

TANGGUNG JAWAB PEMILIK TOKO ONLINE DALAM JUAL-BELI ONLINE (*E-COMMERCE*) DITINJAU BERDASARKAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN*

Putu Surya Mahardika**

Dewa Gde Rudy***

Program Kekhususan Hukum Bisnis Fakultas Hukum
Universitas Udayana

ABSTRAK

Melihat praktek jual-beli online (*e-commerce*) yang semakin marak di Indonesia sangat menguntungkan bagi Masyarakat selaku konsumen dalam memilih berbagai jenis jasa dan/atau barang namun pelanggaran hak-hak konsumen sangat dimungkinkan terjadi mengingat jual-beli online mempunyai karakteristik yang berbeda dengan transaksi konvensional sehingga membuka kesempatan adanya praktek tidak baik dari pelaku usaha ataupun pihak ketiga terkait keamanan data pribadi yang dijamin oleh pemilik Toko Online sehingga berimplikasi pada perlindungan konsumen yangmana bilamana terjadinya kerugian oleh Konsumen terkait data pribadi baik identitas pribadi, password, dan keamanan nomor kartu kredit atau pembayaran lainnya yangmana apakah dapat Pemilik Toko Online dapat dimintai pertanggung jawabannya. Tujuan dari penulisan ini adalah untuk memahami tanggung jawab pemilik toko online terhadap konsumen bilamana mengalami kerugian terkait kerahasiaan data pribadi, dan bagaimana penyelesaian sengketa terkait kerugian Konsumen oleh Pemilik Toko Online. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Sumber penelitian hukum berupa bahan hukum primer, sekunder, dan nonhukum. Pengaturan mengenai perjanjian jual-beli online (*ecommerce*) belum terperinci dan belum memperhatikan perlindungan terhadap konsumen.

Kata Kunci : Tanggung Jawab, Perlindungan Konsumen, Penyelesaian Sengketa.

* Jurnal Hukum di Luar Ringkasan Skripsi, “ Tanggung Jawab Pemilik Toko Online dalam Jual-Beli Online (e-commerce) Ditinjau Berdasarkan Hukum Perlindungan Konsumen”.

** Putu Surya Mahardika, Adalah Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Udayana, surya.maha12@Yahoo.com.

*** Dewa Gde Rudy, Adalah Dosen Pengajar Bidang Hukum Bisnis Fakultas Hukum Universitas Udayana.

ABSTRACT

Seeing the practice of online buying (e-commerce) is increasingly widespread in Indonesia is very beneficial for the Community as consumers in choosing various types of services and / or goods but violations of consumer rights is very likely to occur given the online buying has characteristics different from conventional transactions so as to open the opportunity for bad practices from business actors or third parties related to the security of personal data that is guaranteed by the owner of Online Store so that it implies on consumer protection yangmana when the occurrence of loss by Consumers related personal data both personal identity, passwords and security credit card numbers or any other payment whether the owner of the Online Store can be held accountable. The purpose of this paper is to understand the responsibility of the online store owner to the consumer whenever the loss is related to the confidentiality of personal data, and how the dispute resolution relates to the loss of the Consumer by Online Store Owners. The research method used is normative legal research method with the approach of legislation and conceptual approach. Sources of legal research in the form of primary, secondary, and non-legal legal materials. The arrangement of the online sale agreement (ecommerce) has not been detailed yet and has not paid attention to consumer protection.

Keywords: Responsibility,, Consumer Protection, Dispute Settlement.

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk sosial atau *zoon politicon*, tentunya dalam memenuhi kebutuhannya tidak bisa lepas dari orang lain. Jadi karena kebutuhan manusia yang berbeda-beda inilah manusia melakukan perjanjian dengan manusia lainnya demi memenuhi kebutuhannya tersebut. Pada zaman dahulu kala, tatkala manusia hidup dalam alam primitive , untuk memenuhi kebutuhannya adalah dengan cara “Dagang Tukar”.

Saat ini dengan berkembangnya teknologi khususnya penggunaan Internet sebagai hal yang lumrah, penggunaan internet sebagai media perdagangan terus meningkat pesat, ini disebabkan karena manfaat yang didapat oleh penjual dan konsumen dengan

melakukan transaksi melalui internet yang semakin mudah dan cepat.

Di era digital saat ini khususnya Indonesia, Jual-Beli Online sudah sangat masif perkembangannya. Dirjen Aplikasi Informatika Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kemenkominfo) Samuel Wamerapan mengatakan sampai tahun [tahun 2016] ini sampai dengan pertengahan Oktober [Oktober 2016] perputaran dana lewat ekonomi digital atau *e-commerce* yang sudah menembus angka Rp 200 triliun dan diproyeksi pada 2020 bisa naik menjadi Rp 1.185 triliun.¹ Berbelanja online sangat memudahkan orang-orang untuk berbelanja dengan hanya memesan ke olshop (online shop) melalui *gadget*-nya dan tanpa harus lagi berbelanja ke swalayan-swalayan ataupun supermarket.

Permasalahan Utama di bidang *e-commerce* adalah dalam memberikan perlindungan keamanan data pribadi terhadap para pihak yang melakukan transaksi internet khususnya pembeli sebagai konsumen. Oleh karena itu Indonesia mengeluarkan peraturan khusus yang mengatur transaksi internet yaitu Undang-Undang nomor 19 tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik atau disingkat UU ITE, juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan atau disingkat UU Perdagangan.

Undang-Undang nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dimana bagaimana tanggung jawab Pemilik Toko Online terhadap konsumen bilamana Konsumen mengalami kerugian terkait keamanan data pribadi dan apakah Pemilik Toko Online

¹ Ema Sukarelawanto, 2016, "E-COMMERCE 2020: Perputaran Uang Diproyeksi Rp 1.185 Triiun", URL:<http://surabaya.bisnis.com/read/20161019/8/92032/e-commerce-2020-perputaran-uang-diproyeksi-rp1.185-triliun>, diakses tanggal 20 Mei 2017

selaku Pelaku Usaha yang memberikan jasa Jual-Beli Online dapat dimintai pertanggungjawabannya maka oleh karena itu penulis mengangkat judul “TANGGUNG JAWAB PEMILIK TOKO ONLINE DALAM JUAL-BELI ONLINE (*E-COMMERCE*) DITINJAU BERDASARKAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN”.

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah Pemilik Toko Online dapat dipertanggung jawabkan atas kerugian yang dialami Konsumen terkait penggunaan jasanya ?
2. Bagaimana penyelesaian sengketa terkait Konsumen yang dirugikan oleh Pemilik Toko Online atas penggunaan jasanya ?

1.3. Tujuan Penulisan

Tujuan dari penulisan ini adalah untuk memahami tentang tanggung jawab pemilik toko online terkait kerugian Konsumen atas penggunaan jasanya ditinjau dari aspek hukum Perlindungan Konsumen dan juga bagaimana penyelesaian sengketa yang ditempuh oleh Konsumen yang mengalami kerugian tersebut, serta memahami dan mengetahui adanya kekosongan hukum dalam pengaturan yang terperinci mengenai perlindungan data pribadi oleh Pelaku Usaha dalam jual-beli online(e-commerce) di Indonesia yang berakibat pada lemahnya perlindungan terhadap konsumen.

II. ISI MAKALAH

2.1. Metode

Jenis penelitian dalam penulisan jurnal ini adalah menggunakan metode penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif atau doktrinal merupakan penelitian hukum yang meletakkan hukum sebagai sebuah bangunan sistem norma.² Pada

² Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, 2015, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*, cet. III, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, h. 34.

penelitian hukum normatif hukum dikonsepsikan sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan (*law in books*).³

Penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pendekatan undang-undang dilakukan adalah dengan mengkaji dan menelaah semua peraturan perundang-undangan yang bersangkutan dengan isi hukum mengenai jual-beli online. Pendekatan konseptual dilakukan dengan beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang di dalam ilmu hukum.⁴ Dengan mempelajari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin tersebut, dapat menjadi sandaran dalam membangun argumentasi hukum dalam memecahkan isu yang dihadapi.

Bahan hukum yang dipergunakan dalam penulisan ini yakni adalah pertama, Bahan hukum primer yaitu bahan hukum yang mempunyai otoritas dan mengikat.⁵ Bahan hukum primer yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya : Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU PK),. Kedua, bahan hukum sekunder, yaitu bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer, seperti rancangan undang-undangan, hasil penelitian, atau pendapat pakar hukum.⁶ Ketiga, Bahan nonhukum, yaitu bahan penelitian yang terdiri atas buku teks bukan hukum yang terkait dengan penelitian dan kamus bahasa Indonesia dan ensiklopedia umum.⁷ Teknik pengumpulan data dalam penulisan ini dilakukan

³ Amiruddin dan Zainal Asikin, 2016, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, cet. IX, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta, h. 118.

⁴ Amiruddin dan Zainal Asikin, *op.cit.*, h. 167.

⁵ Peter Mahmud Marzuki, 2016, *Penelitian Hukum*, cet. XII, Kencana, Jakarta, h. 181.

⁶ Amiruddin dan Zainal Asikin, *op.cit.*, h. 119.

⁷ Peter Mahmud Marzuki, *op.cit.*, h. 204.

dengan studi pustaka terhadap bahan-bahan hukum, baik bahan hukum primer, bahan hukum sekunder maupun bahan nonhukum yang berhubungan dengan penelitian hukum ini.⁸ Dalam penelitian hukum normatif, pengolahan bahan berwujud kegiatan untuk mengadakan sistematisasi terhadap bahan-bahan hukum tertulis.⁹ Pengolahan bahan dilakukan dengan cara melakukan seleksi bahan hukum dan mencari keterkaitan antara bahan hukum satu dengan bahan hukum lainnya untuk mendapatkan gambaran umum dari hasil penelitian.

2.2. Hasil dan Analisis

2.2.1. Tanggung Jawab Pemilik Toko Online atas Kerugian yang dialami oleh Konsumen atas penggunaan jasanya

Dalam Pasal 1 angka (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UU PK), “Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.

Di dalam transaksi jual-beli barang dan jasa setidaknya terdapat dua pihak yang saling berhubungan, yaitu: pertama, pihak penyedia barang atau penyelenggara jasa, kedua, pihak pemakai/pengguna barang atau jasa itu.¹⁰

Dalam literatur ekonomi, kelompok pertama disebut sebagai pengusaha atau pelaku usaha, sedangkan kelompok kedua disebut sebagai konsumen dan disadari atau tidak, setiap manusia adalah konsumen.¹¹

⁸ Mukti Fajar dan Yulianto Ahmad, *op.cit.*, h. 160.

⁹ Amirrudin dan Zainal Asikin, *op.cit.*, h. 174.

¹⁰ Firman Tumantara, 2016, *Hukum Perlindungan Konsumen (Filosofi Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Politik Hukum Negara Kesejahteraan)*, Setara Press, Malang, h.4.

¹¹ *Ibid.*, h.5.

Berdasarkan Pasal 1 angka 3 UU Perlindungan Konsumen, Pelaku usaha adalah “setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”, sedangkan berdasarkan pasal 1 angka 2 UU Perlindungan Konsumen, 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”

Pelaku Usaha dalam Jual Beli Online meliputi Pelaku usaha yang menjalankan Toko Online yangmana memberikan jasa transaksi melalui media online dengan *website*¹² dan Pelaku Usaha produsen barang yang memproduksi suatu barang dimana memasarkan barangnya melalui jasa Toko Online, dan Konsumen yang diperbincangkan dalam hal ini berdasarkan jurnal Hukum UII Cindy Aulia Khotimah, ialah setiap pengguna barang atau jasa untuk kebutuhan diri sendiri, keluarga atau rumah tangga, dan tidak untuk memproduksi barang/jasa lain atau memperdagangkannya kembali, adanya transaksi konsumen yang mana maksudnya ialah proses terjadinya peralihan kepemilikan atau penikmatan barang atau jasa dari penyedia barang atau penyelenggara jasa kepada konsumen.¹³ Dalam Karya Ilmiah ini

¹² *website* adalah kumpulan dari berbagai macam halaman situs, yang terangkum didalam sebuah domain atau juga subdomain, yang lebih tempatnya berada di dalam WWW (World Wide Web) yang tentunya terdapat di dalam Internet, contoh: ” www.bukalapak.com atau www.tokopedia.com “.

¹³ CINDY AULIA KHOTIMAH JEUMPA CRISAN CHAIRUNNISA, 2016, “*PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI-ONLINE (E-COMMERCE)*”, Jurnal Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, h. 15.

dibahas mengenai Tanggung Jawab Pemilik Toko Online dalam hal Konsumen mengalami kerugian terkait Data Pribadi.

Berdasarkan Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen terdapat 2 Pasal tentang hak konsumen yang sering dilanggar pelaku usaha dalam toko online yakni adalah :

Pasal 4 huruf a. “hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa”

Pasal 4 huruf c. “hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;”

Lebih tegas lagi dalam Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen setidaknya terdapat 2 Pasal tentang Kewajiban Pelaku usaha yakni Toko Online ini, yakni :

Pasal 7 huruf b. “memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan”

Pasal 7 huruf f. “memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan”.

Terjadi Masalah bilamana Konsumen mengalami kerugian dalam hal menggunakan jasa Toko Online, bilamana dapat dilihat dari rumusan Pasal 1 Angka 2 dan Pasal 1 Angka 3 UU Perlindungan Konsumen yangmana Pelaku Usaha yakni Pemilik Toko Online yang menawarkan jasa kepada konsumen bilamana melanggar Hak Konsumen dan Kewajibannya maka Pelaku Usaha yakni Pemilik Toko Online dapat dimintai Pertanggung Jawabannya dan wajib memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian jasa dan/atau barang.

Menurut Shidarta dalam bukunya “*Hukum Perlindungan Konsumen*” secara umum dikenal ada 4(empat) hak dasar konsumen, yaitu :

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

Empat hak dasar ini diakui secara internasional.¹⁴

Berdasarkan analisis, pada transaksi *e-commerce* hak-hak konsumen sangat riskan sekali untuk dilanggar, dalam hal ini konsumen tidak mendapatkan hak-haknya secara penuh dalam transaksi *e-commerce*.

Hak atas kenyamanan, keamanan. Hak untuk mendapatkan keamanan dalam bertransaksi *e-commerce* sangatlah kurang, tidak ada jaminan keamanan data, nomor kartu kredit, password yang memadai yang diberikan oleh Toko Online yang berada di Indonesia, ini berbahaya dikarenakan data pribadi dapat disalahgunakan oleh pemilik toko online dan atau pihak ketiga yang tidak bertanggung jawab berimplikasi pada identitas yang digunakan sebagai promosi oleh pihak yang tidak bertanggungjawab, *Hacking* data nomor rekening dan *password* yang disalah gunakan untuk mengakses data pribadi secara tidak terhormat bertentangan dengan Moral dan Kesusilaan. Jaminan akan kerahasiaan data sangat penting untuk dijaga oleh pelaku usaha demi keaman dan kenyamanan konsumen, sehingga kenyamanan, keamanan konsumen dalam bertransaksi belum terjamin dan sebaiknya Pemilik Toko Online

¹⁴ Celina Tri, 2014, *Hukum Perlindungan Konsumen*, cet. IV, Sinar Grafika, Jakarta, h.31.

wajib menggunakan teknik enkripsi SSL¹⁵ untuk pengamanan websitenya demi keamanan dan kenyamanan Konsumen.

Hak atas informasi yang jelas dan benar dimaksudkan agar konsumen dapat memperoleh gambaran yang benar tentang suatu produk [baik barang ataupun jasa].¹⁶, karena dengan informasi tersebut, konsumen dapat memilih produk yang diinginkan/sesuai kebutuhannya serta terhindar dari kerugian akibat kesalahan dalam penggunaan produk [baik barang ataupun jasa].¹⁷

Pemilik Toko Online dapat dimintai pertanggungjawabannya secara mutlak bila kesalahan yang dilakukannya adalah tidak memberikan jaminan keamanan keselamatan data pribadi Konsumen baik identitas, nomor rekening, *password* Pengguna Toko Online yakni sebagai Konsumen karena hal ini berpotensi dan atau menyebabkan penyalahgunaan data-data tersebut secara tidak terhormat, tidak bermoral dan tidak berkesusilaan.

2.2.2. Penyelesaian Sengketa terkait Konsumen yang dirugikan oleh Toko Online Dalam Penggunaan Jasanya

Merupakan hal yang wajar apabila dalam hubungan perdagangan pada suatu saat mengalami pertikaian atau konflik (*conflict*), hal ini pada hakekatnya merupakan salah satu bentuk dari interaksi sosial dalam kehidupan bermasyarakat. Konflik akan berkembang menjadi sengketa apabila pihak yang merasa dirugikan menyatakan rasa tidak puas pada pihak yang menimbulkan kerugian pada pihak lain. Kata sengketa (*conflict; dispute*) mestinya

¹⁵ SSL (Secured Socket Layer) adalah sebuah teknologi enkripsi (persandian) yang dikembangkan oleh Netscape pada tahun 1994 untuk mengamankan HTTP (menjaga pengiriman data antara web server (situs) dengan pengunjungnya).

¹⁶ Produk yang dimaksudkan adalah barang atau jasa.

¹⁷ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2011, *Hukum Perlindungan Konsumen*, RajaGrafindo Perkasa, Jakarta, 2011, h.41, dikutip dari Sudjana dan Elisantris Gultom, *Rahasia Dagang Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*, Keni Media, 2016, h.103.

tidak hanya bersifat merusak (*destructive*) dan merugikan (*harmful*), melainkan membangun (*constructive*), menarik/ menantang (*challenging*) serta dinamis sebagai katalisator perubahan (*a catalyst for change*).¹⁸

Undang-undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, Pasal 1 butir 10 menyebutkan bahwa Alternatif penyelesaian Sengketa adalah lembaga penyelesaian sengketa atau beda pendapat melalui prosedur yang disepakati para pihak, yakni penyelesaian di luar pengadilan dengan cara konsultasi, negosiasi, mediasi, konsiliasi, atau penilaian ahli.

Berdasarkan Pasal 46 UU Perlindungan Konsumen, yang dapat mengajukan gugatan dalam sengketa perlindungan konsumen atas pelanggaran pelaku usaha adalah dapat dilakukan oleh: a. seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan; b. sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama; c. lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya; d. pemerintah dan/atau instansi terkait apabila barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit

Penyelesaian sengketa yang terjadi antara konsumen dan pelaku usaha, dapat diselesaikan melalui jalur litigasi (melalui pengadilan) dan jalur nonlitigasi (tidak melalui pengadilan).

¹⁸ Yusuf Shofie, 2003, "*Penyelesaian Sengketa Konsumen Menurut UUPK Teori &Praktik Penegakan Hukum*", PT Citra Aditya Bakti, Bandung, h.12.

Berdasarkan Pasal 45 UU Perlindungan Konsumen ayat (1): “Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum”. Pasal 45 UU Perlindungan Konsumen ayat (2): “Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa”.

Berdasarkan Pasal 48 UU Perlindungan Konsumen, Penyelesaian secara litigasi adalah dengan Pengajuan Gugatan ke Pengadilan dilingkup Peradilan Umum, sedangkan Berdasarkan Pasal 47 UU Perlindungan Konsumen, Penyelesaian sengketa dengan cara non-litigasi adalah Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen, dimana Penyelesaian secara non-Litigasi adalah dengan cara mengajukan gugatan atau pengaduan kepada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)(Pasal 45 ayat(1)) atau dengan cara perdamaian oleh dua belah pihak tanpa melalui pengadilan ataupun BPSK(Penjelasan Pasal 45 ayat (2) UU Perlindungan Konsumen)

Menurut pasal 52 huruf (a) UU Perlindungan Konsumen, BPSK berwenang untuk melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi, ini kemudian diatur lebih lanjut dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 350/Mpp/Kep/12/2001 Tahun 2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (“Kepmen

Perindag 350/2001”). Menurut pasal 4 ayat (1) Kepmen Perindag350/Mpp/Kep/12/2001, penyelesaian sengketa konsumen oleh BPSK melalui cara konsiliasi atau mediasi atau arbitrase dilakukan atas dasar pilihan dan persetujuan para pihak yang bersangkutan.

Penyelesaian melalui lembaga litigasi dianggap kurang efisien baik waktu, biaya, maupun tenaga, sehingga penyelesaian melalui lembaga non litigasi banyak dipilih oleh masyarakat dalam menyelesaikan sengketa dimaksud. Meskipun demikian pengadilan juga tetap akan menjadi muara terakhir bila di tingkat non litigasi tidak menemui kesepakatan.

III. PENUTUP

3.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan diatas, dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu :

3.1.1. Pemilik Toko Online bertanggungjawab mutlak terhadap kerugian yang dialami Konsumen yang menggunakan jasa transaksi online dari Toko Online tersebut apabila akibat dari jasa transaksi online yang digunakan konsumen terutama dalam hal keamanan data pribadi berupa identitas pribadi, nomor rekening, dan *password* yang bilamana disalahgunakan baik oleh pemilik toko online ataupun pihak ketiga akibat keamanan terhadap data pribadi Konsumen meliputi penyalahgunaan secara ekonomi, moral dan kesusilaan.

3.1.2. Penyelesaian Sengketa antara Pemilik Toko Online selaku Pengusaha dan Konsumen sebagai pengguna jasa layanan toko online meliputi penyelesaian sengketa litigasi (di pengadilan) dan nonlitigasi (di luar pengadilan), litigasi dengan cara Konsumen mengajukan gugatan ke pengadilan

dibawah lingkup peradilan umum, dan penyelesaian nonlitigasi dengan cara mengajukan gugatan atau pengaduan kepada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dengan cara mediasi, arbitrase dan konsiliasi dan atau dengan cara perdamaian dua belah pihak.

3.2. Saran

3.2.1. Pemilik Toko Online selaku Pelaku Usaha seyogyanya memberikan jaminan perlindungan keamanan data pribadi dari Konsumen pengguna jasa transaksi online demi melindungi data pribadi konsumen agar tidak disalahgunakan oleh pihak lainnya yang tidak bertanggungjawab dan sebaiknya setiap Toko Online menyediakan jaminan keamanan data pribadi Konsumen dengan sertifikat SSL (*Secure Socket Layer*) .

3.2.2. Konsumen yang memiliki sengketa dengan Pemilik Toko Online selaku Pengusaha sebaiknya menggunakan penyelesaian sengketa secara nonlitigasi terlebih dahulu dikarenakan biaya, waktu dan tenaga jauh lebih efisien dibandingkan dengan penyelesaian sengketa secara litigasi yang memerlukan biaya, waktu, dan tenaga jauh lebih besar dan penyelesaian sengketa litigasi adalah sebagai upaya terakhir dalam menuntut ganti-rugi terhadap kerugian yang dialami Konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

Amiruddin dan Zainal Asikin, 2014, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Fajar, Mukti dan Yulianto Achmad, 2015, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*, cet. III, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

Peter Mahmud Marzuki, 2016, *Penelitian Hukum*, cet. XII, Kencana, Jakarta.

Sudjana dan Elisantris Gultom, 2016, *Rahasia Dagang Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*, CV. Keni Media, Bandung.

Tri Siwi Kristiyanti, Celina, *Hukum Perlindungan Konsumen*, cet. IV, Sinar Grafika, Jakarta.

Tumantra, Firman, 2016, *Hukum Perlindungan Konsumen (Filosofi Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Politik Hukum Negara Kesejahteraan)*, Setara Press, Malang.

Yusuf Shofie, 2003, *Penyelesaian Sengketa Konsumen Menurut UUPK Teori &Praktik Penegakan Hukum*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung.

2. Jurnal

Cindy Aulia Khotimah Jeumpa Crisan Chairunnisa, 2016, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli-Online (E-Commerce)*, Jurnal Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.

3. Internet

Ema Sukarelawanto, 2016, "E-COMMERCE 2020: Perputaran Uang Diproyeksi Rp 1.185 Triiun", URL:<http://sura-baya.bisnis.com/read/20161019/8/92032/e-commerce-2020-perputaran-uang-diproyeksi-rp1.185-triliun>, diakses tanggal 20 Mei 2017.

4. Peraturan Perundang-Undangan

Indonesia, Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 350/Mpp/Kep/12/2001 Tahun 2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

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

Indonesia, Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 138)

Indonesia, Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 1999 Tentang Arbitrase Dan Alternatif Penyelesaian Sengketa (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 138).

Indonesia, Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 47).

Indonesia, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggara Sistem dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 189).

Indonesia, Undang-Undang No 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 45).

Indonesia, 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).