

PENYULUHAN HUKUM PELUANG DAN TANTANGAN E-COMMERCE DI TINJAU DARI HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN (UUPK) DAN UNDANG – UNDANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK (ITE) DI SISWA SMA UMI MAKASSAR

¹Sri Lestari Poernomo

¹Fakultas Hukum, Universitas Muslim Indonesia, srilestaripoernomo68@gmail.com

Article history

Received:

Revised:

Accepted:

Corresponding

Author:

Sri Lestari Poernomo
Universitas Muslim Indonesia,
Indonesia

Email:

srilestaripoernomo68@gmail.com

Abstrak

E- Commerce memberikan banyak keuntungan kepada konsumen dalam bentuk ketersediaan barang dengan biaya rendah, pilihan yang lebih luas dan menghemat waktu. E-Commerce melibatkan menjalankan bisnis dengan menggunakan alat komunikasi moderent. Penyuluhan Hukum ini di adakan kepada siswa SMA UMI Makassar yang rata-rata sering menggunakan aplikasi online di handphone nya dalam melakukan transaksi online, penyuluhan hukum ini mencoba untuk memberikan edukasi bagi siswa- siswa SMA UMI. Peluang yang muncul dapat memberikan kemudahan dan kepraktisan dalam berbelanja. Akan tetapi di balik kemudahan itu, juga muncul ancaman kerugian, wanprestasi serta penipuan dari pelaku usaha online. Oleh karena perlindungan konsumen sangat perlu di ciptakan tidak hanya dengan aturan hukum yang mengakomodir tetapi di dukung dengan kesadaran diri, untuk selektif dan hati – hati dalam melakukan transaksi online, pengabdian ini berbasis penerapan Undang- Undang Perlindungan Konsumen dan Undang= Undang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Kata kunci — Perlindungan Konsumen, Transaksi Online, Peluang dan Ancaman

Abstract

E- Commerce provides consumers with a lot of appropriations in the form of availability of goods at low cost, a wider choice and saving time. E-Commerce involves running a business using modern communication tools. This Legal Counseling is held to students of UMI Makassar High School who on average often use online applications on their cellphones in making online transactions, this legal counseling tries to provide education for UMI High School students. The opportunities that arise can provide convenience and practicality in shopping. However, behind this convenience, there is also the threat of loss, default and fraud from online business actors. Therefore, consumer protection really needs to be created not only with the rule of law that accommodates but is supported by self-awareness, to be selective and careful in conducting online transactions, this service is based on the application of the Consumer Protection Law and the Electronic Information and Transaction Law.

Keyword — Consumer Protection, Online Transactions, Opportunities and Threats

PENDAHULUAN

Dalam analisis situasi yang dilakukan penulis, bahwa kemajuan bisnis online membawa

perbuahan cara pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya. Perkembangan teknologi membawa pergeseran budaya masyarakat salah satunya dalam kegiatan bisnis. Peran internet menjual

produknya serta merubah cara konsumen dalam membeli suatu produk. Sebelum adanya bisnis online pelaku usaha yang menjual produknya secara konvensional kepada konsumen, maka setelah adanya internet sebagai media bisnis perilaku pelaku usaha dan konsumen hanya via online tanpa harus face to face. Perkembangan transaksi E - Commerce di Indonesia sangat luar biasa dimana konsumen sangat mudah memenuhi barang dan jasa yang diperlukan dengan menggunakan media internet. Kondisi yang seperti ini merupakan perubahan revolusi yang dikenal dengan Revolusi Digital. Revolusi Digital khususnya Transaksi E-Commerce membawa dampak yang positif dan negatif baik untuk pelaku usaha serta konsumen.

Transaksi E-Commerce bisa memberikan peluang konsumen dalam berbelanja secara online, akan tetapi di satu sisi juga membawa ancaman. Transaksi E-Commerce merupakan sebuah perjanjian yang diawali dengan sebuah kesepakatan. Akan tetapi ketika masyarakat (konsumen) bertransaksi melalui E-Commerce pelaku usaha menggunakan sebuah perjanjian baku (standart contract). Perjanjian baku ini adalah perjanjian draft dan konsep disusun serta ditentukan oleh pelaku usaha sehingga memposisikan masyarakat (konsumen) pada kedudukan lebih rendah. Dengan perjanjian baku tersebut akan muncul celah pelaku usaha membebaskan dirinya dari sebuah tanggung jawab apabila terdapat kerugian pada transaksi online tersebut. Selain itu, transaksi E-Commerce juga berpotensi terjadinya wanprestasi dan penipuan karena mayoritas konsumen tidak mengetahui identitas pelaku usaha yang sebenarnya.

Sebuah Asosiasi yang dinamakan APJII (Pengguna Jaringan Internet Indonesia), memiliki data sekitar 54,6% penduduk di negara kita yakni 143,26 juta jiwa menggunakan internet. Hasil survey Globalwebindex (2018) yaitu pengguna internet sejumlah 60% bertransaksi online di Tokopedia dan 61% ke Lazada. Survey tahun 2017 menjelaskan bahwa penduduk Indonesia rata-rata mengakses internet adalah 8 jam 51 menit dalam satu hari.

Dengan alasan fenomena tersebut di atas kiranya Penulis menganggap bahwa dengan fenomena itu perlu untuk mengadakan sebuah edukasi hukum tentang perlindungan konsumen khususnya pengguna internet aktif yaitu utamanya siswa SMA UMI. Dalam era revolusi digital ini sangat penting, harapannya agar masyarakat utamanya subyek penyuluhan lebih bijak dan hati-

hati ketika melakukan transaksi E-Commerce(on line), penyuluhan ini penting dilakukan karena melihat dalam pra observasi lapangan para siswa SMA Universitas Muslim Indonesia, yang mereka rata – rata dengan usia antara 16 tahun sampai 18 tahun yang tidak lain adalah pengguna internet (e- commerce /transaksi online) produktif atau aktif, dalam pra observasi lapangan baik kepada siswa , perilaku di SMA Universitas Muslim Indonesia dan kami Tim Pengabdian dengan berkordinasi dengan pihak terkait utamanya Kepala Sekolah SMA UMI , kami dapat menjustifikasi apa kebutuhan penyuluhan yang di harapkan dan permasalahan – permasalahan yang akan di berikan kepada siswa – siswa SMA UMI ini antara lain : (1) Penyuluhan hukum terkait dengan Perilaku Penggunaan Handphone sebagai media komunikasi yang efektif untuk membantuk tugas tugas pembelajaran di sekolah berbasis onlinen yang sering di gunakan tidak pada tempatnya ? (2) Penyuluhan hukum terkait dengan peluang dan tantangan dalam bertransaksi online kaitanya dengn Undang- Undang Perlindungan Konsumen dan Undang informasi dan transaksi online?

METODE

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dalam bentuk presentasi, diskusi dan simulasi. Kelompok sasaran pengabdian masyarakat ini adalah siswa dan siswi SMA Universitas Muslim Indonesia Makassar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Respon Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat utamanya siswa SMA UMI sangat positif. Hal ini didukung tema yang menarik dan merupakan peristiwa yang sering dihadapi oleh para peserta di Era Digital saat ini. Berdasar hasil evaluasi maka harapannya ke depan, kegiatan pengabdian ini bisa diselenggarakan secara rutin khususnya di SMA Universitas Muslim Indonesia Makassar, karena edukasi yang di lakukan secara rutin akan dan terus menerus akan memberikan penerapan konsep perilaku yang terbentuk

Kegiatan ini menghasilkan beberapa hal yaitu pertama adalah mengenai pengetahuan siswa terkait transaksi online. Transaksi online ini adalah berupa *E-commerce*. Secara umum E Commerce menggunakan media internet untuk operasional transaksi yang terjadi. Cara operasional yang membutuhkan proses fisik dan otak tidak kita temukan dalam transaksi E Commerce, karena semua prosesnya menggunakan cara operasionalnya dengan

komputer dalam memutuskan kebutuhan komersial, bisnis dan perdagangan.

Transaksi online menurut Pasal 2 Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik merupakan aktivitas perdagangan dengan media dan prosedur elektronik. Sedangkan transaksi elektronik dalam UU ITE Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan UU Nomor 11 Tahun 2008 Informasi dan Transaksi Elektronik merupakan transaksi yang dilaksanakan dengan media berupa computer atau jaringan elektronik serta media lainnya yang bersifat elektronik.

Kedua adalah mengenai undang-undang perlindungan konsumen itu sendiri. Siswa dan siswi belum mengetahui perihal undang-undang ini sehingga siswa sendiri sangat terbantu dengan penyuluhan ini. Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memiliki hak-hak antara lain penggunaan barang dan jasa secara aman, pemilihan barang/ jasa disertai jaminan atas kondisi barang / jasa tersebut, hak untuk informasi yang sesungguhnya atas barang / jasa, hak untuk menyalurkan keluhan atau pendapatnya, hak mendapat perlindungan dengan advokasi atau penyelesaian sengketa, hak mendapat edukasi, hak mendapatkan pelayanan yang sama (non diskriminasi), hak mendapatkan ganti rugi ketika menerima ketidaksesuaian barang/jasa, dan hak-hak lain yang diatur dalam undang-undang.

Kewajiban pelaku usaha untuk menyediakan data, informasi secara benar, dimaksudkan untuk memberi perlindungan kepada konsumen e-commerce agar konsumen memiliki kepastian hukum atas kesepakatan yang diberikannya kepada pelaku usaha. Kesempatan yang dimiliki konsumen sangat luas dalam mempertimbangkan sebelum transaksi disepakati oleh kedua pihak. Kewajiban dari pelaku usaha ini merupakan hak konsumen yang diakui secara internasional. PBB mengeluarkan aturan internasional berupa Guidelines for Consumer Protection of 1985, menyebutkan bahwa seluruh konsumen di dunia, mempunyai hak-hak antara lain berupa hak diberikan informasi jelas, benar, dan jujur. Negara-negara anggota PBB harus menerapkannya termasuk Indonesia dan khususnya Makassar.

Ketiga adalah terkait peluang dan ancaman.

Revolusi Digital membawa pergeseran budaya konsumen dari transaksi konvensional menjadi transaksi online. Pergeseran ini dapat membawa peluang serta ancaman konsumen dalam melakukan transaksi online. Peluang dan ancaman ini muncul karena konsep transaksi konvensional berbeda dengan transaksi online. Peluang transaksi online bagi konsumen antara lain (1) efisiensi waktu dan tenaga; (2) transaksi belanja yang lebih privasi; (3) kemudahan dalam berbelanja; (4) konsumen tidak perlu *face to face*. Ancaman transaksi online bagi konsumen yaitu (1) Konsumen tidak bisa melihat dan memeriksa barang yang dibeli; (2) Pelaku usaha memberikan informasi yang tidak benar soal spesifikasi barang yang dijual; (3) Konsumen tidak mengetahui secara jelas informasi dan identitas serta lokasi pelaku usaha; (4) Penjual tidak memberikan tanggung jawab dan memberi kompensasi bagi konsumen; (5) Celah terjadinya wanprestasi.

Jual beli online rentan dan sering terjadi kecurangan antara ketidakjelasan domisili pelaku usaha, ketidakbenaran informasi produk, harga dan pembayaran. Kecurangan yang biasanya terjadi seperti toko fiktif yang dimiliki oleh pelaku usaha. Pelaku usaha online banyak yang tidak melek akan hak dan kewajibannya sebagaimana yang tertuang dalam Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan UU Nomor 11 Tahun 2008 Informasi dan Transaksi Elektronik. Masyarakat sebagai konsumen sangat perlu diberikan edukasi hak dan kewajiban konsumen khususnya dalam transaksi online. Hal ini bertujuan apabila konsumen mengalami kerugian maka konsumen dapat memahami posisinya dan mengajukan ganti rugi. Selain itu, Pemerintah juga perlu menciptakan kebijakan yang dapat mengkomodir perlindungan hukum transaksi online baik. Dengan adanya peluang dan ancaman maka perlindungan konsumen yang baik harus terwujud. Peraturan Undang-undang terkait perlindungan konsumen dan transaksi online yang ada di Indonesia yaitu : (1) Kitab Undang Undang Hukum Perdata; (2) Kitab Undang Undang Hukum Pidana; (3) Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.



Gambar 1. Pelaksanaan Penyuluhan Hukum



Gambar 2. Penutup Penyuluhan Hukum

SIMPULAN DAN SARAN

Perkembangan teknologi yang membawa revolusi digital khususnya pada dunia bisnis yaitu bisnis online. Bisnis online membawa perubahan pelaku usaha dan konsumen dalam melakukan transaksi E-Commerce. Bisnis online ini memang membawa peluang bagi konsumen, akan tetapi juga terdapat celah dimana pelaku usaha dapat melakukan wanprestasi dan penipuan yang merugikan konsumen. Oleh karena itu, konsumen harus diberikan perlindungan hukum yang baik dari sisi kebijakan pemerintah serta edukasi bagi konsumen. Edukasi bagi konsumen sangat penting agar konsumen dapat lebih selektif dalam melakukan transaksi online. Kebijakan pemerintah terkait perlindungan hukum harus baik misalnya meminimalisir konsumen mengalami wanprestasi dan penipuan. Kebijakan di Indonesia saat ini bahwa kebijakan terkait transaksi online hanya mengacu pada Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan Undang Undang

Nomor 11 Tahun 2008 Informasi dan Transaksi Elektronik yang dimana belum dapat mengakomodir secara maksimal dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis memberikan saran-saran yaitu sebaiknya konsumen lebih bijak dan selektif dalam melakukan transaksi online, selektif dalam memilih toko online / pelaku usaha online yang jelas alamat dan nomor kontak, prosedur pengaduan ganti rugi, serta jangka waktu pengaduan kerugian yang mungkin dialami. Pemerintah seyogyanya memberikan penyuluhan baik bagi konsumsen dan pelaku usaha agar keduanya benar-benar memahami hak dan kewajiban dalam melakukan transaksi online.

DAFTAR PUSTAKA

Asri Agustiwi, S. (2016).
 PERLINDUNGAN HUKUM
 TERHADAP KONSUMEN
 DALAM TRANSAKSI JUAL BELI
 SECARA ELEKTRONIK DI

- INDONESIA. UNIFIKASI: Jurnal Ilmu Hukum, 3(2). <https://doi.org/10.25134/unifikasi.v3i2.409>
- Bidari, A. (2020). PENYULUHAN HUKUM TENTANG PELUANG DAN ANCAMAN BAGI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ONLINE DI INDONESIA. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(01). <https://doi.org/10.25134/empowerment.v3i01.2773>
- Chairi, Z., Melati, P., & Aflah, A. (2017). PEMBENTUKAN KELOMPOK SADAR HUKUM DAN PENYULUHAN HUKUM BAGI PEREMPUAN TERHADAP HAK-HAK SEBAGAI KONSUMEN MENURUT UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN (LOKASI: DESA BATANG KUIS PEKAN DAN DESA MESJID KECAMATAN BATANG KUIS KABUPATEN DELI SERDANG). *ABDIMAS TALENTA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 158-167. <https://doi.org/10.32734/abdimastalenta.v2i2.2313>
- Nofri, O., & Hafifah, A. (2018). ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM MELAKUKAN ONLINE SHOPPING DI KOTA MAKASSAR. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(1), 113-132. <https://doi.org/10.24252/minds.v5i1.5054>
- Poernomo, S. (2019). Standar Kontrak dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen. Retrieved 22 June 2022, from <http://dx.doi.org/10.30641/dejure.2019.V19.109-120>.
- Poernomo, H. (2020). ANALISIS PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN PRODUK MAKANAN KEMASAN YANG BEREDAR DI KOTA MAKASSAR. *Gorontalo Law Review*, 3(1), 40. <https://doi.org/10.32662/golrev.v3i1.911>
- Poernomo, S. (2022). CONSUMER PROTECTION PERSPECTIVE BASED ON THE IMPLEMENTATION OF HALAL CERTIFICATION FOOD AND DRINKS AT THE RESTAURANT IN MAKASSAR. *Ijarw.com*. Retrieved 22 June 2022, from <http://ijarw.com/Users/ManuScript/ManuScriptDetails/06b8ef65-8aa9-4cbd-8861-23a2595753e0>.
- Poernomo, S. (2022). Consumer Protection and Legal Effort Related to the Exoneration Clause in Buy-Buying Transactions. *Ijmmu.com*. Retrieved 22 June 2022, from <https://ijmmu.com/index.php/ijmmu/article/view/3514>.