

PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM PENGUNAAN KODE UNIK PADA TRANSAKSI E- COMMERCE DI INDONESIA

Cok Istri Agung Chintya Pradnyaswari, Fakultas Hukum Universitas Udayana, e-mail:
cokchintya29@gmail.com

Anak Agung Istri Ari Atu Dewi, Fakultas Hukum Universitas Udayana, e-mail:
ari_atudewi@unud.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini, antara lain: (1) untuk mengetahui dan menganalisis tentang pengaturan hukum penggunaan kode unik dalam transaksi e-commerce; (2) untuk mengetahui dan menganalisis tentang perlindungan hukum konsumen terhadap penggunaan kode unik dalam transaksi e-commerce di Indonesia. dan penelitian ini tergolong penelitian normatif yang menggunakan 2 jenis pendekatan, yaitu: pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konsep. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa tidak ada pengaturan yang bersifat khusus terkait dengan transaksi non tunai (seperti transfer bank menggunakan kode unik). Namun demikian, para pihak yang terlibat di dalamnya tetap dilindungi undang-undang. Adapun terkait adanya klausula baku yang mengatur kode unik, maka seyogyanya harus jelas dan lugas agar tidak menimbulkan kerugian materiil bagi konsumen. Apabila menimbulkan kerugian bagi konsumen, maka pihak penyelenggara e-commerce ataupun pelaku usaha dapat dimintai pertanggungjawaban hukum sesuai dengan ketentuan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Kata kunci: Perlindungan Hukum, Konsumen, Kode Unik, E-commerce

ABSTRACT

The purposes of this research are, such as: (1) to identify and analyze the legal regulation of the use of unique codes in e-commerce transactions; (2) to find out and analyze the legal protection of consumers against the use of unique codes in e-commerce transactions in Indonesia. and this research is classified as a normative research that uses 2 types of approaches, namely: a statutory approach and a concept approach. Based on the research results, it is known that there are no special regulations related to non-cash transactions (such as bank transfers using unique codes). However, the parties involved in it are still protected by law. As for the existence of standard clauses governing unique codes, it should be clear and straightforward so as not to cause material harm to consumers. If it causes harm to consumers, then the e-commerce operator or business actor can be held legally responsible in accordance with the provisions of Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Keywords: Legal Protection, Consumer, Unique Code, E-commerce

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Industri digital kini semakin signifikan mendominasi aktivitas manusia. Terlihat jelas dari penggunaan ponsel pintar yang semakin meningkat serta memberikan peluang inovasi baru bermunculan karena tersedianya wadah untuk

mengakses kemudahan tersebut melalui genggaman. Mulai dari transaksi bayar, jual-beli, komunikasi dan pemasaran kini beralih ranah menjadi pemanfaatan atas ranah digital karena keterjangkauan yang luas dan mudah diakses. Salah satu yang sering ditemui adalah perkembangan atas metode belanja dan bayar. Pada tatanan konvensional, penjual dan pembeli bertemu pada satu lokasi yang mengharuskan adanya pertemuan tatap muka, dan bertransaksi secara tunai. Namun seiring berkembangnya zaman yang semakin mudah, maka timbul inovasi atas transaksi digital yang mampu menjangkau hingga pelosok daerah tanpa menghadirkan pertemuan tatap muka.

Pesatnya perkembangan gaya hidup dimasyarakat tidak terlepas dari peran kemajuan industri digital yang mendukung kemudahan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Industri digital masyarakat kini disuguhkan dengan suatu bentuk media yang mampu membantu segala aktivitas pengguna media sosial seperti dalam berbelanja dan bersosialisasi. Penggunaan internet saat ini tidak hanya pada pemanfaatan atas informasi melainkan juga dapat membantu dalam mempermudah sarana transaksi dengan adanya *e-commerce* atau yang dapat dikenal dengan *e-commerce*. Sebagai bagian dari model bisnis terbaharukan maka terdapat inovasi *non face* atau tidak tatap muka yang dapat dirasakan oleh pengguna *e-commerce* saat berbelanja.¹

Inovasi ini memberikan peluang atas kemudahan yang hanya dalam genggaman ponsel sehingga berpengaruh pada gaya hidup masyarakat.² Berdasar pada data yang dihimpul pada September 2020, pertumbuhan volume transaksi *e-commerce* beranjak naik hingga mencapai peningkatan sebesar 79,38%.³ Terlihat bahwa *e-commerce* berpotensi menggeser metode perbelanjaan konvensional yang kian menurun seiring dengan pembatasan terhadap aktivitas perbelanjaan yang mengundang kerumunan masyarakat pada saat masa pandemi Covid-19. Sebagai bagian dari wadah perdagangan tanpa batas atau *borderless* yang dilakukan dengan sarana elektronik, penggunaan *e-commerce* diatur dalam peraturan transaksi elektronik.⁴ Pada Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UU ITE) aspek pembayaran dengan transaksi elektronik.⁵ Bentuk transaksi yang dijalankan pada *e-commerce* adalah transaksi yang tidak tatap muka. Namun tetap memerlukan validasi.⁶ Jika telah selesai memilih barang, maka pembeli akan diinstruksikan untuk melanjutkan tahapan lainnya yakni melakukan pengisian data dan memilih metode bayar. Seperti biasanya, pelaku usaha dalam *e-commerce* dapat berafiliasi dengan berbagai metode

¹ Anjani. "Urgensi Rekonstruksi Hukum *E-commerce* Di Indonesia", *Lawform* 14, No. 1 (2018): 89-103.

² Natalia, Helda. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi *E-commerce*." *Melayu Law* 1, No. 1 (2017): 111-126.

³<https://Ekonomi.Bisnis.ComRead/20201109/9Transaksi-E-commerce-M938-Persen-Di-Tengah-%20e%202019> diakses pada 10 Maret 2021

⁴ Muttaqin, Azhar. "Transaksi *E-commerce* Dalam Tinjauan Hukum Jual Beli Islam." *Ulumuddin Journal Of Islamic Legal Studies* 7, No. 1 (2011):88-90.

⁵ Pg, Ia Indira Wahyu Prameswari, Dan I. Ketut Westra. "Perlindungan Hukum Terhadap Nasabah Bank Dalam Melakukan Transaksi Perbankan Menggunakan Layanan Internet Banking." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 8, No. 10,(2020): 1575-1588.

⁶ Triantika, Nafa Amelsi. "Elwidarifa Marwenny, Dan Muhammad Hasbi. "Tinjauan Hukum Tentang Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Online Melalui *E-commerce* Menurut Pasal 1320 Kuhperdata", *Ensiklopedia Sosial Review* 2, No. 2 (2020): 119-131.

pembayaran yang telah disepakati oleh penyedia layanan *e-commerce* seperti metode transfer bank, *cash on delivery*, pembayaran *e-wallet* serta metode kredit. Metode transfer bank menjadi salah satu yang paling sering dipergunakan karena tersedia berbagai jenis bank yang terafiliasi dengan penyedia layanan *e-commerce*. Jika memilih cara bayar melalui transfer bank, konsekuensinya pada beberapa bank akan mempergunakan kode unik sebagai penambahan atas nominal yang harus dibayarkan oleh pembeli atau konsumen ketika telah usai memilih barang. Adanya kode unik tidak hanya berfungsi sebagai kode saja, namun juga nominal tersebut akan ditambahkan dengan jumlah transfer yang seharusnya.

Salah satu permasalahan hukum yang dapat terjadi saat menggunakan kode unik adalah apabila kode unik tersebut salah dan tidak ada penjelasan lebih lanjut dari pihak terkait dalam rangkaian kegiatan perdagangan online maka dana tidak akan dikembalikan aturan hukum yang mengatur kewajiban dari pihak pelaku usaha yang menggunakan kode unik juga tidak secara tegas diatur dalam peraturan perundang-undangan. Kesalahan atas penggunaan kode unik yang tidak dapat dimintai pertanggungjawaban kepada pihak pelaku usaha seperti yang terjadi di platform Bukalapak pada 28 September 2020. Keluhan dari pengguna *e-commerce* terdapat di halaman mediakonsumen.com, yang menyatakan bahwa kode unik yang disalin pengguna ke dalam *e-commerce* adalah salah, dan uang pengguna tidak dapat dikembalikan.⁷ Setelah beberapa kali menanyakan hal tersebut kepada *customer service e-commerce* tersebut, pengguna tidak kunjung mendapatkan balasan dari keluhan yang telah dipaparkan dalam layanan chat yang disediakan oleh *e-commerce* tersebut. Sehingga permasalahan atas kerugian konsumen tersebut tidak dapat terselesaikan dengan baik karena ketiadaan proses mediasi sebagaimana diharapkan oleh pengguna *e-commerce*. Hal ini tentu berdampak pada ketidakpastian hukum dari penggunaan kode unik yang bermasalah, sehingga tidak terpenuhinya hak-hak konsumen sebagaimana yang telah dilindungi dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UU Perlindungan Konsumen).

Berdasar pada urgensi tersebut, maka penulis berkeinginan untuk menelaah aturan hukum yang ada dalam aktivitas pemanfaatan kode unik pada transaksi *e-commerce* serta menguraikan perlindungan konsumen terhadap penggunaan kode unik tersebut. Permasalahan yang penulis uraikan, pada penulisan sebelumnya telah diteliti oleh Ernawati dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pembayaran Kode Unik Dalam Jual Beli Online Di Tokopedia”. Penulisan tersebut dilakukan dengan metode empiris dengan tujuan untuk mengetahui status hukum kode unik yang dipergunakan pada transaksi di platform Tokopedia. Serta adapun penulisan lain oleh I Putu Wahyu Pradipta Wirjana dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Berkaitan Dengan Harga Berbentuk Kode Unik Melalui Metode Transfer Bank Pada Transaksi Online”. Penulisan tersebut menguraikan pengaturan harga dalam bentuk kode unik untuk menjamin perlindungan hukum dan mengaitkannya dengan teori dari Gustav Radbruch. Kedua penelitian sebelumnya menunjukkan adanya perbedaan urgensi penelitian dengan kajian yang penulis telaah. Terdapat ketidakpastian hukum yang mengatur perlindungan konsumen *e-commerce* dalam mengakses kode unik, dalam hal terjadi permasalahan hukum aturan hukum yang telah ada belum dapat memerikan jaminan kenyamanan bagi

⁷<https://mediakonsumen.com/2020/09/28/surat-pembaca/salah-kode-unik-transfer-di-bukalapak-uang-tidak-kembali>, diakses pada 10 Maret 2021

masyarakat sebagai pengguna *e-commerce*. Sehingga penulis tertarik untuk menganalisa permasalahan tersebut dengan judul "Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Penggunaan Kode Unik Pada Transaksi *E-commerce* Di Indonesia".

1.2. Rumusan Masalah

Bertolak dari uraian dalam latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan 2 permasalahan hukum sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaturan hukum terhadap penggunaan kode unik dalam transaksi *e-commerce* ?
2. Bagaimanakah perlindungan hukum konsumen terhadap penggunaan kode unik dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia?

1.3. Tujuan Penulisan

Adapun tujuan dari penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis tentang pengaturan hukum terhadap penggunaan kode unik dalam transaksi *e-commerce*
2. Untuk mengetahui dan menganalisis tentang perlindungan hukum konsumen terhadap penggunaan kode unik dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia

2. Metode Penelitian

Penelitian ini tergolong penelitian normatif yang menggunakan 2 jenis pendekatan, yaitu: pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konsep. Adapun alasan memilih jenis metode penelitian normative, mengingat ditemukan adanya kekaburan norma yang mengatur perihal kode unik pada transaksi *e-commerce*. Selanjutnya, penelitian ini terdiri atas 3 jenis bahan hukum (primer, sekunder, dan tersier) yang seluruhnya dikumpulkan melalui teknik studi dokumen. Adapun terhadap seluruh bahan hukum yang telah berhasil dikumpulkan, selanjutnya dianalisis secara kualitatif.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Pengaturan Terhadap Penggunaan Kode Unik dalam Transaksi *E-commerce*

Secara khusus, tidak ditemukan pengaturan yang mengatur secara khusus mengenai *e-commerce* di dalam peraturan perundang-undangan. Namun, dalam terjalannya suatu perdagangan elektronik hanya memberikan perluasan atas aktivitas belanja yang tidak lagi bersifat konvensional seperti mensyaratkan terdapat pertemuan langsung oleh penjual dan pembeli. Sehingga pada dasarnya, pengaturan aktivitas *e-commerce* juga tunduk pada peraturan dasar dari adanya perjanjian para pihak yang terlibat seperti penjual dan pembeli. *E-commerce* adalah suatu bentuk pengalaman berbelanja baru yang ditawarkan oleh kemajuan teknologi.⁸ Sebagai

⁸ Teguh, Abdul. *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia* (Yogyakarta: Pustaka Setia, 2006), 3-5.

bagian dari suatu jaringan yang tanpa batas mengenai teknologi, proses dan praktis, *e-commerce* menurut Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi adalah suatu fenomena transaksi bisnis besar. *E-commerce* menurut *Assosiation for Electronic Commerce* dikualifikasikan sebagai tindakan hukum yang didalamnya meliputi para pihak yakni penjual dan pembeli.⁹ Pada prinsip jual-beli modern maka implementasi dari modernisasi tersebut tidak terlepas dari seperangkat aturan hukum yang telah ada maupun yang akan dibentuk untuk menjangkau inovasi diranah digital tersebut.¹⁰ Transaksi elektronik akan merujuk pada kontrak elektronik pula sebagaimana memperlihatkan adanya perluasan dari tindakan hukum pada ranah digital.

Hukum perdata Indonesia secara khusus tidak mengatur tentang ketentuan dalam metode *e-commerce* tetapi ketentuan yang masih mengikuti dan berlaku secara umum berpedoman dari KUHPerdata berkaitan dengan perjanjian. Dalam transaksi *e-commerce* harus terdapat perjanjian dan kata sepakat dari kedua belah pihak yang merujuk pada 1320 KUHPer. Dengan demikian, maka aturan pokok dari adanya suatu hubungan tersebut tertuang dalam suatu perikatan yang diatur pada Buku III KUH Perdata. Berdasar pada pokok aktivitas dari jual-beli maka merujuk pada KUHPerdata, namun dalam aktivitas digital akan bertitik tolak pada pengaturan dalam UU ITE.¹¹ Terlah tertuang dalam Pasal 1 angka 2 UU ITE yang menguraikan bahwa dalam suatu transaksi elektronik dapat dikategorikan sebagai suatu perbuatan hukum yang nyata walaupun terjadinya suatu perbuatan tersebut didunia siber melalui suatu jaringan teknologi. Sehingga adanya setiap tindakan oleh para pihak dalam suatu transaksi online akan tetap tunduk pada kaidah hukum positif yang ada.¹² Dengan demikian jelas bahwa kegiatan dalam *e-commerce* tetap tunduk pada kaidah hukum secara prinsip dalam hukum perdata.¹³

Terjadi perkembangan dalam metode bayar yang semakin variatif, salah satunya yakni dengan menggunakan kode unik. Kode unik yakni sebuah angka yang akan ditambahkan secara otomatis atau kontan saat pihak penyedia *e-commerce* telah masuk kedalam laman pembayaran dengan metode transfer bank. Urutan angka sebagai besaran dari kode unik tersebut telah diatur terlebih dahulu oleh sistem yang terafiliasi dengan masing-masing *platform e-commerce*. Sehingga ketika pembeli mengkehendaki metode pembayaran dengan *transfer* bank nantinya akan mendapatkan rangkaian nominal terdiri atas 3 (tiga) digit angka yang akan terakumulasi dengan jumlah total pembayaran. Transaksi bayar non tunai atau *e-payment* akan membutuhkan afiliasi dengan pihak penyedia layanan dompet digital atau bank dengan tujuan agar penyimpanan dana oleh pihak ketiga berbeda dengan letak dari penyelenggara platform sehingga atas kedudukan tersebut maka untuk dapat bertransaksi secara *online*, pengguna harus melakukan aktivitas *transfer* atau

⁹ Eko Indrajaet. *E-commerce: Kiat Dan Strategi Bisnis Di Dunia Maya*, (Jakarta:Elex Media Koputindo,2001), 3-5

¹⁰ Santi, Ni Luh. "Perlindungan Hukum Kepentingan Para Pihak dalam Transaksi Online." *Acta Comitas: Jurnal Hukum Kenotariatan* 4, no. 3 (2019): 485-497.

¹¹ Dewi, Anak Agung Ayu Krisna, Dan I. Wayan Novy Purwanto. "Perlindungan Hukum Terkait Kerugian Pembelian Barang Dalam Transaksi E-Commerce Yang Tidak Sesuai Dengan Katalog Di Internet." *Kertha Negara: Journal Ilmu Hukum* 7, No. 5, (2020): 1-15.

¹² Abdul Halim Barkatullah. *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Lintas Negara Di Indonesia*, (Yogyakarta: FH UII Press, 2009), 33-32

¹³ Syahrin, M. Alvi. "Refleksi Teoretik E-Contract: Hukum yang Berlaku dalam Sengketa Transaksi Bisnis Internasional yang Menggunakan *E-commerce*." *Lex Librum: Jurnal Ilmu Hukum* 3, no. 2 (2017),12-20.

top up. Salah satu fasilitas *top up* yang disediakan yakni dengan menggunakan kode unik yang disalin untuk kemudian dihubungkan dengan bank pengguna agar selanjutnya dapat membayar tagihan dari belanja online tersebut. Aktivitas tersebut masuk kedalam ranah *electronic payment* atau *E-payment*.

Pengaturan mengenai *e-payment* justru tersebar di beberapa perundang-undangan, salah satunya yakni pada Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/3028 tentang Uang Elektronik (selanjutnya disebut PBI Uang Elektronik). Selain itu berkaitan dengan *transfer* dana yang juga merupakan bagian dari pembayarna online diatur dalam Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2011 tentang Transfer Dana (selanjutnya disebut UU Transfer Dana). Pada metode transfer melalui bank, memerlukan adanya kode unik yang digunakan saat pengguna telah sepakat dengan harga barang serta ketentuan lainnya seperti metode pengambilan barang, metode layanan pengiriman barang dan juga detail barang yang akan diterima. Jika tidak mentransfer dengan kode unik maka terdapat beberapa kerugian yang akan dialami oleh konsumen, yakni tertundanya transaksi karena dana yang dikirimkan berpotensi besar untuk gagal diverifikasi serta penyalahgunaan dana oleh pihak tidak bertanggungjawab. Beberapa peraturan berkaitan dengan *e-commerce* beserta metode bayar non tunai tidak ditemukan pengaturan secara spesifik berkaitan dengan penggunaan kode unik, serta pada pendefinisian kode unik secara yuridis belum dapat ditemui secara tegas. Padahal, begitu banyak variasi atas metode pembayaran non tunai saat ini yang harus dipertegas pengaturan hukumnya bukan hanya melihat pada aspek perjanjian penggunaan metode pembayaran terbaharukannya saja. Kebijakan atas penggunaan kode unik menurut hemat penulis harus lebih ditegaskan dalam klausula baku yang tertuang pada setiap perjanjian oleh *e-commerce* agar konsumen mendapatkan kepastian hukum dari tiap tindakan yang akan dilakukan didunia maya.

3.2 Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Penggunaan Kode Unik Dalam Transaksi *E-commerce* Di Indonesia

Sistem belanja *online* melibatkan penjual dan pembeli serta penyedia layanan atau *e-commerce* sebagai bentuk tempat bertemunya penjual dan pembeli sebagaimana transaksi konvensional. Sehingga atas kedudukan para pihaknya tersebut, harus tetap diberikan perlindungan berdasar pada UU Perlindungan Konsumen. Frasa perlindungan konsumen merefleksikan adanya bentuk perlindungan oleh negara pada masyarakatnya dalam kedudukan sebagai konsumen atau penikmat dari suatu produk atau jasa. UU Perlindungan Konsumen hadir dimasyarakat dengan tujuan sebagaimana tertuang dalam konsiderannya yakni untuk dapat menghadirkan kepastian hukum kepada konsumen untuk dengan tegas menjamin para pihak yang terlibat dalam laju produksi dan konsumsi untuk tetap mendapatkan kesejahteraan dan perlindungan. Hal ini terjadi karena semakin meningkat dan terbukanya pasar nasional sebagai dampak adanya arus globalisasi yang tidak bisa dihindari pada perkembangannya. Kelangsungan terhadap perlindungan masyarakat sebagai konsumen tertuang pada UU Perlindungan Konsumen, termaktub dalam Pasal 1 angka 2 UU Perlindungan konsumen yang mengatur bahwa: "*Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan*". (cetak miring oleh penulis). Konsumen tidak terikat usia atau latar belakang pengetahuan, oleh karena itu

definisi konsumen hanya mengacu pada tafsir yang sebenarnya dalam Pasal 1 ayat 2 UU Perlindungan Konsumen. Di sini pelaku usaha dapat berperan penting untuk memberikan informasi produk yang jelas dan mudah dipahami untuk digunakan oleh berbagai kalangan. Perlindungan konsumen adalah perlindungan hak dan kewajiban semua pihak yang terlibat. Secara umum, hak konsumen dasar diusulkan baik dalam transaksi reguler maupun transaksi modern, seperti hak atas keamanan, hak untuk memperoleh informasi yang akurat dan jelas, dan hak untuk didengar. Konsumen harus merasakan semua hak ini saat berbelanja. Selain dari hak yang disematkan, adapun kewajiban dari pelaku usaha sebagaimana telah termaktub dalam Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen seperti pada tindakan untuk beritikad baik, kesanggupan atas pemberian informasi yang jelas.

Secara khusus, jika dihubungkan dengan berbagai metode bayar non tunai yang kian variatif, dalam UU Perlindungan Konsumen terbatas pada aturan terkait hak dan juga kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen. Sehingga belum terdapat aturan khusus yang mengatur transaksi online atau non tunai. Melainkan hanya menggunakan pengaturan secara umum yakni merujuk pada penggunaan kode unik sebagai bentuk dari penggunaan atas klausula baku dalam perspektif UU Perlindungan Konsumen.¹⁴ Penggunaan kode unik telah ditentukan sebelumnya oleh penjual berkaitan dengan syarat-syarat dari penggunaannya. Tujuan dari penggunaan kode unik adalah untuk memudahkan pihak *e-commerce* pada saat memastikan pesanan dan menyelesaikan validasi tahap pembayaran. Selain dari manfaat tersebut, kode unik juga digunakan untuk membedakan antara transaksi pembeli antara satu dan lainnya. Namun akibat dari tidak dicantumkannya kode unik juga berdampak signifikan terhadap proses transaksi yang akan dirasakan oleh pembeli atau konsumen. Pembeli yang tidak mencantumkan kode unik akan berpotensi untuk kehilangan kejelasan atas barang yang dipesan, ataupun juga kerugian materi karena dana yang ditransferkan tidak sampai pada penjual. Penggunaan kode unik tertuang dalam *term and condition* dari masing-masing *e-commerce*. Secara umum, pencantuman klausula baku tetap diperkenankan sejauh tidak bertentangan dengan aturan hukum yang berlaku. Hal ini diatur dalam Pasal 18 UU Perlindungan Konsumen.¹⁵

Terdapat keharusan secara tersirat yakni memberikan pemahaman yang jelas dan lugas berkaitan dengan muatan dari klausula baku pada perjanjian atau *term of reference* yang biasa digunakan pada *e-commerce*. Namun terkadang, pengguna masih sulit untuk menemui dan memahami uraian klausula baku yang ada sehingga berdampak pada ketidaktepatan informasi yang diterima oleh pengguna. Sehingga, sangat penting untuk menempatkan syarat-syarat penambahan nominal atau jumlah total tersebut pada laman penting agar terlihat dan terbaca oleh konsumen. Selain itu pula, dalam setiap klausula baku pada *e-commerce* harus mencerminkan perlindungan atas konsumen. Hal ini bertujuan untuk menghindari adanya kerugian materiil seperti penggunaan kode unik untuk mempermudah verifikasi namun tidak dapat digunakan karena terdapat kesalahan dalam penggunaan kode unik sehingga pihak *e-commerce* harus mengembalikan dana yang telah dikirimkan oleh konsumen

¹⁴ Syamsudin, Muhamad, dan Fera Aditias Ramadani. "Perlindungan Hukum Konsumen Atas Penerapan Klausula Baku." *Jurnal Yudisial* 11, no. 1 (2018): 91-112.

¹⁵ Rohendi, Acep. "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi *E-commerce* Perspektif Hukum Nasional dan Internasional." *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis* 3, no. 2 (2015): 474-488.

e-commerce. Ketika menggunakan klausula baku maka penyelenggara *e-commerce* tetap tunduk pada setiap pengaturan yang tertuang dalam Pasal 18 UU Perlindungan Konsumen yang telah meregulasi pencantuman klausula baku.

Lebih spesifik, pada Pasal 18 ayat (2) UU Perlindungan Konsumen menyatakan secara tegas bahwasanya tidak dapat diperbolehkan untuk pihak penjual menempatkan klausula baku yang diketahuinya akan menyusahkan konsumen untuk diakses atau dalam kata lain dapat menyebabkan tidak dapat diaksesnya ketentuan tersebut secara lugas karena bentuknya tidak dengan mudah dapat terlihat dan terbaca ataupun sulit dimengerti dalam pengungkapannya, sehingga terdapat kewajiban dari pelaku usaha untuk memberikan penjelasan secara terang dan tegas terkait penggunaan kode unik. Nominal yang tercantum diakhir tahap pembayaran melalui kode unik harus dengan jelas tertuang dalam klausula baku agar menimbulkan kepastian tindakan dari konsumen dan menghindari adanya kesalahan yang akan merugikan konsumen. Sedangkan, apabila akibat ketidakjelasan tata cara penggunaan metode *transfer* bank dan penambahan nominal kode unik, maka pelaku usaha dapat dimintai suatu pertanggungjawaban yang mensyaratkan adanya *product liability* yakni suatu bentuk tanggung jawab perdata langsung produk pelaku komersial adalah kerugian yang diderita konsumen akibat kelalaian penjual. Oleh karena itu, pembeli / konsumen berhak bertanggung jawab atas kerugian yang diderita saat menggunakan kode unik dalam bertransaksi. Apabila konsumen mengalami kerugian besar akibat kode unik tersebut, maka terdapat dasar hukum litigasi di pengadilan, yaitu Pasal 38 (1) UU ITE dan Pasal 45 (1) UU Perlindungan Konsumen, perlindungan konsumen yang rentan dapat diajukan melalui instansi yang bertanggung jawab untuk menyelesaikan masalah ini. Selama ada bukti berupa bukti elektronik, seperti sertifikat transfer, SMS atau email untuk membuktikan pelanggaran, sengketa antara konsumen dan pelaku komersial dapat diselesaikan. Kesepakatan antara dua pihak yang terikat oleh kesepakatan.

4. Kesimpulan

Pengaturan *e-commerce* tidak secara khusus dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia. Namun ditinjau dari bentuk aktifitasnya, maka *e-commerce* menunjukkan adanya peristiwa hukum perjanjian. Peristiwa hukum ini yang kemudian dapat ditemukan pengaturannya dalam KUHPperdata. Adapun dalam aspek digital, *e-commerce* termasuk ke dalam transaksi elektronik yang pengaturannya termuat di dalam UU ITE. Oleh karenanya, metode bayar non tunai dalam *e-commerce* (khususnya *transfer* bank yang menggunakan kode unik) belum diatur secara tegas dalam peraturan perundang-undangan, meskipun dapat dikaitkan kedudukannya dengan penggunaan klausula baku. Dasar hukum perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* dengan kode unik tertuang dalam UU Perlindungan Konsumen. Kode unik harus dijelaskan secara terperinci dan tegas dalam klausula baku. Mengingat ketidakjelasan dari hal tersebut, berpotensi menimbulkan kerugian bagi konsumen. Berdasarkan Pasal 18 ayat (2) UU Perlindungan Konsumen yang mengatur bahwa pengusaha yang dilarang memasukkan klausul baku yang sulit untuk dilihat atau tidak dapat melihat lokasi atau bentuk mereka atau memahami pengungkapan mereka. Oleh karena itu, pelaku usaha wajib memberikan regulasi yang jelas dan tidak ambigu. Kerugian konsumen karena kurangnya kejelasan membuat konsumen tidak dapat mengembalikan uangnya. Dengan demikian, konsumen berhak mengajukan

pengaduan kepada penjual atau penyelenggara *e-commerce* atau mengajukan gugatan ke pengadilan sesuai dengan Pasal 38 ayat (1) UU ITE dan Pasal 45 Ayat 1 UU Perlindungan Konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E- Commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*. (Yogyakarta: Pustaka Setia, 2006).
- _____, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Lintas Negara Di Indonesia*. (Yogyakarta: FH UII Press, 2009).
- Richardus Eko Indrajit, *E-commerce: Kiat Dan Strategi Bisnis Di Dunia Maya*. (Jakarta:Elex Media Koputindo,2001).

Jurnal

- Anjani, "Urgensi Rekonstruksi Hukum *E-commerce* Di Indonesia." *Law Refom* 14, No. 1 (2018): 89-103.
- Dewi, Anak Agung Ayu dan I. Wayan Novy Purwanto. "Perlindungan Hukum Terkait Kerugian Pembelian Barang Dalam Transaksi E-Commerce Yang Tidak Sesuai Dengan Katalog Di Internet." *Kertha Negara: Journal Ilmu Hukum* 7, No. 5: 1-15.
- Muttaqin, Azhar. "Transaksi *E-commerce* Dalam Tinjauan Hukum Jual Beli Islam." *Ulumuddin Journal Of Islamic Legal Studies* 7, No. 1 (2011).
- Natalia, Held "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi *E-commerce*." *Melanesia Law* 1, No. 1 (2017): 111-126.
- Pg, Ia Indira Wahyu Prameswari, Dan I. Ketut Westra. "Perlindungan Hukum Terhadap Nasabah Bank Dalam Melakukan Transaksi Perbankan Menggunakan Layanan Internet Banking." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 8, No. 10: 1575-1588.
- Riawan, Belly, dan I. Made Mahartayasa. "Perlindungan Konsumen Dalam Kegiatan Transaksi Jual Beli Online Di Indonesia." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* (2015).
- Rohendi, Acep. "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi *E-commerce* Perspektif Hukum Nasional dan Internasional." *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis* 3, no. 2 (2015): 474-488.
- Santi, Ni Luh. "Perlindungan Hukum Kepentingan Para Pihak dalam Transaksi Online." *Acta Comitatus: Jurnal Hukum Kenotariatan* 4, no. 3 (2019): 485-497.
- Syahrin, M. Alvi. "Refleksi Teoretik E-Contract: Hukum yang Berlaku dalam Sengketa Transaksi Bisnis Internasional yang Menggunakan *E-commerce*." *Lex Librum: Jurnal Ilmu Hukum* 3, no. 2 (2017).
- Syamsudin, Muhamad, dan Fera Aditias Ramadani. "Perlindungan Hukum Konsumen Atas Penerapan Klausula Baku." *Jurnal Yudisial* 11, no. 1 (2018): 91-112.
- Triantika, Nafa Amelsi, Elwidarifa Marweny, Dan Muhammad Hasbi. "Tinjauan Hukum Tentang Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Online Melalui *E-commerce* Menueur Pasal 1320 Kuhperdata." *Ensiklopedia Sosial Review* 2, No. 2 (2020): 119-131.

Wijayanta, Tata. "Asas Kepastian Hukum, Keadilan Dan Kemanfaatan Dalam Kaitannya Dengan Putusan Kepailitan Pengadilan Niaga." *Jurnal Dinamika Hukum* 14, No. 2 (2014): 216-226.

Internet

<https://Ekonomi.Bisnis.Com/Read/20201109/9/1315333/Transaksi-E-commerce-Meningkat-7938-Persen-Di-Tengah-tansaksi%20pada%20September%202019>.
<https://mediakonsumen.com/2020/09/28/ssalah-kode-unik-transfer-di-bukalapak-uang-tidak-kembali> diakses pada 10 Maret 2021.

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 251, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5952.

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

Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2011 Tentang Transfer Dana, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 39, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5204.