



Dampak Covid-19 Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian *E-Commerce*

Monalesya Dince Sapulette^{1*}, Agustina Balik²

^{1,2} Fakultas Hukum Universitas Pattimura, Ambon, Indonesia.

 : monasapulette05@gmail.com

 : 10.47268/tatohi.v3i4.1794



Info Artikel

Keywords:

E-commerce; Consumer Legal Protection; Agreement.

Kata Kunci:

E-commerce; Perlindungan Hukum Konsumen; Perjanjian.

Abstract

Introduction: One of the most important consumer rights is the right to comfort and safety in consuming goods and/or services. The emergence of the Covid-19 pandemic has become a challenge for consumers, both in consuming goods for their daily needs and services through e-commerce sales and purchase agreements. Therefore, the right of consumers to comfort and safety in consuming goods and/or services is based on Article 4 of Law No. 8 of 1999 concerning consumer protection during the Covid-19 pandemic.

Purposes of the Research: This study aims to find out how consumer legal protection is during the Covid-19 pandemic and how the impact of Covid-19 on the parties in e-commerce agreements.

Methods of the Research: In writing this thesis the author uses normative research methods, uses a factual approach and statutory approach. Normative legal research is also known as doctrinal legal research, and is then analyzed qualitatively descriptively in order to produce a conclusion.

Results of the Research: Based on the research results obtained, that consumer protection is all efforts made to protect the interests and ensure legal certainty for consumers. In this effort, the rights and obligations of consumers and business actors cannot be separated. The Covid-19 pandemic has had a major impact on consumers' rights to comfort and safety in consuming goods and/or services in e-commerce agreements. Therefore, legal protection for consumers is needed both preventively and repressively so that every consumer's rights can be protected and their rights are maintained.

Abstrak

Latar Belakang: Salah satu hak konsumen yang paling penting adalah hak atas kenyamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Munculnya pandemi Covid-19 telah menjadi tantangan bagi konsumen baik dalam mengkonsumsi barang-barang kebutuhan hidupnya maupun layanan jasa melalui perjanjian jual beli *e-commerce*. Oleh karena itu, hak konsumen atas kenyamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa berdasarkan Pasal 4 Undang-undang No 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen di masa pandemi Covid-19.

Tujuan Penelitian: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana Perlindungan Hukum Konsumen di masa pendemi Covid-19 dan Bagaimana dampak Covid-19 dalam bagi para pihak dalam perjanjian *e-commerce*.

Metode Penelitian: Dalam penulisan skripsi ini penulis menggunakan metode penelitian *normatif*, menggunakan pendekatan fakta dan pendekatan perundang-undangan, Penelitian Hukum *normatif* disebut juga sebagai penelitian hukum doktrinal, dan selanjutnya di analisis secara kualitatif deskriptif agar menghasilkan suatu kesimpulan.

Hasil Penelitian: Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang dilakukan untuk melindungi kepentingan dan menjamin kepastian hukum bagi konsumen. Dalam upaya tersebut, hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha tidak dapat dipisahkan. Pandemi Covid-19 telah memberikan dampak yang besar terhadap hak konsumen atas kenyamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa dalam perjanjian *e-commerce*. Oleh karena itu diperlukan perlindungan hukum bagi konsumen baik secara *preventif* maupun secara *represif* agar setiap hak-hak dari konsumen dapat dilindungi dan dipertahankan hak atas mereka.

1. Pendahuluan

Pandemi Covid-19 tidak terasa sudah hampir lebih 2 tahun mewabah di hampir seluruh dunia termasuk Indonesia, telah lebih dari 16,6 juta orang meninggal akibat pandemi ini. Angka tersebut diambil dari kasus kematian yang terkait langsung dan diduga pengaruh pandemi covid-19, Data yang dikumpulkan WHO sejak 1 Januari 2020-31 Desember 2021. Sehingga pemerintah terus menerus berupaya agar dapat memutus mata rantai penyebaran covid-19 dengan cara melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).¹ Dengan meningkatkan sosialisasi protokol kesehatan pada masyarakat, yaitu mencuci tangan, menjaga jarak dan menggunakan masker serta menghindari kerumunan. Merebaknya kasus Covid-19 di Indonesia mendorong Menteri Kesehatan mengesahkan surat nomor HK.02.01/MENKES/332/2020 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 21, 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona. Penyakit Virus 2019 (Covid-19) dan Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 9 Tahun 2020 Pedoman Pembatasan Sosial Berskala Besar. Salah satu upaya untuk menghindari diri penyebaran covid-19 adalah melakukan kegiatan berkerja dari rumah atau *Work From House (WFH)*, termasuk melakukan pembelajaran secara *Daring*. Dengan adanya *WFH* ini semua kegiatan dilakukan dari rumah yang tentu telah merubah pola hidup masyarakat dari kebiasaan bahkan tingkah laku dan membawahkan perubahan yang cukup besar menuju adaptasi baru menuju situasi normal (*New Normal*)

Perubahan pola kebiasaan dan tingkah laku dapat membawahkan perubahan besar diantaranya kondisi ekonomi, dampak pandemi covid-19 terhadap perekonomian di Indonesia sangat besar dimana masyarakat tidak perlu untuk melakukan interaksi secara langsung namun semua bisa dilakukan secara *online* termasuk melakukan proses belanja. Pandemi Covid-19 telah membatasi semua aktivitas di luar rumah, baik itu mengajar, beribadah maupun bekerja. Hal ini juga mempengaruhi aktivitas lain, termasuk belanja kebutuhan sehari-hari, termasuk kebutuhan makanan dan kebutuhan berbelanja yang menyebabkan peningkatan belanja *online*.

E-commerce sebagai “suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua belah pihak (*Business-to-Business*) maupun antara produsen dan konsumen secara langsung (*Business-to-Customer*)”.

¹ <https://www.cnbcindonesia.com/news/who-korban-meninggal-akibat-covid-19>

Dengan kata lain *e-commerce* sebagai “salah satu cara memperbaiki kinerja dan mekanisme pertukaran barang, jasa informasi, dan pengetahuan dengan memanfaatkan teknologi berbasis jaringan peralatan *digital*”.² Dari definisi tersebut terdapat beberapa karakteristik dari pada *e-commerce* tersebut di antaranya: 1) Terjadinya transaksi antara dua belah pihak; 2) Adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi; 3) Dan internet merupakan medium utama dalam proses atau mekanisme perdagangan tersebut.

Dari ciri-ciri di atas, jelaslah bahwa *e-commerce* pada dasarnya merupakan penggerak perkembangannya teknologi informasi dan telekomunikasi, sehingga secara signifikan mengubah cara manusia berinteraksi dengan lingkungannya, yang dalam hal ini terkait dengan mekanisme perdagangan.³ Pada umumnya setiap orang menjalankan bisnis karena melihat suatu kesempatan untuk menciptakan barang atau jasa yang belum ditawarkan oleh perusahaan lain, sehingga memperluas keuntungan yang diperoleh perusahaan tersebut. sesuai dengan ketentuan yang berlaku kedudukan *e-commerce* dalam hukum Indonesia terletak dalam bidang hukum perdata sebagai bagian dari hukum perjanjian, sehingga sebagaimana terdapat pasal 1320 KUHperdata tentang syarat sahnya suatu perjanjian yakni “ supaya terjadi persetujuan yang sah perlu memenuhi empat syarat: 1) Kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya; 2) Kecakapan untuk membuat suatu perikatan; 3) Suatu pokok masalah tertentu; 4) Suatu sebab yang tidak terlarang.

Secara umum tahapan dalam transaksi elektronik melalui perdagangan elektronik dapat diurutkan sebagai berikut: 1) *E-customer* dan *e-merchant* yaitu bertemu dalam dunia maya melalui *server* yang disewa dari layanan internet penyedia (ISP) oleh *e-merchant*; 2) Transaksi *through e-commerce* disertai dengan syarat penggunaan dan syarat atau ketentuan penjualan. Secara default, biasanya ada *e-commerce merchant* yang sudah mencantumkan syarat-syarat perjanjian di websitenya, sedangkan *e-customer* jika berniat tinggal pilih tombol *accept*; 3) Penerimaan *e-customer* melalui mekanisme “*click*” tersebut sebagai perwujudan dari kesepakatan yang tentunya mengikat pihak *e-merchant*.

Dilihat dari Undang-undang No 11 tahun 2008 tentang Informasi dan informasi elektronik yang berkaitan dengan ketentuan yang berlaku bagi setiap orang yang melakukan perbuatan melawan hukum menurut undang-undang ini, baik di luar maupun di dalam wilayah hukum Indonesia, dengan akibat hukum di wilayah hukum Indonesia dan/atau di luar wilayah Indonesia yang merugikan. Secara umum, materi Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UUITE) dibagi menjadi dua bagian besar, yaitu: Pengaturan mengenai Informasi dan Transaksi mengacu pada beberapa instrument internasional, seperti UNCITRAL (yang dibuat Ditujukan untuk menyederhanakan pertimbangan aspek hukum perdagangan internasional, oleh Negara-negara Anggota Perserikatan Bangsa-Bangsa.) *Model Law on e-commerce* tahun 1996 dan *UNCITRAL Model on Signatures* pada tahun 2001 Bagian ini. Hal ini dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan para pelaku bisnis dan masyarakat umum di Internet untuk mencapai kepastian hukum dalam memproses transaksi elektronik. Beberapa diatur, diantaranya: 1) Pengakuan informasi atau dokumen elektronik sebagai alat bukti hukum yang sah (Pasal 5 dan 6 UUITE); 2) Tanda tangan elektronik (Pasal 11 dan 12 UUITE); 3) Penyelenggaraan sertifikasi

² Hartaman, Amir, and Jhon, “*Net-Ready*” *Strategis Sukses Bisnis di Dunia Maya*, Singapore Prenticel, 2000.

³ Richardus Eko Indrajid, *Eelectronic commerce*, Aptikon, 2002

elektronik (*certification authority*. Pasal 13 dan 14 UUIITE); 4) Penyelenggaraan sistem elektronik (Pasal 15 dan 16 UUIITE)

Pada tahun 2016 setelah 8 Tahun Undang-undang UUIITE diterapkan, Undang-Undang Informasi Elektronik dan Transaksional Nomor 11 Tahun 2008 akhirnya diubah dengan Undang-Undang Informasi Elektronik dan Transaksional Nomor 11 Tahun 2008, Perubahan atas Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016. Sekalipun penjelasan Pasal 27 ayat 3 berubah dari pasal ke pasal. Dalam pengertian ini, perdagangan elektronik Transaksi komersial antara penjual dan pembeli atau pihak lain dalam kontrak yang sama untuk pengiriman atau transfer sekumpulan barang atau jasa. Transaksi komersial ini tertuang dalam media elektronik (*digital media*) yang tidak mensyaratkan pertemuan para pihak dan kehadirannya media ini dalam jaringan publik atau sistem yang tidak sah, sebagai lawan dari jaringan pribadi (*sistem tertutup*).

Berbeda dengan Kosiur yang mengungkapkan bahwa *e-commerce* bukan hanya sekedar mekanisme penjualan barang atau jasa melalui internet, melainkan sebuah transformasi bisnis yang mengubah cara bisnis menjalankan bisnisnya sehari-hari.⁴ Hal ini dapat dilihat dari kemajuan internet yang dapat memudahkan segala kegiatan atau aktifitas. Kehadiran internet di seluruh penjuru dunia merupakan petanda bahwa globalisasi adalah salah satu hal yang saling terkait. Globalisasi Teknologi Elektronika dan Informasi telah mempersempit wilayah dunia dan memperpadat mobilisasi orang dan barang. Dengan adanya internet membuat seseorang dengan mudah melakukan aktifitas dalam bertransaksi secara tidak langsung seperti halnya dalam melakukan Perdagangan Elektronik (*e-commerce*).

Kemajuan teknologi dan informasi di era modern ini, membawa banyak perubahan dan mempengaruhi berbagai aspek kehidupan. Orang yang cenderung menyukai aktivitas praktis, mudah, efisien, dan tentunya cepat.⁵ Teknologi informasi dan elektronik telah mengubah perilaku masyarakat dan peradaban manusia dalam skala global. Selain itu, perkembangan teknologi informasi telah membuat dunia tanpa batas dan membuat perubahan sosial terjadi dengan cepat.⁶ Di era digital seperti sekarang ini, setiap orang dapat menggunakan handphone untuk mempermudah aktivitasnya. Berkat perangkat komunikasi yang terhubung ke Internet, orang dapat melakukan banyak hal dengan mudah, seperti berbelanja dengan mudah tanpa harus pergi ke toko, yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya masyarakat. Tingginya penggunaan internet di Indonesia sejalan dengan majunya Perdagangan Elektronika di Indonesia yang biasa disebut *e-commerce*. Secara umum perdagangan elektronik (*e-commerce*) mengacu pada semua transaksi komersial yang melibatkan baik individu maupun organisasi, berdasarkan proses elektronik dan transmisi data dalam bentuk dokumen suara dan gambar secara *online*.⁷

⁴ Paryadi, Dedy. "Pengawasan *E Commerce* Dalam Undang-Undang Perdagangan Dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen." *Jurnal Hukum & Pembangunan* 48.3 (2018): 651-669.

⁵ <https://pengaruh-e-commerce-terhadap-pertumbuhan-ekonomiindonesia>, diakses pada rabu 7 oktober 2020, pukul 17:02

⁶ Ahmad M. Ramli, *Cyber Law HAKI dalam sistem Hukum Indonesia*, PT. Rafika Aditama, Bandung, Agustus 2010, hlm 1

⁷ Setiani, Herlin, and Muhammad Taufiq. "Perlindungan Konsumen Atas Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Perjanjian Dalam Perdagangan Elektronik Dikaitkan Dengan Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik." *Jurnal Ilmiah Living Law* 10.2 (2018): 114-127.

Perkembangan bisnis *e-commerce* sangat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi di Indonesia, perkembangan jumlah pelaku bisnis *e-commerce* dalam hal ini bertindak sebagai produsen, berkontribusi mendorong penawaran produk dalam perdagangan online, sehingga semakin besar pula potensi transaksi yang akan terjadi. Berkaitan dengan judul di atas, bahwa hak itu sebetulnya adalah abstrak. Karena perlindungan konsumen ini tidak semata-mata hanya perlindungan fisik, melainkan hak yang bersifat abstrak tersebut, maka dikenal ada empat hak dasar konsumen, yaitu: 1) Hak untuk mendapatkan keamanan; 2) Hak untuk mendapatkan informasi; 3) Hak untuk memilih; 4) Hak untuk mendengar.

Empat hak di atas merupakan empat hak mendasar yang diakui secara internasional. Dari keempat hak dasar tersebut kemudian dijabarkan dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang menjadi hak konsumen dalam hal ini, yaitu: 1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa; 2) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut; 3) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; 4) Hak untuk mendapatkan dispensasi, ganti rugi dan atau penggantian jika barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Undang-Undang No 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yang mengatur tentang perlindungan konsumen, dinyatakan bahwa Perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen. Kewajiban-kewajiban konsumen yang di atur dalam Pasal 5 Undang-undang Perlindungan Konsumen adalah:⁸ 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan atau jasa demi keamanan dan keselamatan. Tidak bisa dipungkiri bahwa seringkali konsumen tidak memperoleh manfaat yang maksimal, atau bahkan dirugikan dari mengkonsumsi suatu barang atau jasa. Namun setelah diselidiki, kerugian tersebut terjadi karena konsumen tidak mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian yang telah disediakan oleh pelaku usaha; 2) Beretika baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan atau jasa tak jarang pula konsumen tidak beretika baik dalam bertransaksi atau, mengkonsumsi barang. Hal ini tentu saja akan merugikan khalayak umum, dan serta tidak langsung di konsumen telah merampas hak-hak orang lain; 3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati. Aturan ini jelas, ada uang, ada property; 4) Mentaati hukum secara tegas untuk menyelesaikan sengketa perlindungan hak-hak konsumen. Sebagaimana dijelaskan sebelumnya, hal itu harus dipahami sebagai keamanan yang objektif dan sah untuk melindungi kepentingan konsumen, yang diperkuat dengan undang-undang khusus yang memberi harapan bahwa pelaku perdagangan tidak akan sewenang-wenang, selalu merugikan kepentingan konsumen,⁹ dalam pasal ini juga dirumuskan bahwa Konsumen, baik pemakai maupun pengguna jasa, memiliki hak atas kepastian hukum yang dilindungi.

Dilansir dari TribunMataram seorang wanita yang berinisial BW asal Jawa timur, dinyatakan positif Covid-19 meski telah tinggal dirumah setelah tiga pekan (kamis

⁸ Teng Berlianti, Agustina Balik, Roranld Fadly Sopamena. (2022), *Meningkatkan pemahaman masyarakat atas Hak-hak konsumen*, AIWADTHU: Jurnal Pengabdian Hukum Vol 2, No 1, Fakultas Hukum Unpatti, hlm. 35- 34

⁹ Happy Susanto, *hak-hak konsumen jika dirugikan*, Visimedia, Jakarta, 2008, hlm. 4-5

16/04/2020). Hasil tes itu diketahuinya setelah ia melakukan karantina mandiri di rumah. "ini adalah hal yang paling sakit yang pernah saya alami dan yang paling menakutkan," Brummert mengatakan bahwa ia terakhir meninggalkan rumahnya pada pertengahan maret untuk membeli obat di apotik. Oleh karena itu sebagai tindakan pencegahan ia pun menjaga jarak dengan orang lain, termasuk dengan suaminya yang tidur di kamar yang terpisah, pada suatu kesempatan, seorang kurir yang sejak saat itu dinyatakan covid-19, menurunkan barang belanjaan di depan pintu Brummert. Sementara itu Brummert tidak melakukan kontak langsung dengan kurir tersebut, melainkan mengambil tas belanjaan diteras tanpa menggunakan sarung tangan. "saya berpikir telah melakukan semuanya dengan benar dan saya belum pernah mengalami hal seperti ini sebelumnya," Katanya. Brummert telah mengalami banyak gejala yang terkait dengan virus, termasuk demam, sulit bernapas, batuk, dan sakit kepala. Tidak disangka-sangka Setelah di tes Brummert positif terkena covi-19 dari berbelanja *online*.¹⁰ Sementara Dilansir dari Kompas.com seorang pria di kota Batam kepulauan Riau terpapar Covid-19 setelah melakukan transaksi *online* (senin, 4/5/2020) pria beinisial MR yang berusia 36 tahun tersebut dinyatakan Positif setelah melakukan transaksi *online* dari barang yang ia beli. Meski pria tersebut telah menghindari aktivitas diluar rumah selalu mencuci tangan, menggunakan masker serta menghindari kerumuman "Saya berpikir memakai masker sudah cukup untuk melindungi diri, saya pun tidak pernah menyadari akibatnya" katanya. Namun ia harus menerima kenyataan terpapar virus akibat barang *online* yang dia pesan yang di antarakan oleh kurir tanpa sepengetahuan March bahwa kurir tersebut telah terpapar virus covid-19 yang mengakibatkan March harus dirawat secara intensif akibat tertular covid-19 dari barang *online* yang dia pesan.¹¹

Adanya keterbatasan dalam menjalankan aktivitas di luar rumah semenjak menyebarnya virus corona, sehingga membentuk sebuah kebiasaan baru yaitu kebiasaan membeli segala sesuatu dari rumah sehingga menyebabkan peningkatan dalam transaksi *online* demi menghindari diri dari resiko penularan virus corona. Menurut data Bank Indonesia menunjukkan adanya kenaikan dalam transaksi *online* di Indonesia (*e-commerce* Indonesia) secara dratis hingga Maret 2020, telah mencapai 98,3 juta transaksi *online*. Ini naik 18,1% dari Februari. Selanjutnya, total nilai transaksi *e-commerce* juga meningkat sebesar 9,9% mencapai Rp 20,7 triliun pada Februari 2020,¹² dengan kata lain transaksi jual beli yang berjalan mulus akan mendatangkan kepuasan dan kenyamanan bagi penjual dan pembeli. Ketika transaksi itu bermasalah, maka bisa saja terjadi konflik yang berkepanjangan hingga berujung pada kesalah pahaman dari kedua bela pihak dalam hal ini kegiatan ekonomi merupakan suatu aspek dalam kehidupan masyarakat yang menyeluruh, disamping aspek sosial, budaya, hukum, dan lainnya. Kegiatan ekonomi juga merupakan salah satu cara yang di lakukan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Setiap manusia pastinya membutuhkan barang ataupun jasa dalam kehidupannya. Dalam kegiatan ekonomi saat ini sebagaimana masyarakat menggunakan internet sebagai media untuk transaksi secara *online* baik dalam aplikasi *online* maupun diluar aplikasi *online*.

2. Metode Penelitian

¹⁰ <https://mataram.tribunnews.com> diakses pada minggu 8 November 2020, pukul : 02:35

¹¹ <https://kompas.com-corona.riau> diakses pada jumat 20 mei 2022, pukul : 17:54

¹² <https://pikiran-rakyat.com/Belanja-online>, diakses pada rabu 7 oktober 2020, pukul 20:10

Penulisan skripsi ini penulis menggunakan metode penelitian *normatif*, menggunakan pendekatan fakta dan pendekatan perundang-undangan, Penelitian Hukum *normatif* disebut juga sebagai penelitian hukum doktrinal, dan selanjutnya di analisis secara kualitatif deskriptif agar menghasilkan suatu kesimpulan.

3. Hasil Dan Pembahasan

3.1 Dampak Covid-19 Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian *E-Commerce*

Pandemi Covid-19 menjadi tantangan besar bagi konsumen, di mana mereka ingin memenuhi kebutuhannya, tetapi juga perlu memperhatikan kenyamanan dan keamanannya sendiri. Kenyamanan dan keamanan dalam mengkonsumsi barang atau jasa merupakan bagian dari hak konsumen, perlindungan terhadap hak konsumen atas kenyamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang atau jasa. Konsumen berhak untuk mendapat perlindungan kesehatan sebagaimana di atur dalam undang-undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang memasukkan pelayanan kesehatan sebagai objek hukum perlindungan konsumen. Agar dapat mengkonsumsi produk dan kebutuhan hidup lainnya yang benar-benar layak dan terhindar dari penularan virus Covid-19. Sementara itu di bidang jasa penulis lebih berfokus pada layanan jasa pengiriman barang dalam hal ini kurir dikarenakan layanan jasa adalah salah satu yang paling penting karena berinteraksi langsung dengan konsumen, Undang-Undang Komunikasi dan Transaksi Elektronik dapat melindungi hak konsumen atas kenyamanan dan keamanan, seperti di masa pandemi Covid-19, konsumen cenderung lebih aktif menggunakan transaksi elektronik, baik untuk membeli barang maupun memesan jasa.

Situasi pandemi Covid-19 telah memperlemah hak konsumen atas kenyamanan dan keselamatan dalam hal ini kesehatan, Perlindungan perlu diberikan kepada konsumen sebab secara umum keberadaannya atau kedudukannya selalu lemah. Pasal 1 ayat (2) UUPK menegaskan 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. Sedangkan jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang diperdagangkan dalam masyarakat untuk dimanfaatkan konsumen, Jadi subjek yang disebut sebagai konsumen adalah setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan jasa” Hal ini tentu berpengaruh bagi kenyamanan dan keselamatan konsumen yang sangat bergantung pada perdagangan *e-commerce* sebagai salah satu sarana untuk mencari dan memenuhi kebutuhan hidupnya di masa pandemi Covid-19.

Berdasarkan Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang menjadi tujuan perlindungan konsumen, yaitu:¹³

- a) Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;

¹³ Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, (Jakarta: Transmedia Pustaka, 2008), hal. 18.

- c) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses mendapatkan informasi;
- e) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f) Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

E-commerce memang sukses menarik banyak perhatian konsumen Indonesia bahkan sebelum wabah Covid-19. *E-commerce* juga menjadi salah satu pendorong utama Indonesia menjadi negara dengan nilai ekonomi digital tertinggi di Asia Tenggara. Penerapan *e-commerce* bagi pengusaha memberikan dampak berupa penghematan biaya operasional dalam menjalankan usahanya. Salah satu kelebihan *e-commerce* adalah penjual tidak membutuhkan ruang fisik yang besar untuk menjual produknya karena ditampilkan langsung secara *online*, sehingga masyarakat dari mana saja dapat melihatnya. Dengan memamerkan produk secara *online*, penjual tidak perlu membangun *showroom* atau ruang pameran dan memiliki aksesibilitas yang rendah tapi cukup menguntungkan bagi penjual.¹⁴

Di Indonesia sendiri *E-commerce* sudah ada sejak tahun 2000-an. Namun, pada tahun 2014 penggunaan *Ecommerce* baru marak diminati masyarakat. Dibuktikan dengan banyaknya perusahaan *start-up* di Indonesia, seperti Tokopedia, Bukalapak, Blibli, Shopee, dan masih banyak lagi. Sebelum Covid-19, *e-commerce* hanyalah sebuah pilihan, namun saat ini sangat penting bagi retailer dan produsen untuk menjual produk melalui *platform e-commerce* agar dapat mempertahankan bisnisnya. Selain itu kegiatan belanja *online* juga mengalami peningkatan. Hal ini tentu saja disebabkan aturan pemerintah untuk meminimalisir kegiatan di luar rumah sehingga orang suka memuaskan kebutuhan dan keinginannya dengan membeli barang secara *online* di *marketplace* atau *e-commerce*. Masyarakat saat ini lebih memilih untuk melakukan segala aktivitas *contactless*. Salah satunya adalah meningkatnya minat terhadap layanan konsumen *online*. Hal ini tentunya agar masyarakat tetap bisa mendapatkan pelayanan yang dibutuhkan tanpa harus keluar rumah. Tentu saja, perubahan cara berbelanja *online* tidak serta merta terjadi di awal pandemi, konsumen masih menggunakan pasar fisik sebagai tempat membeli barang-barang yang mereka butuhkan. Namun, ketika diketahui penyebaran Covid-19 meningkat pesat, beberapa daerah di Indonesia memutuskan untuk menutup sementara pusat perbelanjaan.. Berbelanja secara *online* sebenarnya sudah cukup populer sejak sebelum pandemi berlangsung. Hanya saja selama masa pandemi ini, intensitasnya semakin meningkat.

Tabel 1
Rata-rata pengunjung bulanan *E-commerce* Indonesia, kuartal ketiga 2019

No	<i>E-commerce</i>	Pengunjung
----	-------------------	------------

¹⁴ Rachmawati, Rini, *pembangunan perkotaan dalam era teknologi informasi dan komunikasi*, Yogyakarta : Gadjah Mada University press, 2014

1	Tokopedia	Rp. 65.9 Juta
2	Shopee	Rp. 55.9 juta
3	Bukalapak	Rp. 42.8 juta
4	Lazada	Rp. 27.9 juta
5	Blibli	Rp. 21.3 juta

Tabel 2.
Rata-rata pengunjung bulanan *E-commerce* Indonesia kuartal keempat 2019

No	<i>E-commerce</i>	Pengunjung
1	Tokopedia	Rp. 72.9 juta
2	Shopee	Rp. 67.9 Juta
3	Bukalapak	Rp. 39.2 juta
4	Lazada	Rp. 28.3 juta
5	Blibli	Rp. 26.8 juta

Tabel 3
Rata-rata pengunjung bulanan *E-commerce* Indonesia kuartal pertama 2020

No	<i>E-commerce</i>	Pengunjung
1	Tokopedia	Rp. 71.5 juta
2	Shopee	Rp. 69.8 Juta
3	Bukalapak	Rp. 37.6 juta
4	Lazada	Rp. 24.4 juta
5	Blibli	Rp. 17.76 juta

Tabel 1.4
Rata-rata pengunjung bulanan *E-commerce* Indonesia, kuartal kedua 2020

No	<i>E-commerce</i>	Pengunjung
1	Tokopedia	Rp. 93.4 Juta
2	Shopee	Rp. 86.1 juta
3	Bukalapak	Rp. 35.2 juta
4	Lazada	Rp. 22 juta
5	Blibli	Rp. 18.3 juta

Sumbr : Iprice Indonesia

Dari hasil penelitian terlebih dahulu penulis dapat simpulkan bahwa data pertama yang dianalisis adalah data terkait persaingan toko *online* di Indonesia, diambil dari penelitian yang dilakukan oleh Iprice, yang memungkinkan untuk melihat tingkat akses masing-masing *e-commerce* elektronik pada tahun 2019 pertengahan tahun 2020.¹⁵ Dari data tersebut dapat dilihat pertumbuhan pengunjung selama periode tersebut dan kaitannya dengan pandemi COVID-19 di Indonesia. Hasilnya, 44% responden menilai Shopee sebagai *e-commerce* memainkan peran penting dalam pendidikan, pencairan dan logistik. Di tempat

¹⁵ <https://iprice.co.id/> Diakses pada 07 juli 2022 pukul 23 : 23 WIT

kedua, diikuti oleh Tokopedia, dipilih oleh 35% responden. Tempat ketiga milik Lazada, dipilih oleh 10% responden. Untuk menjangkau pasar internasional, 55% responden menganggap Shopee sebagai platform yang sangat berpengaruh dalam membantu UMKM memasarkan produknya secara lokal hingga global. Dengan kata lain, Covid-19 membantu mendorong pengguna dan pengunjung untuk terlibat dalam aktivitas *e-commerce*. Kenyataannya, meskipun banyak masalah yang muncul dan terjadi dalam perjanjian jual beli *online*, hal ini tidak menghalangi konsumen untuk melakukan pembelian melalui transaksi *online*.

3.2 Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Perjanjian *E-Commerce*

Tujuan hukum adalah untuk mewujudkan keadilan, transparansi, dan kepastian hukum. Mengenai pencapaian keadilan, Adam Smith melahirkan teori keadilan, yang menyatakan bahwa akhir dari keadilan adalah melindungi dari kerugian. Menurut G.W. Paton, Hak yang diberikan oleh hukum tidak hanya meliputi unsur perlindungan dan manfaat, tetapi juga unsur kehendak. Teori hukum bertujuan untuk menjelaskan nilai-nilai hukum dan memberikan landasan filosofis yang terdalam. Hukum pada hakikatnya adalah sesuatu yang abstrak, tetapi dalam perwujudannya dapat bersifat konkrit. Suatu aturan hukum dapat dikatakan baik jika akibat dari penerapannya adalah baik, kebahagiaan yang maksimal dan penderitaan yang berkurang.¹⁶

Dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan mengenai hak-hak konsumen, yaitu: a) hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa; b) hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; c) hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan 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 mendapat 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.

Permasalahan hukum yang timbul konsumen berhak untuk mendapatkan hak untuk mendapatkan kenyamanan, keamanan, keselamatan dan juga hak untuk mendapatkan perlindungan hukum. Selain hak-hak konsumen, penting pula untuk mengetahui apa saja yang menjadi kewajiban konsumen. Menurut Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, kewajiban konsumen adalah sebagai berikut: a). Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan; b). Beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa; c). Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati; d). Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

¹⁶ Afrineldi, Afrineldi. "PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM PERDAGANGAN ELEKTRONIK (E-COMMERCE)." *Jurnal Ilmiah Publika* 9.1 (2021): 101-111.

Kewajiban konsumen untuk membaca atau mengikuti informasi petunjuk dan tata cara penggunaan atau penggunaan barang dan/atau jasa demi keselamatan dan keamanan merupakan hal penting yang harus diatur. Menurut Philipus M. Hadjon, mengatakan bahwa perlindungan hukum bagi masyarakat meliputi dua hal, yakni :¹⁷ 1) Perlindungan hukum *preventif*, yaitu suatu bentuk perlindungan hukum terhadap masyarakat dengan memberikan kesempatan kepada mereka untuk mengajukan keberatan atau pendapat sebelum suatu keputusan pemerintah mengambil bentuk akhirnya. Tujuannya untuk menghindari konflik. Perlindungan hukum ini sangat berpengaruh, artinya pemerintah didorong untuk berhati-hati dalam mengambil keputusan berdasarkan diskresi. Pengaturan khusus mengenai perlindungan hukum *preventif* belum diatur di Indonesia; 2) Perlindungan hukum *represif*, merupakan bentuk pembelaan hukum dimana masyarakat lebih fokus pada penyelesaian konflik. Tujuan dari perlindungan hukum ini adalah untuk menyelesaikan sengketa, dimana perlakuan hukum yang dilakukan oleh peradilan umum dan peradilan tata usaha negara di Indonesia termasuk dalam kategori perlindungan hukum ini. Prinsip pada perlindungan hukum terhadap tindakan pemerintah bertumpu dan bersumber pada konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia yang diarahkan kepada pembatasan dan peletakan kewajiban masyarakat dan pemerintah

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli di atas, dapat dikatakan bahwa perlindungan hukum adalah tindakan melindungi setiap orang dari perbuatan yang melanggar hukum atau melanggar hak orang lain yang dilakukan oleh pemerintah di bawah pengawasan pemerintah dari lembaga penegak hukum. dengan cara tertentu berdasarkan hukum atau undang-undang yang berlaku, bertujuan untuk melaksanakan hak-hak setiap warga negaranya, termasuk atas perbuatan sewenang-wenang yang dilakukan oleh penguasa atau aparaturnya sendiri.

Perlindungan hukum adalah perlindungan terhadap harkat dan martabat, serta pengakuan hak asasi manusia yang dimiliki oleh subyek hukum atas dasar ketentuan hukum terhadap kesewenang-wenangan atau sebagai seperangkat aturan atau peraturan yang dapat melindungi sesuatu dari yang lain. Bagi konsumen, ini berarti undang-undang yang melindungi hak konsumen terhadap segala sesuatu yang mengarah pada pelanggaran hak tersebut.¹⁸

4. Kesimpulan

Transaksi Perdagangan elektronik (*e-commerce*) adalah bentuk bisnis modern, tatap muka dan non-kontrak (tanpa tatap muka dan tanpa ditandatangani). Suatu perjanjian itu dinyatakan telah timbul pada saat mengadakan atau persetujuan antara dua pihak mengenai suatu objek yang menjadi pokok perjanjian. Perlindungan konsumen adalah serangkaian upaya yang dilakukan untuk melindungi kepentingan dan menjamin kepastian hukum konsumen. Upaya perlindungan konsumen tersebut sebenarnya didasarkan pada beberapa prinsip yang menjadi pedoman untuk mencapai tujuan perlindungan konsumen. Perlindungan konsumen juga terkait dengan hak dan kewajiban konsumen dan agen komersial. Hak dan kewajiban ini tidak dapat dipisahkan. Untuk

¹⁷ Phillipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, PT. Bina Ilmu, Surabaya, 1987. hlm.

¹⁸ Phillipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, (Surabaya: Bina Ilmu, 1987), hlm. 25.

menghormati hak konsumen, badan usaha harus memenuhi kewajibannya. Sebaliknya, konsumen harus menunjukkan apa kewajibannya agar hak-hak pelaku komersial dapat dihormati.

Daftar Referensi

Jurnal

- Afrineldi, (2021). "Perlindungan Konsumen Dalam Perdagangan Elektronik (E-Commerce)." *Jurnal Ilmiah Publika* 9.1 : 101-111.
- Paryadi, Deky.(2018). "Pengawasan E Commerce Dalam Undang-Undang Perdagangan Dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen." *Jurnal Hukum & Pembangunan* 48.3 : 651-669.
- Setiani, Herlin, and Muhammad Taufiq. (2008) "Perlindungan Konsumen Atas Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Perjanjian Dalam Perdagangan Elektronik Dikaitkan Dengan Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik." *Jurnal Ilmiah Living Law* 10.2 : 114-127.
- Teng Berlianti, Agustina Balik, Roranld Fadly Sopamena. (2022), Meningkatkan Pemahaman Masyarakat Atas Hak-Hak Konsumen, *AIWADTHU: Jurnal Pengabdian Hukum* Vol 2, No 1, Fakultas Hukum Unpatti, 35- 34

Buku

- Ahmad M. Ramli, (2010). *Cyber Law HAKI dalam sistem Hukum Indonesia*, Rafika Aditama, Bandung.
- Hartaman, Amir, and Jhon. (2000). *"Net-Ready" Strategis Sukses Bisnis di Dunia Maya*, Singapore Prenticel.
- Happy Susanto,(2008). *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Jakarta: Transmedia Pustaka.
- Phillipus M. Hadjon.(1987). *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, Bina Ilmu, Surabaya.
- Richardus Eko Indrajid. (2002). *Eelectronic Commerc*, Aptikon.

Skripsi, Tesis atau Disertasi, Online/World Wide Web

<https://www.cnbcindonesia.com/news/who-korban-meninggal-akibat-covid-19>

<https://iprice.co.id/>

<https://mataram.tribunnews.com>

<https://kompas.com-corona.riau>

<https://pikiran-rakyat.com/Belanja-online>

<https://pengaruh-e-commerce-terhadap-pertumbuhan-ekonomiindonesia>

Rachmawati,(2014). Rini, *Pembangunan Perkotaan Dalam Era Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.