



**ANALISIS YURIDIS TERHADAP PELAKSANAAN BADAN  
PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN DALAM TRANSAKSI  
*E-COMMERCE***

**Fara Deinara Dewantoro\*, Rinitami Njatrijani, Sartika Nanda Lestari**  
Program Studi S1 Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Diponegoro  
E-mail : [faradeinaraa@gmail.com](mailto:faradeinaraa@gmail.com)

**ABSTRAK**

Transaksi jual beli melalui internet atau sering disebut dengan *e-commerce*, juga dapat menimbulkan sengketa konsumen. Sehingga diperlukan perlindungan hukum untuk menyelesaikan sengketa konsumen. Menurut Undang-Undang No.11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik serta Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen penyelesaian sengketa konsumen dapat diselesaikan melalui jalur litigasi maupun non-litigasi. Melalui jalur litigasi, yaitu dengan cara konsumen mengajukan gugatan langsung ke pengadilan sedangkan non litigasi, yaitu penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan yang salah satunya melalui badan penyelesaian sengketa konsumen. Di BPSK penyelesaiannya dengan cara konsiliasi, mediasi, dan arbitrase. Ketiga cara tersebut harus dipilih salah satu oleh pelaku usaha dan konsumen serta tidak berjenjang.

Kata Kunci: Transaksi; *E-Commerce*; Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

**ABSTRACT**

*Buying and selling transactions via the internet or often referred to as e-commerce, can also cause consumer disputes. So that legal protection is needed to resolve consumer disputes. According to Law No. 11 of 2008 concerning Information and Electronic Transactions and Law No. 8 of 1999 concerning Consumer Protection consumer dispute resolution can be resolved through litigation and non-litigation channels. Through the litigation path, that is by way of consumers filing a lawsuit directly to the court while non litigation, namely the settlement of consumer disputes outside the court, one of which is through a consumer dispute resolution body. In BPSK the resolution was by conciliation, mediation and arbitration. All three methods must be chosen by business actors and consumers and not tiered.*

*Keywords: Transaction; E-Commerce; a Consumer Dispute Resolution Body*

## I. PENDAHULUAN

Pengaruh globalisasi memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap dinamika persaingan bisnis dalam perkembangan dunia teknologi informasi yang semakin maju dan pesat dari waktu ke waktu sudah terasa dampaknya oleh sebagian besar masyarakat dari yang sederhana menjadi modern dan serba cepat sehingga berdampak pada perilaku informasi dalam segala bidang, baik bidang pendidikan, kesehatan, hiburan, sumber informasi, tenaga kerja, dunia bisnis dan komunikasi tanpa batasan tempat dan waktu, kebutuhan informasi yang lebih cepat dan murah tentunya menuntut para pemberi informasi untuk memiliki sebuah media *online*, dimana informasi yang disajikan bisa dengan mudah dan cepat didapatkan oleh konsumen informasi. Keberadaan masyarakat informasi ditandai dengan pemanfaatan internet yang cenderung semakin meluas dalam berbagai aktivitas kehidupan manusia.

Salah satu aspek aktifitas ekonomi menggunakan teknologi informasi adalah dalam hal bertransaksi menggunakan jaringan internet yaitu berupa *e-commerce*. Fenomena perdagangan secara *online* menjadi suatu hal yang terjadi secara global hampir di seluruh dunia. Di beberapa negara, pemanfaatan internet sebagai suatu media dalam melakukan transaksi memberikan manfaat yang sangat signifikan terhadap perkembangan ekonomi negara tersebut. Menurut data Kementerian Komunikasi dan Informasi, pada tahun 2014 nilai transaksi *online* di Indonesia

mencapai 150 triliun rupiah termasuk transaksi internasional, sehingga hal ini juga mendorong pertumbuhan ekonomi nasional.<sup>1</sup>

Setiap perusahaan atau pelaku usaha harus memiliki tanggung jawab sosial, yaitu kepedulian dan komitmen moral pelaku usaha terhadap kepentingan masyarakat, terlepas dari kalkulasi untung dan rugi perusahaan. Perusahaan harus bertanggung jawab terhadap perlindungan konsumennya.<sup>2</sup>

Berdasarkan data yayasan lembaga konsumen Indonesia, *e-commerce* menempati peringkat ketiga dari total pengaduan sebanyak 781 pengaduan langsung dan 1.038 melalui telepon.<sup>3</sup> Salah satu kasus yang telah terjadi pada awal juni 2017 lalu, Sulis memesan tas melalui media social facebook tetapi setelah ia berkomunikasi oleh penjual melalui *chat* di *facebook* dan mengirimkan sejumlah uang yang telah disepakati akun sulis diblok oleh penjual.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup>Prasetyo Widagdo, [http://www.academia.edu/28568470/Analisis\\_Perkembangan\\_E-commerce\\_Dalam\\_Mendorong\\_Pertumbuhan\\_Ekonomi\\_Wilayah\\_di\\_Indonesia](http://www.academia.edu/28568470/Analisis_Perkembangan_E-commerce_Dalam_Mendorong_Pertumbuhan_Ekonomi_Wilayah_di_Indonesia), diakses pada tanggal 30 November 2018 pukul 23.54.

<sup>2</sup>Zulham, 2013, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Predana Media, Halaman 3.

<sup>3</sup>Pramdia Arhando Julianto, <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/01/23/220838126/yki.aduan.konsumen.soal.bela.nja.online.meningkat.signifikan> diakses pada tanggal 1 Desember 2018.

<sup>4</sup>TribunPekanbaru.com, <http://pekanbaru.tribunnews.com/2017/08/10/begini-kisah-para-korban-penipuan-jual->

Kondisi tersebut menjadikan adanya ketidakseimbangan antara konsumen dengan pelaku usaha yang merupakan suatu wanprestasi. Akibat terjadi wanprestasi yang dilakukan pelaku usaha dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen yang mempunyai hak dalam menerima prestasi. Sehingga penyelesaian sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha dimungkinkan diselesaikan di luar pengadilan. Hal tersebut merupakan kebutuhan akan penyelesaian sengketa yang cepat dan mudah yaitu suatu keuntungan yang dapat memberikan kepercayaan bagi para pihak dalam transaksi *e-commerce*. Pada tingkat Kabupaten/Kota penyelesaian sengketa di luar pengadilan, dapat dilakukan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) di atur dalam UU No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen dari pasal 49 sampai dengan pasal 58.<sup>5</sup>Tugas pokok BPSK adalah menyelesaikan sengketa – sengketa konsumen melalui jalur luar pengadilan, yaitu dengan cara Mediasi, Arbitrasi atau Konsiliasi.

BPSK memberi putusan wajib dalam waktu 21 hari kerja, selain itu prosedur administratif dan proses pengambilan putusan yang sangat sederhana serta biaya perkara yang terjangkau. Dalam hal proses berperkara dikategorikan sebagai proses yang sederhana, maksudnya adalah pemeriksaan atau

penyelesaian sengketa dilakukan hanya pada sengketa konsumen saja.

Dari latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimanapelaksanaan perlindungan hukum dalam transaksi *E-commerce*?
2. Bagaimana upaya yang dilakukan badan penyelesaian sengketa konsumendalam sengketa *E-Commerce*?

## II. METODE

Penelitian penulisan hukum ini menggunakan metode penelitian yuridis empiris, yakni penelitian dengan cara atau prosedur yang digunakan untuk memecahkan masalah penelitian dengan meneliti data sekunder terlebih dahulu, untuk kemudian meneliti data primer yang ada di lapangan.<sup>6</sup>Spesifikasi penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif analitis yaitu memaparkan hasil penelitian berdasarkan fakta yang ada berupa data primer yaitu hasil wawancara terhadap badan penyelesaian sengketa konsumen. Selanjutnya data primer tersebut di telaah dan di dibandingkan dengan Peraturan Perundang-undangan terkait yaitu Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia, serta teori-teori hukum lainnya yang berkaitan dengan objek penelitian.

---

[beli-online-bikin-sakit-hati](#) diakses pada tanggal 1 Desember 2018.

<sup>5</sup>Abdul Halim Barkatullah, 2010,*Hak – Hak Konsumen*, Bandung, Nusa Media, Halaman 90.

---

<sup>6</sup>Soerjono Soekanto, 1984, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta, UI Press, Halaman 43.

Sumber data dari penelitian ini diperoleh dari data primer serta data sekunder yang berupa bahan hukum primer yang terdiri dari Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 06/M-DAG/PER/2/2017 tentang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dan bahan hukum sekunder yaitu Buku-buku, Makalah, Jurnal hukum, Skripsi, disertasi, tesis hokum dan menjelajah internet.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan kualitatif, yaitu pembahasannya dilakukan dengan cara menggabungkan antara penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan.

Data yang telah terkumpul tersebut, kemudian diuraikan dan dihubungkan antara data yang satu dengan data yang lainnya secara sistematis.

### **III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam menyelesaikan sengketa konsumen**

Pemerintah memberikan “fasilitas” penyelesaian apabila terjadi sengketa konsumen. Berdasarkan Pasal 45 Ayat (1) dan (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terdapat dua cara penyelesaian sengketa konsumen, yaitu litigasi (melalui pengadilan) dan non-litigasi (tidak melalui pengadilan). Salah satu penyelesaian di luar pengadilan adalah melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen didirikan berdasarkan perintah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen tepatnya diatur di Pasal 49 Ayat (1) serta diperkuat dalam Pasal 2 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 yang mengatur bahwa di setiap Kota atau Kabupaten harus dibentuk Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. BPSK didirikan berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 90 Tahun 2001 Tentang Pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Pada Pemerintah Kota Medan, Kota Palembang, Kota Jakarta Pusat, Kota Jakarta Barat, Kota Bandung, Kota Semarang, Kota Yogyakarta, Kota Surabaya, Kota Malang, dan Kota Makassar.

Pandangan masyarakat yang menganggap bahwa beracara di pengadilan rumit dan mahal menjadi

salah satu alasan BPSK dibentuk. Adanya BPSK memberikan kemudahan kepada konsumen dalam menyelesaikan perkara dengan cepat, murah, dan mudah. Dikatakan cepat karena penyelesaian sengketa konsumen melalui BPSK harus diputus dalam 21 hari kerja yang putusannya bersifat final dan mengikat. Murah karena biaya persidangan yang dikeluarkan oleh konsumen sangat ringan dan terjangkau. Mudah karena prosedur administratif dan proses pengambilan putusan yang sederhana, dan dapat dilakukan sendiri oleh para pihak tanpa adanya kuasa hukum. Meskipun putusan BPSK bersifat final dan mengikat dengan kata lain tidak dapat dilakukan banding dan kasasi, akan tetapi berdasarkan Pasal 54 Ayat (3) Undang Undang Perlindungan Konsumen terhadap putusan tersebut dapat dimintakan upaya hukum (keberatan) ke Pengadilan Negeri.

Putusan yang dijatuhkan oleh BPSK wajib dilaksanakan pelaku usaha dalam jangka waktu 7 (tujuh) hari setelah putusan diterimanya, dan apabila memiliki keberatan dapat mengajukannya ke Pengadilan Negeri dalam jangka waktu 14 (empat belas) hari. Pengadilan Negeri yang menerima keberatan pelaku usaha memutus perkara tersebut dalam jangka waktu 21 hari sejak diterimanya keberatan tersebut. Selanjutnya dalam hal kasasi pada putusan Pengadilan Negeri ini diberi

jangka waktu 14 hari untuk mengajukan kasasi kepada Mahkamah Agung. Keputusan Mahkamah Agung wajib dikeluarkan dalam jangka waktu 30 (tiga puluh) hari sejak permohonan kasasi.

## **B. Pembahasan**

### **1. Pelaksanaan Perlindungan Hukum dalam Transaksi E-Commerce**

Sebuah transaksi tidak bisa lepas dari sebuah perjanjian, dimana perjanjian dalam sebuah transaksi berasal dari kesepakatan antara pelaku usaha dengan konsumen. Bahwa kedudukan antara pelaku usaha dengan konsumen dalam transaksi e-commerce terjadi karena adanya perjanjian melalui media elektronik yaitu internet. Dikarenakan adanya sebuah perjanjian secara otomatis hubungan antara pelaku usaha dan konsumen menjadi terikat. Mengenai hal tersebut dalam setiap transaksi jual beli melalui perdagangan konvensional maupun e-commerce mempunyai regulasi teknis yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang mengatur berbagai hal salah satunya terkait bagaimana kepastian hukum yang dimiliki seorang konsumen dan pelaku usaha.

Perkembangan e-commerce saat ini tidak hanya memberikan kemudahan bagi penggunaannya, tetapi

juga memiliki hal negatif dari pengembangannya salah satunya yang berkaitan dengan keamanan dalam proses bertransaksi melalui sarana elektronik. Keamanan dalam transaksi e-commerce merupakan salah satu penyebab adanya sengketa konsumen, karena dalam transaksi e-commerce memungkinkan terjadi kehilangan data, kebocoran data, penyalahgunaan data, dll.

Transaksi e-commerce dilakukan melalui media internet sehingga dalam proses transaksi antara konsumen dan pelaku usaha tidak bertatap muka secara langsung. Tidak hanya dalam transaksi dagang konvensional saja yang didalamnya terdapat perjanjian, di dalam transaksi e-commerce tentunya juga terdapat perjanjian antara konsumen dan pelaku usaha yang dituangkan dalam kontrak elektronik. Apabila dalam transaksi e-commerce sudah sesuai dengan apa yang telah disepakati konsumen dan pelaku usaha maka hubungan hukum antara keduanya sudah selesai. Namun apabila dalam realisasi kontrak elektronik tersebut tidak sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan maka akan menimbulkan permasalahan. Permasalahan ini timbul karena adanya rasa ketidakpuasan oleh salah satu pihak.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen memberikan kepastian hukum berupa aturan yang mengatur

hak-hak yang dimiliki oleh seorang konsumen dan tanggung jawab pelaku usaha. Istilah didalam perlindungan konsumen tentunya sangat berkaitan dengan perlindungan hukum. Oleh karena itu, perlindungan konsumen mengandung aspek hukum. Tentu yang mendapatkan perlindungan itu bukan sekadar fisik saja, melainkan hak-haknya yang bersifat abstrak. Dengan kata lain, perlindungan konsumen sesungguhnya identik dengan perlindungan yang diberlakukan hukum terhadap hak-hak konsumen.

Pada Pasal 4 dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut terkesan bahwa hak-hak konsumen hanya untuk seorang konsumen yang melakukan transaksi jual-beli konvensional saja. Dalam transaksi *e-commerce* memiliki karakteristik khusus dan sifat yang berbeda, hal tersebut berakibat pengaturan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen kurang memadai untuk diterapkan sepenuhnya dalam transaksi *e-commerce*. Meskipun ketentuan terkait hak-hak konsumen tersebut sebenarnya juga berlaku bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce*.

Menurut Johanes Gunawan, perlindungan hukum terhadap konsumen dapat dilakukan pada saat sebelum terjadinya transaksi (*no conflict/ pre purchase*) dan/ atau pada saat setelah terjadinya transaksi (*conflict/ post purchase*). Perlindungan hukum terhadap konsumen yang dapat dilakukan pada saat sebelum terjadinya transaksi (*no*

*conflict/ pre purchase*) dapat dilakukan dengan cara antara lain :<sup>7</sup>

- a. *Legislation*, perlindungan hukum terhadap konsumen yang dilakukan pada saat sebelum terjadinya transaksi dengan memberikan perlindungan kepada konsumen melalui peraturan perundang-undangan yang telah dibuat. Sehingga dengan adanya peraturan perundang-undangan tersebut diharapkan konsumen memperoleh perlindungan hukum sebelum terjadinya transaksi, karena telah ada batasan-batasan dan ketentuan yang mengatur transaksi antara konsumen dan pelaku usaha.
- b. *Voluntary Self Regulation*, yaitu perlindungan hukum terhadap konsumen yang dilakukan pada saat sebelum terjadinya transaksi, dimana dengan cara ini pelaku usaha diharapkan secara sukarela membuat peraturan bagi dirinya sendiri agar lebih berhati-hati dan waspada dalam menjalankan usahanya.

Sedangkan untuk perlindungan hukum terhadap konsumen pada saat setelah terjadinya transaksi e-commerce (*conflict/ post purchase*) dapat dilakukan dengan mengajukan gugatan melalui jalur Pengadilan Negeri (PN) di tempat kedudukan konsumen tersebut atau diluar

Pengadilan oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Pelaksanaan perlindungan hukum dalam transaksi *e-commerce* terhadap konsumen yang dilakukan oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen adalah sebagaimana yang termaktub dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, karena Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen khususnya merupakan lembaga yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen serta dalam menegakkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen itu sendiri.<sup>8</sup>

## **2. Upaya yang dilakukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam Sengketa Transaksi E-Commerce**

Titik pangkal dari sebuah sengketa umumnya berawal dari informasi yang tidak diterima secara benar dan tepat, sehingga pemahaman mengenai transaksi barang dan jasa menjadi berbeda. Secara sederhana yang dimaksud dengan sengketa konsumen adalah sengketa atau perselisihan yang terjadi antara konsumen sebagai pihak yang dirugikan dengan pelaku usaha sebagai pihak yang memproduksi, menjual atau menyediakan barang

---

<sup>7</sup>Rinitami Njatriani, 2013, *Aktivitas E-Commerce*, Semarang, Halaman 89.

---

<sup>8</sup>Wawancara dengan Yudhit Nitriasari, Anggota BPSK Kota Yogyakarta pada tanggal 6 Februari 2019.

atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan konsumen.<sup>9</sup>

Sengketa dalam transaksi e-commerce harus diselesaikan sehingga tercipta hubungan baik antara pelaku usaha dan konsumen, dimana masing-masing pihak mendapatkan kembali hak-haknya. Penyelesaian sengketa secara hukum ini bertujuan untuk memberi penyelesaian yang dapat menjamin terpenuhinya hak-hak kedua belah pihak yang bersengketa. Sehingga rasa keadilan dapat ditegakkan dan hukum dijalan sebagaimana mestinya. Lebih jauh, penyelesaian sengketa konsumen secara baik dapat menciptakan dan menjaga berjalannya kegiatan usaha secara terjamin. Bagi pelaku usaha terciptanya kepastian berusaha dan di pihak konsumen tercapainya pemenuhan kebutuhan konsumen dengan baik.

Upaya hukum yang dapat dilakukan oleh BPSK dalam mengatasi sengketa e-commerce adalah memberikan jalan alternatif dengan menyediakan penyelesaian sengketa diluar pengadilan. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen merupakan suatu lembaga khusus yang dibentuk dan diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun

1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 Tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yang tugas utamanya adalah menyelesaikan sengketa atau perselisihan antara konsumen dan pelaku usaha.

Penyelesaian sengketa e-commerce di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen didasarkan pada kasus yang pernah terregister namun belum pernah ada yang masuk proses penyelesaian. Maksudnya adalah kasus e-commerce yang ada baru terregister kemudian ketika akan diproses oleh Konsumen, yang bersangkutan datang kembali ke BPSK untuk mencabut aduannya karena Pelaku Usahanya telah menyelesaikan permasalahannya dengan konsumen dan member ganti rugi sebagaimana yang diminta oleh konsumen.

Sesuai dengan Pasal 54 ayat (4) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen jo. Pasal 26 sampai dengan 36 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 terdapat 3 (tiga) tata cara persidangan di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, yaitu:

- a) Persidangan dengan cara Konsiliasi, Persidangan dengan

---

<sup>9</sup>Sularsi, 2001, *Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam Liku Liku Perjalanan Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, Jakarta, Halaman 84.

cara ini majelis BPSK berupaya untuk mendamaikan antara pelaku usaha dengan konsumen dalam sengketa *e-commerce*, yang mana majelis bertindak sebagai konsiliator yang bersifat pasif. Sesuai dengan Pasal 29 butir a Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 bahwa Majelis BPSK menyerahkan sepenuhnya proses penyelesaian sengketa kepada konsumen dan pelaku usaha yang bersangkutan, baik mengenai bentuk maupun jumlah ganti rugi. Adapun hasil musyawarah antara konsumen dan pelaku usaha *e-commerce* dibuat dalam bentuk perjanjian dan di tanda tangani oleh kedua belah pihak yang selanjutnya diserahkan kepada majelis BPSK yang akan dibentuk dalam suatu keputusan berfungsi untuk menguatkan perjanjian tersebut.

- b) Persidangan dengan cara Mediasi, Pada dasarnya persidangan dengan cara ini sama dengan cara konsiliasi, hal yang membedakan hanya dari sifat Majelis BPSK yang aktif. Dalam sengketa *e-commerce* Majelis BPSK sebagai Mediator yang tidak memiliki wewenang untuk memutus sengketa akan tetapi karena majelis BPSK bersifat aktif maka dapat memberikan nasehat, petunjuk, saran, dan upaya lain dalam penyelesaian sengketa *e-commerce*. Sesuai dengan Pasal 31 butir a Keputusan Menteri

Perindustrian dan Perdagangan Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 bahwa majelis BPSK menyerahkan sepenuhnya proses penyelesaian sengketa kepada konsumen dan pelaku usaha yang bersangkutan, baik mengenai bentuk maupun jumlah ganti kerugian. Apabila dalam proses penyelesaian sengketa dengan cara mediasi berhasil mencapai kesepakatan antara kedua belah pihak, maka dibantu oleh majelis BPSK dituangkan dalam bentuk tertulis dan ditandatangani oleh para pihak. Hasil musyawarah kesepakatan diserahkan kepada majelis BPSK untuk dibuatkan dalam bentuk keputusan agar dapat menguatkan perjanjian tersebut.

- c) Persidangan dengan cara Arbitrase, berbeda dengan mediasi dan konsiliasi, pada metode arbitrase Majelis BPSK bertindak aktif untuk mendamaikan para pihak yang bersengketa. Arbitrase adalah salah satu bentuk adjudikasi privat. Dalam persidangan dengan cara ini, pihak yang bersengketa mengemukakan masalah mereka kepada pihak ketiga yang netral dan memberinya wewenang untuk memberi keputusan. Dalam penyelesaian sengketa *e-commerce* melalui arbitrase di BPSK para pihak memilih arbiter dari anggota BPSK yang berasal dari unsur pelaku usaha dan konsumen sebagai anggota

majelis, setelah itu kedua arbiter tersebut memilih arbiter ketiga dari anggota BPSK yang berasal dari unsur pemerintah sebagai ketua. Majelis BPSK bersikap aktif dalam mendamaikan pihak-pihak yang bersengketa jikat tidak tercapai kata sepakat di antara mereka. Cara pertama yang dilakukan adalah BPSK memberikan penjelasan kepada para pihak yang bersengketa perihal perundang-undangan yang berkenaan dengan hukum perlindungan konsumen. Lalu, masing-masing pihak yang bersengketa diberikan kesempatan yang sama untuk menjelaskan apa saja yang dipersengketakan. Nantinya, keputusan yang dihasilkan dalam penyelesaian ini adalah menjadi wewenang penuh badan yang dibentuk BPSK tersebut.

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen adalah pengadilan khusus konsumen yang sangat diharapkan berjalan cepat, sederhana, dan murah. Proses penyelesaian sengketa yang ada di BPSK maka pihak tersebut lebih menitikberatkan pada pasal-pasal yang terkait dan alat bukti yang ada. Norma-norma perlindungan konsumen dalam sistem Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah sebagai “Undang-Undang Payung” yang menjadi kriteria untuk mengukur dugaan adanya pelanggaran-pelanggaran hak-hak konsumen.

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen tentu memiliki upaya dalam meminimalisir terjadi hal-hal yang merugikan konsumen dalam sengketa konsumen pada umumnya maupun sengketa dalam transaksi e-commerce pada khususnya yaitu dengan cara mengadakan sosialisasi konsumen cerdas dan perlindungan konsumen dengan tujuan supaya menggugah kesadaran masyarakat konsumen akan hak dan kewajibannya sebagai seorang konsumen yang sesuai dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

#### **IV. KESIMPULAN**

1.

elaksanaan Perlindungan Hukum dalam Transaksi E-Commerce dilakukan ketika terjadi sengketa konsumen antara para pihak yaitu pihak konsumen dan pihak pelaku usaha. Sengketa konsumen adalah sengketa berkenaan dengan pelanggaran hak-hak konsumen. Perlindungan konsumen salah satunya adalah pemenuhan hak-hak konsumen, dalam transaksi e-commerce hak-hak konsumen juga sama seperti pemenuhan hak-hak konsumen sesuai dengan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Selain itu regulasi lainnya yang digunakan sebagai pedoman yaitu UU ITE dan UU Perdagangan. Di dalam UUPK tersebut menjelaskan kepastian hukum mengenai hak-hak bagi konsumen dan tanggung jawab pelaku usaha. Perlindungan hukum terhadap

konsumen dapat dilakukan sebelum dan setelah terjadi transaksi e-commerce. Perlindungan konsumen setelah terjadi transaksi e-commerce dilakukan dengan dua cara yaitu mengajukan gugatan ke Pengadilan Negeri (litigasi) dan diluar pengadilan (non-litigasi) yang salah satunya melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

2. Penyelesaian Sengketa *E-Commerce* melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dapat dilakukan sesuai dengan Pasal 45 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.. Banyak keuntungan apabila dalam suatu sengketa *e-commerce* dilakukan penyelesaiannya melalui BPSK, yaitu cepat murah dan mudah. Setiap penyelesaian sengketa konsumen dilakukan oleh majelis yang dibentuk oleh ketua BPSK dan dibantu oleh panitera sedangkan susunan majelis sidang harus ganjil yang terdiri dari unsur pemerintah, unsur pelaku usaha dan unsur konsumen. Penyelesaian yang dilakukan oleh BPSK dilakukan dengan tiga cara yaitu Konsiliasi, Mediasi dan Arbitrase. Ketiga cara tersebut harus dipilih salah satu oleh para pihak dan tidak berjenjang.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Zulham. 2013. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Predana Media.

Barkatullah, Abdul Halim. 2010, *Hak – Hak Konsumen*, Bandung, Nusa Media.

Sularsi, 2001, Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam Liku Liku Perjalanan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, Jakarta.

### Jurnal

Rinitami Njatrijani, 2017, Posisi Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 dalam Upaya Perlindungan Terhadap Konsumen, Jurnal Hukum “Diponegoro Private Law Review” Vol. 1, Semarang : Undip Press.

Az. Nasution, 2001, Revolusi Teknologi Dalam Transaksi Bisnis Melalui Internet, “Jurnal Keadilan” Volume I No. 3, Jakarta.

### Peraturan Perundang-undangan

Kitab Undang - Undang Hukum Perdata

Undang – Undang No. 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan

Undang – Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Ilmu dan Transaksi Elektronik

Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Peraturan Menteri Perdagangan No. 06/M-DAG/PER/2/2017



Tentang Badan Penyelesaian  
Sengketa Konsumen

### **Internet**

[http://www.academia.edu/28568470/  
Analisis Perkembangan E-  
commerce Dalam Mendorong  
Pertumbuhan Ekonomi Wila-  
yah di Indonesia](http://www.academia.edu/28568470/Analisis-Perkembangan-E-commerce-Dalam-Mendorong-Pertumbuhan-Ekonomi-Wilayah-di-Indonesia), diakses pada  
tanggal 30 November 2018

[https://ekonomi.kompas.com/read/20  
17/01/23/220838126/ylki.adua  
n.konsumen.soal.belanja.online  
.meningkat.signifikan](https://ekonomi.kompas.com/read/2017/01/23/220838126/ylki.aduan.konsumen.soal.belanja.online.meningkat.signifikan) diakses  
pada tanggal 1 Desember 2018.

[http://pekanbaru.tribunnews.com/201  
7/08/10/begini-kisah-para-  
korban-penipuan-jual-beli-  
online-bikin-sakit-hati](http://pekanbaru.tribunnews.com/2017/08/10/begini-kisah-para-korban-penipuan-jual-beli-online-bikin-sakit-hati) diakses  
pada tanggal 1 Desember 2018.

### **Sumber Lain**

Wawancara dengan Yudhit  
Nitriasari, Anggota BPSK Kota  
Yogyakarta pada tanggal 6  
Februari 2019