BAB IV

Analisis Terhadap Transaksi *E-Commerce* Menurut Hukum Islam dan Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

A. Mekanisme Transaksi *E-Commerce* Melalui Sistem Pembayaran Internet.

Proses pembelian dan penjualan jasa atau pertukaran dan distribusi informasi antara dua pihak di dalam satu perusahaan dengan menggunakan internet, perdagangan secara *face to face* mulai digantikan dengan perdagangan *online* Seperti halnya untuk membeli sesuatu. yaitu mencari lokasi si penjual, memilih suatu produk, menanyakan harga, membuat suatu penawaran, sepakat untuk melakukan pembayaran, mengecek indentitas dan validitas mekanisme pembayaran, penyerahan barang oleh penjual dan penerimaan oleh pembeli.

Salah satu isu terbesar dalam implementasi sistem *e-commerce* adalah mekanisme transaksi pembayaran via internet. Mekanisme pembayaran *online* juga harus menyertakan semua atau sebagian dari tahapan-tahapan ini dalam alur pembayaran yang digunakan. Cara pembayaran yang sering dilakukan dengan menggunakan kartu kredit (*credit card*) seperti BCA card atau

Master Card, kartu debit (*debit card*), cek pribadi (*personal check*), atau transfer antarrekening. Proses pembayaran biasanya dilakukan di tempat diperjualbelikannya produk atau jasa tersebut.[1]

Prinsip pembayaran di dalam sistem *e-commerce* sebenarnya tidak jauh berbeda dengan dunia nyata, hanya saja internet (dunia maya) berfungsi sebagai POS (*Point-Of-Sale*) yang dapat dengan mudah diakses melalui sebuah komputer personal (PC).

Langkah pertama yang biasa dilakukan konsumen adalah mencari produk atau jasa yang diinginkan di internet dengan cara melakukan *browsing* terhadap situs-situs perusahaan yang ada.[2]

Ada beberapa langkah-langkah dalam transaksi *e-commerce*, yaitu:

1. Pembeli mengakses internet dan masuk (*log-on*) ke pasar elektronik.
2. Pembeli mencari produk atau jasa yang diinginkan di dalam *homepage/content server*. Setelah itu konsumen kemudian menentukan barang yang ingin dibelinya.
3. Sesudah itu barulah ia mengisi order pembelian (*order form*), Setelah selesai "memasukkan" semua barang (pesanan dalam bentuk informs) ke dalam *digital cart*

---

[1] Richardus Eko Indrajit, *E-Commerce Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, (Jakarta:Gramedia, 2001), h. 80-81.

[2] Richardus Eko Indrajit, *E-Commerce Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, … , h. 81.

(kereta dorong digital), tibalah saatnya melakukan pembayaran.[3]

4. Selanjutnya konsumen menanyakan berbagai informasi sehubungan dengan proses pembayaran yang ingin dilakukan. Informasi yang biasa ditanyakan adalah sebagai berikut[4]:
   a. Cara pembayaran yang ingin dilakukan antara lain, seperti transfer, kartu kredit, kartu debit, cek personal, dan sebagainya. Jika menggunakan kartu kredit, misalnya infomasi lain kerap ditanyakan, seperti nama yang tercantum dalam kartu, nomor kartu, *expire date*, dan sebagainya. Contoh lainnya adalah jika menggunakan cek personal, biasanya selain nomor cek, ditanyakan pula nama dan alamat bank yang mengeluarkan cek tersebut.
   b. Data atau informasi pribadi dari yang melakukan transaksi, seperti nama, alamat, nomor telepon, alamat penagihan, dan sebagainya. Jika konsumen ingin melakukan pembayaran dengan metode lain, seperti *digital cash* atau *elektronik check*, konsumen diminta untuk mengisi *user name* dan *password* terkait sebagai bukti autentik transaksi melalui internet.

---

[3] Arsyad Sanusi, *Hukum E-Commerce*, … , h. 238.

[4] Richardus Eko Indrajit, *E-Commerce Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, … , h. 81-82.

5. Setelah konsumen mengisi formulir elektronik tersebut, perusahaan yang memiliki situs akan melakukan pengecekan berdasarkan informasi data, pesanan serta pembayaran yang telah dipilih pembeli.
6. Setelah dikonfirmasi maka pembeli membayar barang yang dipesannya sesuai dengan opsi pembayaran yang dia pilih, dan transaksi pun diproses.
7. Berikutnya adalah informasi pembayaran tersebut dikirimkan ke bank yang selajutnya bank akan memeriksa permohonan kredit pembeli. Jika permohonan itu disetujui oleh bank, maka barang dapat dikirim hingga sampai ke pembeli.

Ada beberapa langkah yang dilakukan saat melakukan sebuah transaksi *online* dengan pembayaran kartu kredit :

1) Konsumen memilih barang yang akan dibeli pada *website merchant*, Setelah harga ditotal,
2) Konsumen memasukkan informasi kartu kredit/debit-nya pada form slip pembelian yang telah disediakan *website merchant*,
3) Informasi tersebut selanjutnya dikirim ke *web server merchant* bersama informasi pembelian lainnya, Melalui sebuah sistem *gateway*,
4) *merchant* akan melakukan proses otorisasi,

5) *Merchant* melakukan otorisasi ke *acquirer* untuk selanjutnya diteruskan ke *issuer* melalui jaringan kartu kredit/debit, Setelah memeriksa validitas informasi kartu kredit/ debit, *issuer* akan mengirimkan hasil otorisasi kembali ke *acquirer*,
6) *Acquirer* kemudian mengirimkan hasil otorisasi kepada *merchant* dan diinformasikan kepada *customer* melalui *website merchant*, Jika otorisasi berhasil,
7) Setelah itu, *merchant* mengesahkan transaksi tersebut dan mengirimkan sesuatu yang telah dibeli ke alamat yang telah disepakati.

B. Analisis Transaksi *E-Commerce* Melalui Sistem Pembayaran Internet Menurut Hukum Islam dan Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

1. Analisis Transaksi *E-Commerce* Melalui Sistem Pembayaran Internet Menurut Hukum Islam.

Fenomena internet membuka peluang pengembangan sistem transaksi bisnis elektronik dalam bentuk yang lebih inovatif (modern). Pada dasarnya *e-commerce* menggunakan internet sebagai alat, media, metode teknis ataupun sarana (*wasilah*) yang dalam kaidah syariah bersifat fleksibel dan dinamis. Keterkaitan dengan hal tersebut diantaranya adalah transaksi *al-salam* dan transaksi *e-commerce*. Transaksi (akad) merupakan unsur penting dalam suatu perikatan. Dalam Islam persoalan transaksi sangat tegas penerapannya, dan ini

membuktikan bahwa keberadaan transaksi tidak boleh dikesampingkan begitu saja dalam setiap bidang kehidupan manusia (umat Islam), karena begitu pentingnya transaksi dalam suatu perjanjian.[5]

Secara umum dapat dilihat bahwa dalam perdagangan secara Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut sewaktu transaksi, atau tanpa menghadirkan benda yang dipesan, tetapi dengan ketentuan harus dinyatakan sifat benda secara konkret, baik diserahkan langsung atau diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu, seperti dalam transaksi *al-salam*. Transaksi *as-salam* merupakan bentuk transaksi dengan sistem pembayaran secara tunai/disegerakan tetapi penyerahan barang di kemudian hari.[6]

Transaksi *as-salam* disebut juga *al-salaf* seperti halnya model transaksi jual beli lainnya, telah ada bahkan sebelum kedatangan Nabi Muhammad SAW. Hal ini merupakan suatu bentuk keringanan dalam bermuamalah dan memberikan kemudahan kepada manusia dalam berinteraksi dengan

---

[5] Sugeng Santoso, Jurnal: *Sistem Transaksi E-Commerce dalam Perspektif KUHPerdata dan Hukum Islam,* dalam *Jurnal AHKAM,* Vol. 4.. No. 2 November 2016 (Pondok Pesantren Darul Hikmah Tulungagung), diakses tanggal 20 Desember 2018. h. 233

[6] Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik,*(Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 108.

sesama, khususnya pada masalah pertukaran harta, seperti halnya jual beli dengan hutang.[7]

Dari pengertian jual beli *salam* di atas sebenarnya semua unsurnya ada pada jual beli dengan sistem *online*. Jual beli sistem *online* juga menggunakan konteks dan cara yang sama yang dilakukan dengan jual beli *as-salam* yaitu dimana penjual dan pembeli bertemu dalam majlis akad, tetapi karena faktor jarak yang jauh, maka barang hanya dapat dilihat dan disebutkan ciri-cirinya saja, dan sama ada yang bertanggung jawab atas barang yang dijual adanya ketentuan harga yang telah disepakati dengan membayar terlebih dahulu sebelum menerima barang.

Jual beli pesanan ini dipebolehkan dalam Islam berdasarkan al-Qur'an dan al-Sunnah. Firman Allah dalam surat al-Baqarah (2) ayat 282:

يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِذَا تَدَايَنتُم بِدَيْنٍ إِلَىٰٓ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَٱكْتُبُوهُ... ٢٨٢

Artinya: *"Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu´amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya ..."* (QS. Al-Baqarah [2]:282) [8]

---

[7] Sugeng Santoso, Jurnal: *Sistem Transaksi E-Commerce dalam Perspektif KUHPerdata dan Hukum Islam,* dalam *Jurnal AHKAM,* Vol. 4.. No. 2 November 2016 (Pondok Pesantren Darul Hikmah Tulungagung), diakses tanggal 20 Desember 2018. h. 234

[8] Yayasan Penyelengara dan Penterjemah Al-Qur'an, Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya, Cet. Ke-16, (Jakarta, CV Darus Sunnah: 2015), h. 49.

Dalam kaitannya ayat tersebut, Ibnu ‘Abbas menjelaskan keterkaitan ayat tersebut dengan transaksi *as-salam*. Hal ini tampak jelas dari ungkapan beliau, “Saya bersaksi bahwa bermu´amalah tidak secara tunai *(salam*) yang dijamin untuk jangka waktu tertentu telah dihalalkan oleh Allah pada kitab-Nya dan diizinkan-Nya.[9]

Ketika Rasulullah tiba di Madinah, orang-orang sudah biasa melakukan pembayaran terlebih dahulu (*salaf*) buat buah-buahan untuk jangka waktu selama setahun atau dua tahun, atau tiga tahun. Kemudian beliau bersabda:

حَدَّثَنَا صَدَقَةُ أَخْبَرَنَا ابْنُ عُيَيْنَةَ أَخْبَرَنَا ابْنُ أَبِي نَجِيحٍ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ كَثِيرٍ عَنْ أَبِي الْمِنْهَالِ عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ قَدِمَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْمَدِينَةَ وَهُمْ يُسْلِفُونَ بِالتَّمْرِ السَّنَتَيْنِ وَالثَّلَاثَ فَقَالَ مَنْ أَسْلَفَ فِي شَيْءٍ فَفِي كَيْلٍ مَعْلُومٍ وَوَزْنٍ مَعْلُومٍ إِلَى أَجَلٍ مَعْلُومٍ .(رواه البخاري و مسلم)

Shadaqah meriwayatkan kepada kami, ia berkata: Ibnu 'Uyainah telah mengabarkan kepada kami, ia berkata: Ibnu Abi Najih dari 'Abdullah bin Katsir dari Abu Al Minhal dari Ibnu 'Abbas radliallahu 'anhuma berkata: Ketika Rasulullah SAW tiba di Madinah sementara mereka (penduduk Madinah) berjual beli kurma secara salaf (salam) dalam jangka waktu dua atau tiga tahun kemudian. Maka Rasulullah bersabda: "Barang siapa berjual beli secara salaf maka harus dengan

[9] Wahbah Az-ZUHAILI, *Fiqih Islam*, cet ke-10, Jilid 5, (Jakarta: Gema Insani dan Darul Fikr, 2007), h. 239.

takaran yang jelas dan timbangan yang jelas, serta sampai batas waktu yang ditentukan". (HR. Bukhari-Muslim).[10]

Dari ayat di atas dapat disimpulkan bahwa Allah membolehkan transaksi *as-salam*. Ayat pertama menyatakan bahwa membolehkan jual beli sedangkan transaksi *as-salam* merupakan bagian dari jual beli. Ayat kedua Ibnu Abbas r.a. menyatakan dengan turunnya ayat ini Allah telah membolehkan transaksi *as-salam*.

Menurut kaidah fiqih, prinsip dasar dalam muamalah dan persyaratannya yang terkait dengannya adalah boleh selama tidak dilarang oleh syariah atau bertentangan dengan dalil (*nash)* syariah, sesuai dengan kaidah:

اَلأَصْلُ فِى الْمُعَامَلاَتِ اْلإِبَاحَةُ إِلاَّ أَنْ يَدُلَّ دَلِيْلٌ عَلَى تَحْرِيْمِهَا

"Hukum asal dalam semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya".[11]

Maksud kaidah ini bahwa dalam setiap muamalah dan transaksi, pada dasarnya boleh, seperti jual beli, sewa menyewa, gadai, kerja sama (mudharabah atau musyarakah),

---

[10] Abu Ihsan al-Atsari, *Fathul Bari Syarah Shahih al-Bukhari*, jilid 19, (Jakarta: Pustaka Imam Asy Syafi'I, 2011), h. 11-12.

[11] A. Djazuli, *Kaidah-kaidah FIKIH Kaidah-kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalah-Masalah yang Praktis*, (Jakarta: Kencana 2006) , h. 130.

perwakilan dan lain-lain, kecuali yang tegas-tegas diharamkan seperti mengakibatkan kemudaratan, tipuan, judi dan riba.

Pada konsep jual beli *online* semua unsur yang ada pada jual beli *salam* sudah terpenuhi karena syarat dan rukun dalam jual beli *online* sudah terpenuhi dan ada pada sistem jual beli ini. Dan sistem *online* bisa dilarang apabila dalam sistem *online* terjadi penipuan dan dalam transaksi pemesanan barang yang dipesan oleh pembeli tidak sesuai dengan barang yang telah diterima oleh pembeli.

Sistem jual beli *online* (*E-Commerce*) dalam kontek hukum islam sama halnya dengan jual beli *as-salam*. Pelaksanaan transaksi bisnis *e-commerce* sama dengan transaksi *al-salam* dalam hal pembayaran dan penyerahan *commodity* (barang) yang dijadikan sebagai obyek transaksi, hanya saja dalam transaksi *e-commerce* menggunakan media elektronik sebagai alat penunjangnya. Mengenai objek *e-commerce* dalam hukum perikatan Islam, objek transaksi tersebut berupa komoditi yang halal, mempunyai nilai dan manfaat bagi manusia dan memiliki kejelasan baik bentuk fungsi keadaannya serta dapat diserahterimakan pada waktu dan tempat yang disepakati.[12]

Dalam transaksi *e-commerce* melalui internet perintah pembayaran (*payment instruction)* melibatkan beberapa pihak selain dari pembeli *(cardholder)* dan penjual *(merchant*). Para

[12] Gemala Dewi dkk., (ed) *Hukum Perikatan Islam di Indonesia,* (Jakarta:Kencana, 2015), h. 199.

pihak itu adalah *payment ghateway*, *acquirer* dan *issuer*. Dalam transaksi *online* merupakan suatu keharusan adanya pihak-pihak lain yang terlibat. Karena transaksi *e-commerce* melalui media internet merupakan bentuk transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang dalam bertransaksi tidak saling bertemu *face-to-face* atau bahkan tidak saling mengenal, sebab mereka bertransaksi dalam dunia maya atau virtual.

Dalam permasalahan *e-commerce*, fiqih memandang bahwa transaksi bisnis di dunia maya (*e-commerce*) diperbolehkan karena *mashlahah. Mashlahah* adalah mengambil manfaat dan menolak kemudaratan dalam rangka memelihara tujuan syara'. Akan kebutuhan manusia dengan kemajuan teknologi ini dengan berusaha memperbaiki dan menghindari kelemahan dan penyimpangan teknik dari syari'ah. Berdasarkan prinsip kaidah fiqh yaitu:

الضَرَرُيُزَالُ

Artinya: *"Kemudaratan harus dihilangkan".*[13]

Maksud kaidah di atas bahwa tujuan syariah itu adalah untuk meraih kemaslahatan dan menolak kemafsadatan. Kaidah tersebut dengan tujuan untuk menolak yang mafsadah, dengan cara menghilangkan kemudaratan atau setidaknya meringankannya.

---

[13] A. Djazuli, *Kaidah-kaidah FIKIH Kaidah-kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalah-Masalah yang Praktis*, … , h. 67.

Bila *e-commerce* dipandang seperti perdagangan dalam islam, maka dapat dianalogikan bahwa pertama penjualannya adalah *merchant*, sedangkan pembelinya disebut *customer*; kedua, obyek adalah barang dan jasa yang ditawarkan (adanya pemesanan seperti *al-salam*) dengan berbagai informasi, profile, dan pencantuman harga.; Dan ketiga, *sighat* (ijab-qabul) dilakukan dengan *payment gateway* yaitu sistem/software pendukung bagi *acquirer*.

2. Analisis Transaksi *E-Commerce* Melalui Sistem Pembayaran Internet Menurut UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Berbicara perlindungan konsumen sama halnya dengan membicarakan tentang tanggung jawab produsen atau tanggung jawab produk, karena pada dasarnya tanggung jawab produsen dimaksudkan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Kondisi seperti ini di satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan akan barang dan jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka, dipihak lain adanya kebebasan untuk memilih aneka jenis kualitas barang atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen.

Menyangkut tentang perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* adalah dengan melindungi hak-hak

konsumen yang terdapat pada pasal 4 UU No.8 Tahun 1999 yaitu:

a. Hak atas kenyamanan dan keselamatan dalam mengomsumsi barang dan/atau jasa.
b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa.
d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
e. Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.
g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
h. Hak untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.[14]

Dari Sembilan butir hak konsumen yang diberikan di atas, selaku konsumen terlihat bahwa pada Pasal 4 huruf c dan h yaitu: hak atas informasi yang benar, jelas, jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/jasa serta hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian,

[14] Undang-undang RI No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, (Bandung: Citra Umbara, 2017), h. 5-6

apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya merupakan hal yang paling pokok dan utama dalam perlindungan konsumen. Maka dari itu dalam transaksi *e-commerce* memberikan informasi kepada konsumen apabila terjadi kecacatan pada suatu barang dan/atau jasa yang diperjualkan.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat melindungi hak konsumen dalam transaksi *e-commerce* diantaranya menjamin: *Privacy, accuracy, property, dan accessibility* konsumennya.[15] *Privacy,* termuat dalam Pasal 4 butir a Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Dalam bertransaksi untuk melindungi kerahasiaan data pribadi konsumen serta memberikan keamanan dalam berbelanja *online.* Untuk menjaga *privacy*, konsumen akan diminta keterangan mengenai data pribadi yang sebenarnya, dan data pribadi itu harus diproses, secara jujur dan sah. *Accuracy,* termuat dalam Pasal 4 butir b, c dan h Undang-Undang Perlindungan Konsumen,

[15] Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, (Yogyakarta: Puataka Pelajar, 2005), h. 209-211.

dalam prinsip ini terkandung pengertian “ketepatan” antara apa yang diminta dan apa yang didapatkannya. Bahwa apa yang didapatkan oleh konsumen sesuai apa yang diminta berdasarkan informasi yang diterimanya. Ketetapan informasi (informasi yang benar tanpa tipuan) juga merupakan prinsip *accuracy*. *Property*, termuat dalam Pasal 4 butir h Undang-Undang Perlindungan Konsumen, konsumen harus dilindungi hak miliknya dari penyimpangan yang mungkin terjadi akibat masuknya konsumen dalam sistem ini. Artinya konsumen berhak dilindungi dari segala bentuk penyadapan, penggandaan dan pencurian. *Accesibility*, termuat dalam Pasal 4 butir d,e,f dan g Undang-Undang Perlindungan Konsumen, bahwa setiap pribadi berhak mendapatkan perlakuan yang sama untuk mengakses informasi, artinya setiap konsumen bisa masuk dalam sistem ini jika memenuhi syarat dan bisa menggunakan sistem ini tanpa hambatan dan konsumen juga berhak didengar pendapat dan keluhannya.

Di sisi lain, kewajiban bagi pelaku usaha sesuai dengan Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah:

a. Beriktikad baik dalam kegiatan usahanya
b. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan, penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.
c. Memperlakukan dan melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
e. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.
f. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau pergantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, atas pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
g. Memberi kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian bila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjiaan.[16]

Dari kewajiban pelaku usaha yang diberikan di atas, terlihat bahwa pelaku usaha itu sendiri sesuai Pasal 7 huruf b dan g menyatakan bahwa Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan, penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan serta Memberi kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian bila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjiaan.

---

[16] Undang-undang RI No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, … , h. 6-7.

Pentingnya penyampaian informasi yang benar terhadap konsumen mengenai suatu produk, agar konsumen tidak salah terhadap gambaran mengenai suatu produk tertentu. Penyampaian informasi terhadap konsumen tersebut dapat berupa representrasi, peringatan maupun yang berupa intruksi.

Menyangkut larangan yang disebutkan dalam UU No. 8 Tahun 1999 Pasal 8 ayat (1) huruf f Perlindungan Konsumen melarang pelaku usaha untuk memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. Berdasarkan pasal tersebut, ketidaksesuaian spesifikasi barang yang diterima dengan barang yang tertera dalam iklan/foto penawaran barang merupakan bentuk pelanggaran/larangan bagi pelaku usaha dalam memperdagangkan barang.

Apabila pelaku usaha melanggar larangan pada pasal 8 ayat (1), maka pelaku usaha melakukan pelanggaran yang terdapat pada pasal 62 ayat (1) yang berbunyi:

(1) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2) dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda

paling banyak Rp. 2.000.000.000, 00 (dua miliar rupiah).[17]

Sementara itu, konsumen yang melakukan transaksi secara elektronik juga sering melakukan pelanggaran hukum karena penyalahgunaan pembayaran dengan menggunakan nomor kartu kredit milik orang lain. Bahwasanya bentuk kejahatan digital yang paling banyak terjadi di Indonesia adalah mencuri nomor dan *password* kartu kredit, untuk transaksi di situs belanja *online*. Dari uraian ini tampak jelas bahwa pelaku usaha juga patut memperoleh perlindungan hukum, karena konsumen yang melakukan transaksi elektronik ternyata melakukan tindakan pelanggaran hukum. Sementara itu, Pasal 6 huruf b Undang-Undang Perlindungan Konsumen sudah menyebutkan bahwa pelaku usaha memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beriktikad tidak baik.

Jual beli secara *online* pada prinsipnya adalah sama dengan jual beli faktual pada umumnya. Hukum perlindungan konsumen terkait transaksi jual beli *online* pun sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya tidak berbeda dengan hukum yang berlaku dalam transaksi jual beli secara nyata. Pembedanya hanya pada penggunaan sarana internet atau sarana telekomunikasi lainnya. Sifat siber dalam transaksi

---

[17] Undang-undang RI No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, … , h. 32.

elektronik memungkinkan setiap orang baik penjual ataupun pembeli menyamarkan atau memalsukan identitas dalam setiap transaksi maupun perjanjian jual beli.

Dalam hal pelaku usaha atau penjual ternyata menggunakan identitas palsu dalam jual beli *online*. Maka di dalam UU ITE yang terdapat pada pasal 28 ayat (1) yang berbunyi[18]:

> "Setiap orang dengan sengaja, dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik".

Terhadap pelanggaran Pasal 28 ayat (1) UU ITE ini diancam pidana sebagimana diatur dalam Pasal 45A ayat (1) UU 19/2016, yakni:

> "Setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud dalam pasal 28 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)".[19]

Tidak diragukan lagi bahwa transaksi perdagangan secara elektronik memungkinkan pelaku usaha menjual barang atau jasa yang kualitasnya tidak sesuai dengan apa yang sudah dijanjikan. Bahkan konsumen sangat mungkin tidak mengetahui

---

[18] Undang-undang RI No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, h. 15.

[19] Undang-undang RI No. 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas UU No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, h. 12.

kredibilitas pelaku usaha yang menjual barang atau jasa tersebut. Oleh karena itu, cukup besar proporsi pelaku usaha untuk melakukan tindakan curang dalam aktivitas transaksi secara elektronik.