi lain berdampak risiko tidak hanya bagi konsumen tetapi juga bagi pelaku usaha, sehingga diperlukan perlindungan hukum.

Bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen, yaitu: (a) Dari sisi keamanan konsumen perlu dilindungi; (b) Perlindungan haknya konsumen untuk memperoleh informasi; (c) Konsumen perlu dilindungi untuk didengar haknya; (d) Konsumen berhak untuk mendapatkan perlindungan untuk bebas memilih produk yang akan dibelinya; (e) Hak konsumen untuk mendapatkan perlindungan untuk menerima advokasi; (f) Konsumen berhak mendapatkan perlindungan atas hak-hak mereka untuk dilayani dan diperlakukan dengan benar, jujur dan tidak diskriminatif; dan (g) Konsumen berhak dilindungi akan hak konsumen untuk menerima / mendapatkan ganti rugi dalam hal barang yang diterima oleh konsumen pada perdagangan *online* melalui *marketplace* tidak sesuai sebagaimana yang telah diperjanjikan atau tidak sebagaimana mestinya. Hal ini dikarenakan konsumen dalam transaksi *e-commerce* kerap kali diberlakukannya klausula baku yang memuat syarat-syarat yang tidak *fair*. Terkadang dalam transaksi *e-commerce*, pelaku usaha mencantumkan klausula baku yang merugikan konsumen dan tidak sesuai dengan Pasal 18 UUPK, dimana pada klausula baku yang dibuat oleh pelaku usaha dicantumkan pada dokumen dan/atau perjanjian antara

¹ Jamaluddin Mukhtar, dkk., "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Online," *Jurnal Serambi Hukum* 08, no. 02 (2015): 91-102.

konsumen dan pelaku usaha. Selain itu terdapat kelemahan dari aturan perlindungan konsumen dan bahkan kelemahan dalam penegakan hukumnya itu sendiri. Hal ini menyebabkan hak-hak konsumen sesuai dengan Pasal 4 UUPK dilanggar, antara lain dalam bertransaksi barang dan/atau jasa konsumen berhak untuk mendapatkan kenyamanan, keamanan dan keselamatan; konsumen juga berhak untuk menentukan pilihan terhadap barang dan/atau jasa yang akan dibelinya serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan syarat dan ketentuan (*term of reference*) yang berlaku pada klausula baku yang termuat dalam kontrak digital; hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa dan lain sebagainya. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa tersebut pada saat diterima di tempat tujuan, pada saat dicek ternyata tidak sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan. Terkadang hak-hak lainnya yang telah diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya yang berlaku. Di satu sisi pelaku usaha terkadang mengalami kerugian akibat tindakan konsumen. Hal ini dikarenakan konsumen tidak memenuhi prestasinya kepada pelaku usaha, sehingga pelaku usaha mengalami kerugian. Terkadang barang telah dipesan oleh konsumen secara *online*, namun walaupun dari kedua belah pihak sama-sama belum memenuhi prestasinya namun dari pihak pelaku usaha telah memproses barang yang telah dipesan oleh konsumen. Dimana konsumen secara sepihak membatalkan pemesanan barangnya. Tindakan ini jelas merugikan pelaku usaha, untuk itu baik konsumen maupun pelaku usaha diperlukan perlindungan hukum yang seimbang.

Adapun tujuan penelitian ini untuk menjelaskan dan mengetahui bagaimanakah mitigasi risiko pada transaksi *e-commerce* dalam rangka mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen dan pelaku usaha berdasarkan Asas Kepastian Hukum. Dimana rumusan permasalahan pada penelitian ini lebih kepada bagaimanakah upaya mitigasi risiko pada transaksi *e-commerce* antara konsumen dan pelaku usaha dalam mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen dan pelaku usaha pada *e-commerce*.

Tulisan ini merupakan karya penulis sendiri dengan referensi Daftar Pustaka diperoleh dari berbagai sumber. Namun untuk menjaga jangan sampai adanya duplikasi dalam penulisan ini, maka penulis telah membandingkan dengan penelitian yang ada sebelumnya. Dimana *State of Art* dari penelitian sebelumnya lebih kepada menguji dan menganalisis terhadap bentuk perlindungan hukum bagi konsumen atau pelaku usaha saja pada transaksi perdagangan *online (marketplace)*, seperti jurnal yang ditulis oleh Ni Nengah Bintang Lestari dan Made Aditya Pramana Putra dengan judul "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Pembelian Barang yang tidak sesuai di *E-Commerce*," yang dimuat pada *Jurnal Kertha Wicara* 12, no. 04 (2023): 181-191. Terdapat juga tulisan jurnal yang ditulis oleh Enna Krisnayanti Ni Putu dan Putrawan Suatra dengan judul "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi *E-Commerce*," yang dimuat pada *Jurnal Kertha Wicara* Volume 11, no. 1 (2021). Tulisan jurnal ini membahas mengenai bahwa UUPK belum dapat melindungi konsumen karena belum mengakomodir hak-hak konsumennya di Pasal 4 UUPK serta keterbatasan makna pelaku usaha dalam UUPK. Upaya hukum yang dapat dilakukan jika terjadi permasalahan sengketa pada *e-commerce* yakni melalui kebijakan/upaya hukum preventif dan kebijakan/upaya hukum represif.² Selain itu, terdapat juga tulisan jurnal yang ditulis oleh Rongiyati

² Ni Putu Enna Krisnayanti dan Suatra Putrawan, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi *E-Commerce*," *Jurnal Kertha Wicara* 11, no. 1 (2021): 32-42.

Sulasi dengan judul “Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Dagang Melalui Sistem Elektronik (*Consumer Protection in E-Commerce*,” yang dimuat pada Jurnal Negara Hukum Volume 10, no. 1 (Juni 2019). Tulisan jurnal ini membahas mengenai bahwa UUPK belum mampu menjangkau perlindungan konsumen dalam transaksi dagang elektronik secara keseluruhan khususnya dalam hal para pihak memiliki perbedaan yurisdiksi.³ Tulisan-tulisan jurnal tersebut di atas ini lebih membahas mengenai perlindungan hukum terhadap hak-hak konsumen. Dimana saat ini juga sering terjadi kerugian yang dialami oleh pelaku usaha yang disebabkan oleh konsumennya. Kerugian yang dialami oleh pelaku usaha disebabkan oleh tidak terpenuhinya prestasi yang seharusnya dilakukan oleh pihak konsumen. Walaupun dari kedua belah pihak sama-sama belum menuaikan prestasinya namun dari pihak pelaku usaha telah memproses barang yang telah dipesan oleh konsumen dengan menggunakan uang pribadinya.⁴

Terdapat juga tulisan jurnal yang ditulis oleh Chory Ayu Sugesti dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Online Shop yang Mengalami Kerugian yang disebabkan oleh Konsumen di Kota Singaraja,” yang dimuat pada Jurnal Komunitas Yustisia Program Studi Ilmu Hukum Universitas Pendidikan Ganesha Volume 3, no. 3 (2020). Tulisan jurnal ini lebih membahas mengenai perlindungan hukum terhadap Pelaku Usaha *Online Shop* akibat hukum terhadap kesalahan konsumen yang tidak memiliki itikad baik dalam bertransaksi, sehingga selain menimbulkan tanggung jawab multlak (*strictliability*) terhadap kerugian yang dialami oleh pelaku usaha juga menimbulkan gugatan ganti rugi dari pelaku usaha serta menimbulkan tuntutan pidana berdasarkan ketentuan pidana pada UU ITE, BAB 13 UUPK dan/atau ketentuan pidana dalam KUHP.⁵ Selain itu, terdapat tulisan jurnal yang ditulis oleh Ibrahim Nainggolan dengan judul “Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha *E-Commerce* Ditinjau Dari Hukum Positif Indonesia,” yang dimuat pada Jurnal Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan Hasil Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Volume 2, no. 1 (2021). Kondisi ini dapat berpotensi selain menyebabkan timbulnya permasalahan hukum yang dapat merugikan konsumen. Tentunya hal ini berpengaruh terhadap kemajuan perekonomian Indonesia.

Adapun yang membedakan hasil penelitian penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu pada *e-commerce*, dimana penulis tertarik untuk menganulir Teori Mitigasi Risiko yang merupakan salah satu tahapan dari Manajemen Risiko secara organisatoris. Istilah mitigasi risiko dapat dianulir perluasan ruang lingkup penerapannya secara individual, baik pada konsumen maupun pelaku usaha. Dilakukan identifikasi risiko dan mitigasi risiko terutama terhadap keamanan data, memilih *marketplace* yang terpercaya dan aman sebagai *platform* digital yang digunakan untuk bertransaksi *e-commerce*. Membaca dan memahami klausula baku pada kontrak

³ Rongiyati Sulasi, “Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Dagang Melalui Sistem Elektronik (*Consumer Protection in E-Commerce*,” *Jurnal Negara Hukum* 10, no. 1 (Juni 2019): 1.

⁴ Ibrahim Nainggolan, “Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha *E-Commerce* Ditinjau Dari Hukum Positif Indonesia,” *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan Hasil Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Hukum dan Peradilan* 2, no. 1 (2021).

⁵ Chory Ayu Sugesti, Si Ngurah Ardhya, dan Muhamad Jodi Setianto. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Online Shop yang mengalami Kerugian yang disebabkan oleh Konsumen di Kota Singaraja. *Jurnal Komunitas Yustisia Universitas Pendidikan Ganesha Program Studi Ilmu Hukum*. 3 (3). 166-175.

elektronik/Digital yang memuat syarat dan ketentuan dari pihak *marketplace* sebelum melakukan transaksi.

Namun dari rangkaian upaya mitigasi risiko tersebut di atas, rekonstruksi hukum terhadap UUPK dan tetap perlu dilakukan. Terutama mengakomodir penyelesaian pengaduan / sengketa secara *online* dibandingkan secara *offline* pada transaksi *e-commerce*. Menyikapi hal tersebut perlu dibuatkan mekanisme penanganan apabila terdapat pengaduan konsumen. Dimana mekanisme penyelesaian pengaduan dibuat pada transaksi *e-commerce* dibuat terintegrasi baik di dalam negeri maupun secara *cross-border*, sehingga perlu dibuat suatu sistem dan aturan (regulasi) sebagai solusi penyelesaian sengketa secara *online* yang berbasis digital yang dikenal dengan istilah *Digital Online Dispute Resolution (DODR)*. Selain itu, perlu penjelasan lebih lanjut mengenai klausula baku dan batasan dari kriteria baku tersebut. Hal yang tidak kalah pentingnya adalah mengusung kemungkinan dilakukannya harmonisasi hukum, yaitu kodifikasi dan unifikasi hukum terhadap semua aturan perlindungan konsumen pada *e-commerce*. Hal ini dikarenakan terdapat *hyper* pengaturan pada perlindungan konsumen, berupa aturan dalam penyelenggaraan transaksi jual beli pada transaksi *e-commerce*, aturan perlindungan data pribadi, aturan terkait Informasi dan Transaksi Elektronik, aturan terkait sistem penyelenggaraan pembayaran perdagangan *online* melalui *marketplace* dan lain sebagainya.

2. Metode Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian hukum normatif yang didukung dan dilengkapi dengan mempergunakan data primer dan data sekunder. Jenis penelitian ini dikenal dengan metode penelitian normatif. Teknik pengumpulan data meliputi; pengumpulan data sekunder (data kepustakaan) melalui penelitian kepustakaan (*library research*) dan studi dokumen serta studi lapangan (*field research*) melalui serangkaian teknik wawancara terstruktur dengan responden dan informan serta nara sumber atau daftar pertanyaan yang mengarah pada *sociological research*. Kemudian terhadap Data *primeir* yang diperoleh dianalisis secara deskriptif analisis.

3. Hasil Dan Pembahasan

Perdagangan elektronik, yang biasa dikenal dengan *e-commerce* adalah sistem jual beli produk barang atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik, seperti internet dan jaringan komputer.⁶ Dimana *e-commerce* di Indonesia akhir-akhir ini semakin menjanjikan, perkembangannya semakin pesat, jauh melampaui ekspektasi, bahkan telah membentuk gaya belanja masyarakat konsumen.⁷ Media elektronik telah menjadi salah satu *trend setter* sarana bisnis dan komunikasi. Perdagangan elektronik (*e-commerce*) terus berkembang pada tahun 1980an dan 1990an hingga sekarang. Apalagi di masa pandemi Covid-19, *e-commerce* semakin diminati, namun di sisi lain berdampak menimbulkan potensi risiko, sehingga perlu dilakukan mitigasi risiko.

⁶ Shidarta. (2000). Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia. Jakarta: Grasindo, h. 16.

⁷ Angreni, (2019). Menuju MR 4.0 Antisipasi Risiko Di Era Digital. Jakarta: Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia (LPPI).

Berbicara mengenai mitigasi risiko, maka selaras dengan pendapat yang dikemukakan oleh Eddie Cade yang mengartikan risiko adalah *exposure to uncertainty of outcome*.⁸ Pada kata *outcome* tidak selalu diartikan sebagai suatu kerugian. Dimana pada suatu kondisi yang diinginkan, kata *outcome* dapat diartikan sebagai keuntungan. Sedangkan George J. Benston yang memberikan definisi risiko merupakan *The probability that any event, or set of event, might occur. It usually denotes a negative or undesired event-one that will cause a financial institution (hereafter generally called a bank) to fail rather than to be very successful*.⁹ Hal ini dimaksudkan sebagai peluang kegagalan yang terjadi jauh lebih besar, jika dibandingkan dengan kemungkinan tercapainya suatu keberhasilan. Menurut Ari Kristin Prasetyoningrum, karakteristik dari risiko, yaitu :¹⁰

1. Adalah ketidakpastian suatu peristiwa terjadi.
2. Adalah ketidakpastian jika suatu peristiwa apabila terjadi akan menimbulkan kerugian.

Mitigasi risiko (*risk mitigation*) pada transaksi *e-commerce* dalam hubungannya dengan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen dan pelaku usaha dengan lebih menyoroti upaya untuk meminimalisir dampak risiko terhadap potensi risiko yang mungkin timbul dalam *e-commerce*. Mitigasi risiko pada transaksi *e-commerce* adalah upaya untuk mengurangi kemungkinan terjadinya risiko atau dampak yang merugikan dalam transaksi pembelian atau penjualan melalui media *online*. Risiko dalam transaksi *perdagangan elektronik* dapat berasal dari berbagai faktor, seperti keamanan informasi, penipuan, ketidakcocokan produk, dan kegagalan pengiriman atau penerimaan barang. Hal ini dikarenakan dalam transaksi *perdagangan elektronik* sering terjadi barang yang dipesan/dibeli tidak sesuai dengan yang dipesan oleh konsumen, barang yang dipesan/dibeli tidak sesuai dengan jenis dan kualitas barang yang dijanjikan dan terlebih lagi. Konsumen ekstrim mengalami penipuan *online*. Terkadang barang yang dibeli tidak sampai karena adanya wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha yang tidak mau mengirimkan barang pesanan, sehingga akibatnya konsumen tidak menerima barang tersebut. Padahal konsumen telah mengalihkan barang pesannya karena alasan tertentu. Ketidaktepatan dalam pengiriman barang, akses sistem informasi secara ilegal (*hacking*), pencurian data dan perusakan *websites*¹¹ serta yang tidak kalah pentingnya adalah penyalahgunaan data pribadi konsumen dalam transaksi *electronic (e-commerce)* yang dilakukan oleh pedagang/pelaku usaha *e-commerce*. Diketahui kadang terdapat barang yang diperjualbelikan di toko *online* bukanlah barang yang asli, namun ada juga barang yang dibeli konsumen telah lolos pemeriksaan keaslian di toko tersebut.¹² Faktanya, toko *online* abal-abal sering ditemukan. Biasanya penipu yang menyamar sebagai penjual *online* abal-abal di *marketplace* dan media sosial menjual barang di bawah harga pasar. Dengan begitu, calon pembeli langsung tertarik untuk melakukan transaksi. Dengan cara ini, dalam jual beli *online* melalui *e-commerce*, terdapat

⁸ Robert Tampubolon, *Risk Management: Qualitative Approach Applied to Commercial Banks* (Jakarta: Alex Media Komputindo, 2004).

⁹ Tampubolon.

¹⁰ Ari Kristin Prasetyoningrum, *Risiko Bank Syariah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015).

¹¹ Ukie, Tukinah. *Rekonstruksi Pengaturan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Onlineshop (E-Commerce) Berbasis Nilai Keadilan Bermartabat* (Program Doktor Ilmu Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang). Available from <https://repository.unissula.ac.id/id/eprint/18510>. (Diakses 2020).

¹² Gde Nanda Radithya Kresnantara Sanjaya, I Nyoman Putu Budiarta, Ni Made Puspasutari Ujjanti. (2022). *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Tiruan Pada Transaksi E-Commerce (Studi Kasus Pada Toko Stridewear.Id Bali)*. *Jurnal Interpretasi Hukum*. 3 (2) 336-340. DOI: <https://doi.org/10.22225/juin.hum.3.2.5076.332-338>.

juga pelaku usaha yang memberikan informasi palsu. Dimana dalam jual beli melalui *e-commerce* terdapat larangan untuk tidak memberikan informasi palsu. Hal ini diatur secara tegas dalam UUPK, UU ITE dan UU Perdagangan.

Dalam *e-commerce*, setiap pelaku usaha bertanggung jawab untuk memberikan informasi yang lengkap dan benar kepada konsumen sebagaimana yang diatur dalam UU ITE dan UU Perdagangan, sedangkan konsumen berhak memperoleh informasi yang lengkap dan benar sebagaimana yang diatur dalam UUPK.¹³ Lebih lanjut, berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, untuk memberikan perlindungan hukum pada konsumen, maka kepada pelaku usaha yang melakukan pemalsuan merek atau jual beli terhadap produk yang ternyata merupakan hasil tindak pidana, akan dikenakan ancaman hukuman pidana bagi pelaku usaha yang melakukan pemalsuan merek atau jual beli produk / barang hasil dari suatu tindak pidana. Dimana terdapat 3 (tiga) jalur penyelesaian sengketa konsumen, yaitu penyelesaian sengketa oleh para pihak yang bersengketa dengan menempuh jalan damai dengan tidak menempuh penyelesaian melalui jalur peradilan atau dengan bantuan pihak ketiga yang netral, penyelesaian sengketa dengan melibatkan peran pengadilan dan penyelesaian sengketa di luar jalur peradilan dengan melibatkan peran BPSK. Ke depan, pemerintah dipandang perlu untuk membuat peraturan perundang-undangan yang mengatur secara khusus (*lex specialis*) mengenai transaksi *online* secara dan konsumen dalam membeli barang secara *online* harus lebih berhati-hati dan konsumen harus berani memperjuangkan haknya atas kerugian yang dialaminya dengan menuntut pertanggungjawaban pelaku usaha.¹⁴

Teori risiko dalam konteks perlindungan konsumen dan pelaku usaha dalam *e-commerce* bertujuan untuk memitigasi risiko hukum terhadap eksposur risiko hukum yang mungkin timbul dalam transaksi *e-commerce* di era digital sangatlah penting dan diperlukan dalam melindungi konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi-*commerce* yang berdasarkan asas keadilan serta dilandaskan pada Prinsip Kejujuran dan Keterbukaan harus senantiasa menyertai supaya meminimalisir terjadinya permasalahan hukum dalam transaksi perdagangan secara *e-commerce*. Terhadap semua kasus di atas, konsumen dapat melaporkan masalah tersebut kepada *platform e-commerce* yang digunakan untuk bertransaksi. *Platform e-commerce* yang bertanggung jawab harus memberikan penyelesaian yang adil penyelesaian yang adil dan segera atas masalah yang terjadi berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku. Untuk itu, konsumen harus memastikan bahwa *platform* perdagangan *online* (*marketplace*) yang digunakan memiliki kebijakan perlindungan konsumen yang jelas dan mematuhi standar keamanan dan privasi yang berlaku. Konsumen juga dapat melaporkan kejadian penipuan atau produk palsu yang dialaminya ke pihak yang berwenang, seperti Kementerian Perdagangan atau Bareskrim Polri.

¹³ Natasya Milenizha Irianti, I Made Sarjana. (2021). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Informasi Palsu dalam Jual Beli Melalui E-Commerce. *Jurnal Kertha Semaya Fakultas Hukum Universitas Udayana*. 10 (1) 64-74. DOI: <https://doi.org/10.24843/KS.2021.v10.i01.p06>.

¹⁴ A. Rahmi Ainun Kirana, Ilham Abbas, Muhammad Rustan. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Penjualan Barang Bermerek Palsu Melalui Transaksi Online Ditinjau Berdasarkan Hukum Perdata. *Qawanin Jurnal Ilmu Hukum*. 1 (1) 1-40.

3.1 Mitigasi Risiko Bagi Konsumen pada Platform Perdagangan Online (Marketplace)

Untuk menghindari konsumen dirugikan dalam transaksi *e-commerce*, konsumen harus melakukan pengecekan terhadap produk untuk mencegah penipuan produk, baik dilihat dari aspek keaslian produk, kemasan dari sisi bentuk, wujud, ukuran bahkan kemasan / *repacking*, masakan daluarsa dan produk harus disesuaikan dengan deskripsi produk di *website* produsen. Konsumen harus proaktif dalam melakukan pengecekan, pastikan konsumen berbelanja dari situs resmi dan memilih melakukan pembayaran lewat sistem *cash on delivery* (COD).¹⁵

Hal ini dikarenakan dalam *e-commerce* banyak pelaku usaha yang menggunakan segala cara untuk mendapatkan keuntungan lebih dengan modal sedikit, dimana foto katalog tidak sesuai dengan kualitas barang atau barang yang dikirim ke konsumen tidak sesuai dengan foto yang dicantumkan. Terhadap penipuan atau produk palsu pada *e-commerce*, maka mitigasi yang dapat dilakukan, antara lain :

- Jangan membagikan PIN atau jangan memberikan Kode OTP kepada pihak ketiga jika melakukan verifikasi akun. Konsumen juga harus memastikan bahwa OTP tersebut hanya digunakan untuk transaksi yang dilakukan sendiri. Selain itu dianjurkan untuk secara berkala mengganti *password* akun transaksi dan pada situs yang berbeda untuk tidak memakai *password* yang sama.
- Terhadap nomor *WhatsApp* yang tidak dikenal yang mengirimkan *link* tertentu untuk diwaspadai. Untuk berhati-hati dalam mengklik tautan apalagi dari nomor *WhatsApp* yang tidak dikenal. Hal ini untuk menjaga agar data kita tidak diambil oleh pelaku kejahatan berupa serangan siber (*Cyber Crime*). Untuk itu perlu dicurigai jika terdapat *message* yang dikirim ke nomor kontak *WhatsApp* tertentu tanpa kita mengetahuinya. Hal ini guna menjaga dan mengantisipasi jangan sampai *WhatsApp* kita diretas.
- Verifikasi dan validasi : Saat melakukan transaksi jual beli pada *platform* perdagangan *online* (*marketplace*), pastikan untuk memeriksa dan memverifikasi informasi pembelian atau penjual, termasuk alamat pengiriman dan informasi pembayaran. Konsumen juga dapat menggunakan metode pembayaran yang terpercaya dan aman. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa pembayaran yang dilakukan aman dan tidak disalahgunakan.
- Konsumen untuk lebih teliti sebelum membeli. Jangan mudah tergiur dan terpengaruh dengan harga yang murah dari barang yang dijualbelikan. Hal ini dikarenakan kemungkinan kualitas barang tersebut kurang bagus atau bahkan barang tersebut palsu atau adanya diskon harga yang lumayan besar atau hadiah/*reward* yang ditawarkan oleh pihak yang tidak dikenal. Konsumen mudah terperdaya dengan adanya promosi produk yang besar-besaran dan harga murah dari barang. Untuk itu, konsumen untuk menjadi *smart buyer*. Konsumen harus lebih teliti dan berhati-hati terutama dalam memilih *marketplace* sebagai *platform* digital yang dipergunakan dalam bertransaksi jual beli pada *platform* perdagangan *online* (*marketplace*), cermat dalam memilih toko *online* serta produk yang akan dipesan.

¹⁵ Liputan Khusus. *Menyoal Tanggung Jawab Hukum Marketplace Saat Belanja Online Jadi Pilihan. Available from <https://hukumonline.com/berita/a/menyoal-tanggung-jawab-hukum-marketplace-saat-belanja-online-jadi-pilihan-lt5ec853e159a56/>*. (Diakses 22 Mei 2020).

- Jangan mudah tergiur dengan diskon besar atau hadiah/*reward* yang ditawarkan oleh pihak yang tidak dikenal. Biasanya, hadiah tersebut hanya berupa tipuan untuk mengambil data pribadi konsumen.
- Untuk cermat dalam menentukan dan memilih produk/barang yang akan dibeli. Untuk dipastikan spesifikasi dari produk telah sesuai dengan kebutuhan kita. Perhatikan spesifikasinya apakah cocok dengan keperluan kita. Untuk tidak membeli produk *illegal*.
- Pemilihan *marketplace* yang terpercaya : Pilih *marketplace* yang sudah terpercaya dan memiliki sistem keamanan yang baik, serta dapat memberikan perlindungan untuk pembeli dan penjual dalam transaksi jual beli pada *platform* perdagangan *online (marketplace)* .
- Para pihak yang melakukan transaksi disarankan terlebih dahulu membaca dan memahami syarat-syarat dan ketentuan yang berlaku dalam perdagangan *online* melalui *marketplace (Terms & Conditions)* dari pihak *marketplace* sebelum melakukan transaksi. Termasuk kebijakan pengembalian, ganti rugi, dan kebijakan privasi dan aturan yang berlaku. Dengan pemahaman yang baik terutama terhadap ketentuan yang berlaku seperti UUPK dan langkah-langkah perlindungan konsumen ini, kiranya dapat menjadi konsumen yang cerdas dan mampu melindungi diri sendiri dalam transaksi jual beli, baik di *marketplace* maupun dalam transaksi konvensional. Selain itu, dalam transaksi jual beli pada *platform* perdagangan *online (marketplace)*; sangat jarang para pihak yang bertransaksi terutama konsumen dalam praktiknya memahami isi kontrak, sehingga banyak diantara mereka yang mengalami kerugian. Kerugian ini baik disebabkan karena kelalaian maupun tindakan curang pelaku usaha.¹⁶ Pelaku usaha tidak dapat menyembunyikan atau menyamarkan syarat dan ketentuan yang dapat merugikan konsumen dalam bentuk atau format yang sulit untuk dipahami. Misalnya, bisnis tidak dapat menyembunyikan atau menyamarkan syarat dan ketentuan dalam teks yang sangat kecil atau dengan warna yang mirip dengan latar belakang, atau dalam format yang sulit dipahami seperti teks yang sangat tebal atau garis putus-putus.
- Periksa reputasi dan keandalan penjual atau pedagang sebelum membeli produk.
- Memastikan apabila barang yang dibeli ternyata cacat karena saat memesan konsumen karena tidak bisa melihat secara fisik barang tersebut telah terdapat kebijakan pengembalian terhadap barang tersebut.
- Catat kode produk yang dipesan. Pengelola toko *online* yang bonafit akan mengkonfirmasi pesanan konsumen. Untuk memastikan dari sisi keamanan bertransaksi, konsumen sebaiknya meminta nomor resi pengiriman. Apabila barang yang dipesan tidak kunjung datang juga, maka konsumen dapat melakukan pengecekan ke jasa ekspedisi.
- Jika barang sudah sampai di tempat tujuan dan telah diterima oleh pihak konsumen, maka terlebih dahulu konsumen mencermati apakah barang

¹⁶ Ghansham Anand, Lintang Yudhantaka dan Manik Lingkar Katulistiwa. (2020). The Perspective of Indonesian Law on E-Commerce: Validity, Liability and Dispute Settlement E-Commerce Dalam Perspektif Hukum Indonesia : Keabsahan, Tanggung Gugat dan Penyelesaian Sengketa A. Introduction Technological Developments in the Era of Glob. *Padjadjaran Jurnal Ilmu Hukum (Journal of Law)*, 7 (1) 334-335.

¹⁵ Yanci Libria Fista, Aris Machmud dan Suartin. (Juli 2023). Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Binamulia Hukum*. 12 (1) 177-189. DOI: <https://doi.org/10.37893/jbh.v12i1.599>.

tersebut berada dalam kondisi baik dan sesuai dengan deskripsi pesanan konsumen. Biasanya pada beberapa *marketplace*, mensyaratkan konsumen pada saat menerima barang melakukan *video unboxing* dengan melakukan perekaman pada saat pembukaan paket barang yang dipesan. Perekamandilakukan mulai dari saat menerima paket dari kurir, konsumen sebelum membuka paket tersebut telah siap melakukan perekaman pembukaan paket sampai dengan keseluruhan detail barang. Apabila pada saat dibuka ternyata barang yang diterima dalam keadaan kondisi rusak/cacat, maka biasanya toko *online* yang bereputasi baik pasti akan mau melakukan penggantian terhadap kerusakan barang tersebut.

- Pengiriman dan pemenuhan pesanan: Pastikan bahwa metode pengiriman yang dipilih adalah aman dan andal, dan pastikan bahwa barang yang dikirimkan sudah diperiksa terlebih dahulu sebelum dikirimkan. Jika ada masalah dengan pengiriman atau pemenuhan pesanan, segera hubungi penjual atau *marketplace* tempat membeli barang.
- Menjaga privasi dan keamanan data pribadi, termasuk memastikan bahwa situs *web* yang digunakan aman dan terverifikasi.
- Menggunakan metode pembayaran yang aman dan terpercaya.
- Melakukan penelitian dan membandingkan antara harga serta kualitas produk sebelum membeli.

3.2 Mitigasi Risiko Bagi Pelaku Usaha dalam *E-commerce*

Sesuai dengan Pasal 6 huruf (b) UUPK, pelaku usaha berhak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik. Berikut adalah beberapa contoh kasus perlindungan terhadap pelaku usaha pada *transaksie-commerce* :

1. Konsumen yang melakukan penipuan. Jika dalam transaksi jual beli pada transaksi *e-commerce*, konsumen melakukan penipuan dengan mengklaim tidak menerima barang padahal sebenarnya telah menerima, maka pelaku usaha dapat melaporkan masalah ini kepada *e-commerce* yang digunakan dan meminta bantuan untuk menyelesaikan masalah ini.¹⁷ Modus penipuan ini biasanya terjadi ketika penjual/pelaku usaha memberikan nomor resi palsu kepada pembeli/konsumen dengan menginformasikan kepada pelaku usaha barang seolah-olah sudah dikirim, namun barangnya tidak pernah diterima oleh pelaku usaha. Pelacakan Resi pada saat dilacak ternyata tidak sesuai dengan data pembeli. Pada saat pelaku usaha dihubungi oleh konsumen, ternyata pelaku usaha menghilang tidak diketahui keberadaannya. Dimana pelaku usaha berusaha menghindar dari konsumen. Pengaduan tidak berdasar lainnya, apabila pembeli/konsumen menyampaikan pengaduan yang tidak berdasar terhadap produk barang yang dijual oleh pelaku usaha. Konsumen yang merasa tidak puas terhadap barang yang dibelinya dan mengembalikan barang tersebut kepada pelaku usaha. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai alasan yang berhubungan dengan :¹⁸

¹⁷ Redva Kaurvakii. *Catat, Ini Modus Penipuan Belanja Online Terhadap Penjual dan Pembeli*, Available from <https://pandagila.com/modus-penipuan-belanja-online/>. (Diakses 7 Mei 2023).

¹⁸ Muchlisin Riadi. *Kepuasan Konsumen (Pengertian, Aspek, Strategi dan Indikator)*. Available from <https://kajianpustaka.com./2021/01/kepuasan-konsumen.html>. (Diakses 7 Januari 2021).

- Kualitas produk tidak sesuai;
 - Tingkat layanan yang diberikan tidak memadai; atau
 - Harapan yang tidak terpenuhi.
2. Dimana konsumen tidak menggunakan mekanisme yang selaras dengan mekanisme yang ditentukan oleh pelaku usaha atau terkadang ada pelaku usaha yang belum mengatur mekanisme pengembalian kepada konsumen. Pelanggaran privasi apabila *platform perdagangan online (marketplace)* yang digunakan oleh pelaku usaha tidak dapat menjaga kerahasiaan data pribadi konsumen, dimana data pribadi konsumen dibocorkan dan dijual oleh pihak lain.¹⁹ Dengan begitu, terjadi pelanggaran privasi bagi pelaku usaha. Terkait hal tersebut, pelaku usaha dapat melaporkan permasalahan tersebut kepada *platform e-commerce* yang digunakan dan meminta bantuan untuk mengatasi permasalahan tersebut.
 3. Konsumen yang memiliki itikad tidak baik ditandai, diantaranya, yaitu barang yang telah dipesan melalui sistem *pre-order (PO)* tidak dilakukan pembayaran. Jika konsumen tetap tidak bersedia untuk mengganti kerugian atas kerugian yang dialami oleh pelaku usaha, maka untuk memberikan perlindungan hukum kepada pelaku usaha yang menderita kerugian akibat ulah dari konsumen yang tidak bertanggung jawab karena perbuatannya dinyatakan telah memenuhi unsur pidana, maka konsumen dikenakan sanksi hukuman berupa ganti rugi dan/atau pengenaan sanksi pidana. Terhadap konsumen yang memiliki itikad tidak baik. Akibat hukum bagi konsumen yang tidak beritikad baik dalam bertransaksi jual beli *pada platform perdagangan online (marketplace)* adalah :
 - a. Terhadap kerugian yang dialami oleh pelaku usaha, maka konsumen dibebankan tanggung jawab mutlak (*strict liability*);
 - b. Konsumen berkewajiban untuk memberikan ganti rugi bagi pelaku usaha;
 - c. Timbul adanya tuntutan pidana sebagaimana yang diatur dalam ketentuan pidana pada Bab 13 UUPK, UU ITE dan/atau ketentuan pidana dalam KUHP.
 4. Keluhan yang terdapat dasarnya yang jelas. Apabila Konsumen menyampaikan keluhan terhadap produk barang yang dijual oleh pelaku usaha yang tidak berdasar, maka pelaku usaha dapat memberikan penjelasan yang jelas dan berdasar untuk mempertahankan produknya.
 5. Pelanggaran privasi apabila *platform e-commerce* yang digunakan oleh pelaku usaha tidak dapat menjaga privasi data pelaku usaha atau terjadi pelanggaran privasi pada pelaku usaha, maka pelaku usaha dapat melaporkan permasalahan tersebut kepada *platform e-commerce* atau pihak yang berwenang.

¹⁹Joddy Mulyasetya Putra. *Data Pribadi Konsumen E-Commerce Bocor dan Dijual Pihak Lain, Bagaimana Hukumnya ?*. Available from <https://www.kompas.com/konsultasihukum/read/2021/08/17/060000780/data-pribadi-konsumen-e-commerce-bocor-dan-dijual-pihak-lain? Page=all>. (Diakses 17 Agustus 2021).

Dalam semua kasus di atas, pelaku usaha harus memastikan bahwa *platform e-commerce* yang digunakan memiliki kebijakan perlindungan yang jelas dan memenuhi standar keamanan dan privasi yang berlaku. Pelaku usaha juga dapat meminta bantuan kepada lembaga atau organisasi yang terkait untuk membantu menyelesaikan masalah yang timbul dalam transaksi *e-commerce*.

Dalam perspektif perlindungan konsumen untuk meminimalisir potensi risiko terhadap tuntutan ganti rugi konsumen yang dirugikan. Mitigasi risiko yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha, yaitu pelaku usaha juga harus memastikan bahwa mereka memberikan informasi mengenai produk barang yang mereka jual secara jelas dan akurat dan memastikan bahwa konsumen dapat memahami informasi tersebut. Selain itu, pelaku usaha harus memastikan bahwa mereka tidak melakukan praktik bisnis yang menyesatkan atau merugikan konsumen. Untuk mengatasi risiko kerugian pada transaksi jual beli pada transaksi *e-commerce*, pelaku usaha dapat meningkatkan sistem keamanan dan melakukan verifikasi identitas konsumen sebelum melakukan transaksi. Pelaku usaha juga dapat meningkatkan kualitas produk dan memberikan informasi tentang produk yang mereka jual secara jelas dan akurat. Selain itu, pelaku usaha dapat memperkuat kebijakan pengembalian dan menjamin bahwa konsumen dapat mengajukan klaim jika terjadi kerugian pada transaksi yang dilakukan.

Dalam melakukan transaksi *e-commerce*, mitigasi risiko sangat penting untuk menjamin keamanan dan kepercayaan dalam transaksi *online*. Dengan melakukan beberapa langkah preventif dan memperhatikan faktor risiko yang mungkin terjadi, kita dapat mengurangi kemungkinan terjadinya risiko dan kerugian pada transaksi *e-commerce*. Mitigasi risiko diperlukan demi terciptanya perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen dan pelaku usaha. Untuk itu diperlukan aturan hukum yang dapat memberikan perlindungan hukum dalam rangka pemberdayaan konsumen. Hal ini bertujuan untuk menciptakan keseimbangan dalam melindungi hak-hak konsumen maupun pelaku usaha, sehingga terwujudnya perekonomian yang sehat yang berkeadilan dan berkepastian hukum. Berdasarkan Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diketahui bahwa asas keseimbangan merupakan salah satu asas yang digunakan pada perlindungan konsumen, selain dari asas manfaat, keamanan dan keselamatan konsumen, serta keadilan dan kepastian hukum.

Pengertian asas keseimbangan menurut penjelasan UUPK adalah dimana antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah berada dalam posisi yang seimbang baik secara materiil dan spiritual. Pada dasarnya negara berkewajiban memberikan perlindungan hukum kepada warga negaranya khususnya terhadap produk yang baik dan halal, sebaliknya setiap warga negara juga berhak mendapatkan perlindungan hukum sebagai konsumen, sehingga dalam memberlakukan aturan hukum tersebut intervensi negara diperlukan melalui pembentukan sistem perlindungan hukum yang seimbang antar konsumendan pelaku usaha pada transaksi *e-niaga*. Asas keseimbangan hukum dalam rangka perlindungan hukum terhadap transaksi *e-commerce* mengacu pada asas yang menjamin hak dan kewajiban konsumen, pelaku usaha, dan pasar bersifat seimbang dan adil. Prinsip ini penting untuk menjaga integritas dan keadilan dalam transaksi *e-commerce*. Dalam konteks konsumen, asas keseimbangan hukum berarti hak konsumen untuk memperoleh produk atau jasa yang berkualitas, informasi yang akurat dan jelas, serta perlindungan privasi dan data pribadi harus terjamin. Konsumen juga berhak memperoleh ganti rugi atau pengembalian dana

apabila hak tersebut dilanggar. Bagi pelaku usaha, asas keseimbangan hukum berarti bagaimana peraturan perundang-undangan yang berlaku wajib untuk ditaati dan dipatuhi, antara lain dengan menyediakan produk atau jasa yang memenuhi standar mutu, konsumen mendapatkan informasi yang akurat dan jelas, serta melindungi privasi dan data pribadi konsumen. Di sisi lain, perlindungan hukum kepada pelaku usaha juga berhak untuk diberikan apabila terdapat pelanggaran ketentuan oleh konsumen terhadap klausula perjanjian yang telah disepakati. Perlindungan hukum secara umum diberikan kepada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* dalam transaksi pada *platform* perdagangan *online*. Pada hakikatnya asas keseimbangan dalam perlindungan hukum pada transaksi *perdagangan elektronik* menekankan mengenai pentingnya keseimbangan hak dan kewajiban semua pihak yang terlibat. Hal ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan transaksi pada *platform* perdagangan *online* (*marketplace*) yang berkeadilan berdasarkan Pancasila dan UUD 1945.

Salah satu aspek utama dalam penerapan asas keseimbangan perlindungan hukum dalam perdagangan elektronik adalah keterbukaan dan kesetaraan informasi antara para pihak yang terlibat dalam transaksi. Konsumen berhak untuk mendapatkan informasi yang jelas, akurat dan lengkap dari pelaku usaha mengenai berbagai aspek terkait transaksi perdagangan elektronik. Dengan demikian transparansi dan kesetaraan informasi, konsumen dapat mengambil keputusan yang tepat dan menghindari ketimpangan pengetahuan dengan pelaku usaha. Penerapan asas keseimbangan dalam *e-commerce* juga mencakup kesetaraan dan persamaan hak dan kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen. Konsumen berhak memperoleh sesuai dengan spesifikasi yang disepakati. Hak untuk memperoleh jaminan keamanan dan mutu, serta hak untuk mengajukan tuntutan atau ganti rugi. Apabila terdapat ketidaksesuaian atau cacat pada barang yang dibeli. Di sisi lain, konsumen juga mempunyai kewajiban seperti melakukan pembayaran harga tepat waktu dan menaati peraturan perundang-undangan yang berlaku. Bagi pelaku usaha, asas keseimbangan hukum membantu mereka memenuhi kewajiban yang seharusnya mereka jalankan, seperti mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku, menyediakan produk atau layanan yang memenuhi standar kualitas, serta melindungi privasi dan data pribadi konsumen. Prinsip ini juga membantu pelaku usaha untuk memperoleh perlindungan hukum apabila konsumen melanggar ketentuan yang telah disepakati. Secara keseluruhan, prinsip keseimbangan hukum berfungsi untuk menciptakan lingkungan transaksi *e-commerce* yang adil dan seimbang, dimana hak dan kewajiban semua pihak yang terlibat tetap terjaga dan terlindungi.

Dalam melakukan transaksi *e-commerce*, mitigasi risiko sangat penting untuk memastikan keamanan dan kepercayaan dalam transaksi *online*. Dengan melakukan beberapa langkah pencegahan dan memperhatikan faktor risiko yang mungkin terjadi, kita dapat mengurangi kemungkinan terjadinya risiko dan kerugian yang mungkin timbul dalam transaksi perdagangan elektronik.

4. Kesimpulan

Dalam transaksi *e-commerce* perlu untuk dilakukan mitigasi risiko (*risk mitigation*) dalam rangka perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen dan pelaku usaha dengan lebih menyoroti upaya untuk meminimalisir dampak risiko terhadap potensi risiko yang mungkin timbul dalam *e-commerce*. Mitigasi risiko pada transaksi *e-commerce* adalah upaya untuk mengurangi kemungkinan terjadinya risiko atau dampak

yang merugikan dalam transaksi jual beli *online*. Risiko dalam transaksi *e-commerce* dapat berasal dari berbagai faktor, seperti keamanan informasi, penipuan, ketidakcocokan produk, dan kegagalan pengiriman atau penerimaan barang dan bahkan ketidakpahaman konsumen terhadap perjanjian baku antara konsumen dan pelaku usaha. Untuk menghindari konsumen dirugikan dalam transaksi *e-commerce*, konsumen harus melakukan serangkaian upaya mitigasi, seperti teliti sebelum membeli dengan tidak mudah tergiur dengan barang murah atau diskon besar atau hadiah/*reward* yang ditawarkan oleh pihak yang tidak dikenal. Konsumen dapat menjadi korban dari penipuan transaksi *online* karena terlena dengan promo besar-besaran dan harga barang yang sangat murah. Pelanggan perlu menjadi *smart buyer* dengan lebih teliti dalam melihat produk dan toko *online* saat belanja *online*, untuk lebih cermat pada saat menentukan pilihan suatu produk untuk dibeli, perhatikan spesifikasi produk apakah memang sesuai dengan kebutuhan konsumen, sehingga menghasilkan semacam keputusan apakah memang produk tersebut layak dibeli oleh konsumen atau tidak. Berbelanja produk *illegal* sebaiknya dihindari, pemilihan *marketplace* yang terpercaya : Pilih *marketplace* yang sudah terpercaya dan memiliki sistem keamanan yang baik, serta dapat memberikan perlindungan untuk pembeli dan penjual dalam transaksi *e-commerce*, membaca dan memahami syarat dan ketentuan dari pihak *marketplace* sebelum melakukan transaksi dll. Sedangkan pelaku usaha dapat melakukan mitigasi risiko, yaitu dengan cara memastikan bahwa mereka memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang produk yang mereka jual dan memastikan bahwa konsumen dapat memahami informasi tersebut. Pelaku usaha juga penting harus memastikan bahwa mereka tidak melakukan praktik bisnis yang menyesatkan atau merugikan konsumen serta memastikan sistem keamanan dan melakukan verifikasi identitas konsumen sebelum melakukan transaksi.

Untuk menjaga pengawasan terhadap penyelenggaraan *e-commerce*, pemerintah perlu berkolaborasi dengan berbagai pihak terkait, antara lain Kementerian Perdagangan, Badan Perlindungan Konsumen Nasional, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dan lembaga terkait lainnya, sepertimisalnya Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (YLKI). Dengan peraturan yang jelas dan pengawasan yang efektif, diharapkan penyelenggaraan *e-commerce* dapat berjalan sebagaimana yang diharapkan dan memberikan perlindungan hukum yang memadai dan seimbang antara konsumen dan pelaku usaha. Dengan menerapkan peraturan hukum yang efektif dalam perlindungan hukum pada *e-commerce*, diharapkan dapat menciptakan lingkungan perdaganganyang aman dan terpercaya bagi konsumen, serta mendorong pertumbuhan dan perkembangan sektor *e-commerce* yang berkelanjutan.

Ucapan terima Kasih (*Acknowledgments*)

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi di dalam penulisan ini. Ucapan terima kasih terutama penulis ucapkan kepada Program Studi Doktorat Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya. Ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi dalam penelitian, khususnya kepada institusi tempat penulis meniti karir yang telah mendanai penelitian ini termasukpihak-pihak yang secara individual membantu penulis dalam penyempurnaan penulisan artikel seperti: BPKN, BPSK Kota Palembang, Dinas Perdagangan Provinsi dan Kota Palembang, YLKI termasuk aparat penegak hukum.

Daftar Pustaka

- Adi Gunawan Putra, Chandra, Putu Budiarta, I Nyoman dan Puspasutari Ujianti, Ni Made. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Perspektif Kesadaran Hukum Masyarakat. *Jurnal Analogi Hukum Universitas Warna Dewa Denpasar Bali*. 5 (1). DOI: <https://doi.org/10.22225/ah.5.1.2023.86-92>.
- Ainun Kirana, A. Rahmi, Abbas, Ilham dan Rustan, Muhammad. (Agustus 2020). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Penjualan Barang Bermerek Palsu Melalui Transaksi Online Ditinjau Berdasarkan Hukum Perdata, *Qawanin Jurnal Ilmu Hukum*. 1. (1).
- A. Karinda, Rhey, dkk., "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Bisnis Pembiayaan Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999," *Jurnal Lex Privatum* VIII, no. 04 (Okt-Des 2020).
- Anand, Ghansham, Yudhantaka, Lintang dan Lingkar Katulistiwa, Manik. (2020). The Perspective of Indonesian Law on E-Commerce : Validity, Liability and Dispute Settlement E-Commerce Dalam Perspektif Hukum Indonesia : Keabsahan, Tanggung Gugat dan Penyelesaian Sengketa A. Introduction Technological Developments in the Era of Glob. *Padjadjaran Jurnal Ilmu Hukum (Journal of Law)*. 7 (1).
- Angreni (2019). *Menuju MR 4.0 Antisipasi Risiko Di Era Digital*. Jakarta: Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia (LPPI).
- Ayu Sugesti, Chory, Ardhya, Si Ngurah dan Jodi Setianto, Muhamad. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Online Shop yang mengalami Kerugian yang disebabkan oleh Konsumen di Kota Singaraja. *Jurnal Komunitas Yustisia Universitas Pendidikan Ganesha Program Studi Ilmu Hukum*. 3 (3).
- Bernada, Tetanoe, "Upaya Perlindungan Hukum pada Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce untuk Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Digital di Indonesia," *Jurnal Hukum dan Peradilan* 6, no. 1 (Maret 2017).
- Bintang Lestari, Ni Nengah dan Aditya Pratama Putra, Made. (2023) Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Pembelian Barang yang tidak sesuai di E-Commerce. *Jurnal Kertha Wicara Fakultas Hukum Universitas Udayana*. 12 (04). 182-191. DOI: KW.2023.v12.i04.p1.
- Enna Krisnayanti, Ni Putu dan Putrawan, Suatra, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce," *Jurnal Kertha Wicara* 11, no. 1 (2021).
- Kaurvakii, Redva. *Catat, Ini Modus Penipuan Belanja Online Terhadap Penjual dan Pembeli*. Available from <https://pandagila.com/modus-penipuan-belanja-online/>. (Diakses 7 Mei 2023)
- Kristin Prasetyoningrum, Ari. (2015). *Risiko Bank Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Libria Fista, Yanci, Machmud, Aris dan Suartin. (Juli 2023). Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Binamulia Hukum*. 12 (1) 177-189. DOI: <https://doi.org/10.37893/jbh.v12i1.599>.
- Liputan Khusus. *Menyoal Tanggung Jawab Hukum Marketplace Saat Belanja Online Jadi Pilihan*. Available from <https://hukumonline.com/berita/a/menyoal-tanggung-jawab-hukum-marketplace-saat-belanja-online-jadi-pilihan-1t5ec853e159a56/>. (Diakses 22 Mei 2020).
- Milenizha Irianti, Natasya, Sarjana, I Made. (2021). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Informasi Palsu dalam Jual Beli Melalui E-Commerce. *Jurnal Kertha Semaya Fakultas Hukum Universitas Udayana*. 10 (1) 64-74. DOI: <https://doi.org/10.24843/KS.2021.v10.i01.p06>.
- Mukhtar, Jamaluddin dkk., “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Online,” *Jurnal Serambi Hukum* 08, no. 02 (2015).
- Mulyasetya Putra, Joddy. *Data Pribadi Konsumen E-Commerce Bocor dan Dijual Pihak Lain, Bagaimana Hukumnya ?*. Available from <https://www.kompas.com/konsultasihukum/read/2021/08/17/060000780/data-pribadi-konsumen-e-commerce-bocor-dan-dijual-pihak-lain?page=all>. (Diakses 17 Agustus 2021).
- Nainggolan, Ibrahim, “Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha E-Commerce Ditinjau Dari Hukum Positif Indonesia,” *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan Hasil Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Hukum dan Peradilan* 2, no. 1 (2021).
- Radithya Kresnantara Sanjaya, Gde Nanda, Putu Budiarta, I Nyoman dan Puspasutari Ujianti, Ni Made. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Tiruan Pada Transaksi E-Commerce (Studi Kasus Pada Toko Stridewear.Id Bali). *Jurnal Interpretasi Hukum*. 3 (2) 336-340. DOI: https://doi.org/10.22225/juin_hum.3.2.5076.332-338.
- Riadi, Muchlisin. *Kepuasan Konsumen (Pengertian, Aspek, Strategi dan Indikator)*. Available from <https://kajianpustaka.com./2021/01/kepuasan-konsumen.html>. (Diakses 7 Januari 2021).
- Shidarta. (2000). *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo, h. 16.
- Stefani, “Kepastian Hukum Penyelesaian Sengketa E-Commerce di Indonesia Secara Online,” *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi Universitas Jember*, 2, no. 7 (Juli 2021).
- Tampubolon. Robert. (2004). *Risk Management: Qualitative Approach Applied to Commercial Banks*. Jakarta: Alex Media Komputindo.
- Trimaya, Arrista. (2014). Optimalisasi Pemberdayaan Konsumen Melalui Pembaharuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Rechtsvinding Online (Media Pembinaan Hukum Nasional)*. 11 (2) 1-5.

Tukinah, Ukie. *Rekonstruksi Pengaturan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Onlineshop (E-Commerce) Berbasis Nilai Keadilan Bermartabat* (Program Doktor Ilmu Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang). Available from <https://repository.unissula.ac.id/id/eprint/18510>. (Diakses 2020).

World Trade Organization. *Understanding the WTO Agreement Intellectual Property and Enforcement*. Available from https://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/agrm7_e.htm. (Diakses 5 Mei 2018).

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821).

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843) sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 1 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6905).

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 45 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5512).

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 252 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5953).

Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 196 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6820).

Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan Pengawasan dan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2001 Nomor 103 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4126).

Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 189 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5348).