

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PELAKU USAHA DAN KONSUMEN
DALAM MELAKUKAN TRANSAKSI E-COMMERCE DI KOTA
SURAKARTA**

Ashintasb Bidari, SH, MH.

Fakultas Hukum - Universitas Surakarta

Email : ashintasb.lawfaculty@gmail.com

Abstrak

Teknologi informasi dan komunikasi di era globalisasi telah menempatkan pada posisi yang amat strategis karena menghadirkan suatu dunia tanpa batas, jarak, ruang, dan waktu, yang berdampak pada peningkatan produktivitas dan efisiensi. Pada saat ini perdagangan tidak hanya dapat dilakukan dalam dunia nyata, tetapi juga dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi informasi.

Transaksi Elektronik menurut Undang-undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/ atau media elektronik lainnya. Transaksi elektronik disebut dengan transaksi *E-Commerce*. Transaksi *E-commerce* merupakan transaksi dagang antara penjual dengan pembeli untuk menyediakan barang, jasa atau mengambil alih hak, yang dimana kontrak antara si pembeli dan penjual ini dilakukan dengan media elektronik dimana para pihak tidak hadir secara fisik.

Perkembangan transaksi perdagangan atau bisnis secara *E-Commerce* yang semakin pesat saat ini membutuhkan aturan hukum untuk dapat memberikan perlindungan hukum bagi masyarakat pengguna teknologi. Perlindungan hukum ini bukan hanya bagi konsumen namun juga bagi pelaku usaha. Pelaku usaha seringkali dituntut untuk memenuhi kewajibannya dalam berusaha, sedangkan konsumen akan menjadi pihak lemah yang terus harus dilindungi oleh pemerintah.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti mencoba melakukan penelitian tentang “PERLINDUNGAN HUKUM PELAKU USAHA DAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN TRANSAKSI *E-COMMERCE* (*ELECTRONIC COMMERCE*) DI KOTA SURAKARTA”

Kata Kunci : Perlindungan Hukum, Pelaku Usaha, Konsumen, Transaksi *E-Commerce*

A. Latar Belakang

Pengembangan dan penggunaan teknologi sangat berkembang pesat pada masa sekarang. Segala aktivitas manusia selalu menggunakan kecanggihan teknologi, misalnya dalam dunia hiburan, pendidikan, komunikasi, perdagangan, pemerintahan dan sebagainya. Salah satu hal yang menjadi marak menggunakan teknologi adalah dalam dunia usaha perdagangan.

Dengan menggunakan media internet, baik pelaku usaha dan konsumen sangat diuntungkan karena lebih efektif dan efisien. Pada saat ini perdagangan tidak hanya dapat dilakukan dalam dunia nyata, tetapi juga dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi informasi. Transaksi bisnis atau usaha perdagangan menggunakan media internet sering dikenal dengan transaksi *E-Commerce* (*Electronic Commerce*).

“E-commerce is a new method for performing commercial activities. Daily-increase access to internet from one side

and low level of costs for commercial activities through internet on the other could make it the most acceptable method for commercial transactions. With a glance to short-term history of e-commerce, we may notice that this phenomenon has a wide growth due to the simultaneous and great welcome of companies and customers”.¹

Melalui media internet, maka berkembang pula perusahaan yang menempatkan lokasi usahanya di internet yang dikenal dengan sebutan perusahaan *dotcom*. Berbagai perusahaan melakukan penawaran barang dan jasa melalui internet dimana perusahaan-perusahaan ini kemudian dikenal dengan sebutan *virtual company*, yaitu perusahaan yang hanya ada secara *virtual* tidak ada dalam arti fisik.² Dalam hal ini, para konsumen dapat memilih apakah mereka akan melakukan

¹ Navid Nikakhtar and Yang Jianzheng, 2012 “*Role of E-commerce in Supply chain Management to minimize costs*”, African Journal of Business Mangement Vol.6, hal 5673

² Asril Sitompul, *Hukum Internet (Pengenalan Mengenai Masalah Hukum di Cyberspace)*, PT.Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001, hal. 41

suatu transaksi E-Commerce melalui pelaku usaha yang memang mempunyai toko resmi atau hanya sebuah *virtual company* saja.

*“Electronic commerce has become very popular because of the benefits and the convenience it brings along. The benefits include product promotion, shortened remittance time, information consistency, better customer relationship, customization of products, competitive advantages, and convenience of doing business”.*³

Transaksi E-Commerce juga rentan timbul suatu permasalahan yang disebabkan karena kedua belah pihak secara fisik tidak bertemu maka kemungkinan lahirnya bentuk – bentuk kecurangan atau kekeliruan menjadi perhatian utama yang perlu penanganan lebih besar dimana *e-commerce* juga memiliki dampak negatif bagi konsumen dan produsen. Dampak negatif yang dirasakan oleh konsumen misalnya, produk yang dipesan tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan, kesalahan dalam pembayaran, ketidaktepatan waktu

menyerahkan barang atau pengiriman barang dan hal – hal lain yang tidak sesuai dengan kesepakatan sebelumnya. Disamping itu, bagi produsen, banyaknya jumlah orang yang dapat mengakses internet mengakibatkan produsen kesulitan untuk mendeteksi apakah pembeli yang hendak memesan produknya adalah pembeli yang sesungguhnya atau bukan.

Salah satu kebijakan yang dikeluarkan pemerintah Indonesia untuk mengatasi masalah dalam perdagangan *online* adalah dengan dikeluarkannya Undang-Undang No.11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Dalam UU No.11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik diharapkan mempunyai dampak terhadap kegiatan perekonomian di Negara Indonesia. Masalah keamanan merupakan masalah penting dalam pemanfaatan media elektronik khususnya internet. Hal yang perlu mendapatkan perhatian adalah masalah doimisili perusahaan, sehingga apabila ada permasalahan atau sengketa hukum, dapat diketahui dengan pasti kedudukan hukum dari perusahaan yang menawarkan produknya melalui media elektronik. Transaksi perdagangan atau bisnis secara

³ H.Joseph wen, Houn-Gee Chen and Hsin-Ginn Hwang, 2001,“*E-Commerce Web site design: Strategies and Models*”, Information Management and Computer Security 9/1, MCB University Press, Hal.5

online adalah bisnis berbasis kepercayaan. Pelaku usaha yang menjalankan bisnis *online* harus memiliki petunjuk yang jelas mengenai produk yang dijual agar konsumen mendapatkan keterangan yang jelas mengenai produk yang dipasarkan oleh pelaku usaha.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik menulis penelitian dengan judul : **“PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PELAKU USAHA DAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE (ELECTRONIC COMMERCE) DI KOTA SURAKARTA”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dapat ditarik perumusan masalahnya yaitu :

Bagaimana perlindungan hukum pelaku usaha dan konsumen dalam melakukan Transaksi E-Commerce di Kota Surakarta ?

C. Batasan Masalah

Untuk memperjelas serta memberi arah yang tepat dalam pembahasan ini dan berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penulis membatasi permasalahan pada perlindungan hukum pelaku usaha

dan konsumen dalam melakukan transaksi E-Commerce.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum pelaku usaha dan konsumen dalam melakukan transaksi E-Commerce.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah untuk menambah wawasan dan wacana ilmu pengetahuan, khususnya dibidang transaksi E-Commerce.

F. Tinjauan Pustaka

Tinjauan Tentang E-Commerce

a. Pengertian E-Commerce

Dalam sebuah jurnal international yang mengutip dari *Australian Bureau of Statistic* 2000, mengatakan bahwa *E-Commerce* di Australia merupakan cara baru melakukan bisnis.

“Electronic commerce as a new way of doing business has significant opportunities. It is fast gathering momentum and becoming a reality in

Australia as in other parts of the world. The uptake of e-commerce in Australia however is low with only 4% of sales conducted through the internet and only 6% of business defined by the Australian Bureau of Statistic as 'internet commerce active'.⁴

"E-commerce is a tradition which is applicable by the use of IT and focusing on electronic data transfer and through value added networks. It is electronic data transfer by the use of information systems among different organizations".⁵

Cakupan *e-commerce* menurut *World Trade Organization* (WTO), meliputi bidang produksi, distribusi, pemasaran, penjualan dan pengiriman barang dan atau jasa melalui elektronik, sedangkan *OECD* (*Organization For Economic Cooperation and Development*) menjelaskan bahwa *e-commerce* adalah transaksi berdasarkan proses

⁴ Jose Kuzic, Julie Fisher, and Angela Scollary, 2002, "*Electronic Commerce Benefits, Challenges and Success Factors in the Australian Banking and Finance Industry*", ECIS 2002, Hal.1607

⁵ Navid Nikakthar and Yang Jianzheng, 2012 "*Role of E-commerce in Supplay chain Management to minimize costs*", *African Journal of Business Mangement* Vol.6, hal 5673

dan transisi data secara elektronik. Selain dari dua lembaga internasional tersebut, *Alliance for Global Business*, suatu asosiasi di bidang perdagangan terkemuka mengartikan lain mengenai *e-commerce* yaitu seluruh transaksi nilai yang melibatkan transfer informasi, produk, jasa atau pembayaran melalui jaringan elektronik sebagai media.⁶ *E-commerce* telah merubah paradigma bisnis klasik dengan menumbuhkan model-model interaksi antara produsen dan konsumen di dunia virtual. Sistem perdagangan yang dipakai dalam *e-commerce* dirancang untuk menandatangani secara elektronik dimana penandatanganan elektronik ini dirancang mulai dari saat pembelian, pemeriksaan dan pengiriman.⁷

"Electronic commerce has become very popular because of the benefits and the convenience it brings along. The benefits include product promotion, shortened remittance time, information consistency, better

⁶Ade Maman Suherman, *Aspek Hukum dalam Ekonomi Global*, Ghalia Indo, Jakarta, 2002, Hal.179

⁷ Abdul Halim Barkatulah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce: Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2005, hal. vii

customer relationship, customization of products, competitive advantages, and convenience of doing business”.⁸

b. Ruang Lingkup E-Commerce

Transaksi bisnis global *e-commerce* ini di dalam sistem hukum Indonesia, termasuk dalam bidang hukum perdata, sebagai subsistem dari hukum perjanjian buku III BW. *E-commerce* ini juga memiliki asas-asas yang sama dengan hukum perjanjian antara lain asas kebebasan berkontrak, asas pacta sunt servanda, asas itikad baik, asas kekuatan mengikat, asas moral, dan asas internasional.⁹

Ruang lingkup E-Commerce meliputi 3 sisi yakni :¹⁰

1. Bisnis ke bisnis (*business to business*)

Sistem komunikasi bisnsi antar pelaku bisnis atau dengan kata lain transaksi secara elektronik antar perusahaan yang dilakukan secara

rutin dan dalam kapasitas atau volume produk yang besar. Aktivitas e-commerce dalam ruang lingkup ini ditujukan untuk menunjang kegiatan para pelaku bisnsi itu sendiri.

2. Bisnis ke konsumen (*business to consumer*)

Suatu transaksi bisnis secara elektronik yang dilakukan pelaku usaha dan pihak konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu.

3. Konsumen ke konsumen (*consumer to consumer*)

Transaksi bisnis secara elektronik yang dilakukan antarkonsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu pula, segmentasi konsumen ini sifatnya lebih khusus karena transaksi dilakukan oleh konsumen ke konsumen yang memerlukan transaksi.

Masalah keamanan masih menjadi masalah dalam internet. Aspek-aspek yang dipermasalahkan itu antara lain :

a. Masalah kerahasiaan (*confidentiality*) pesan;

⁸ H. Joseph wen, Houn-Gee Chen and Hsin-Ginn Hwang, 2001, “*E-Commerce Web site design: Strategies and Models*”, Information Management and Computer Security 9/1, MCB University Press, Hal.5

⁹ Rizal Alif, 2008, “*Perspektif Transaksi E-commerce di Era Globalisasi Perdagangan Bebas dalam Hukum Perjanjian di Indonesia*”, Jurnal Hukum Internasional Volume 5, hal. 346

¹⁰ Abdul Halim, *Op.Cit*, Hlm 22

- b. Masalah bagaimana cara agar pesan yang dikirimkan itu keutuhannya (*integrity*) sampai ke tangan penerima;
 - c. Masalah keabsahan (*authenticity*) pelaku transaksi;
 - d. Masalah keaslian pesan agar bisa dijadikan barang bukti.¹¹
- c. Keuntungan dan Kerugian E-Commerce

Berikut sejumlah kelebihan *e-commerce* yaitu:¹²

- 1) Bisnis dapat dilakukan selama 24 jam per hari sepanjang tahunnya sebagaimana bisnis dilakukan pada lingkungan *online*, produk-produk dan jasa-jasa dapat diakses kapan saja di hari itu dan belahan dunia manapun.
- 2) Pengurangan biaya, Karena mempromosikan produk-produk dan jasa-jasa *online* menghemat waktu dan uang organisasi dalam berkirim surat-menyurat, pergudangan, percetakan, dan lain-lain, sebagian dan penghematan biaya ini dapat diartikan bahwa

produk-produk dan jasa-jasa yang ada di internet semakin bisa dibeli. Hal ini memberikan organisasi instrumen sebagai pihak yang kompetitif dan juga memungkinkannya untuk memperbaiki kualitas produk-produk dan jasa-jasa.

- 3) Kecepatan pengiriman, Dikarenakan kecepatan dimana produk-produk dan jasa-jasa dapat diakses melalui internet, maka tidak ada perlunya bagi seorang pelanggan untuk menunggu beberapa hari untuk menerima bahan-bahan dan katalog melalui surat.
- 4) Tempat pemasaran global, Pada kenyataannya bahwa produk-produk dan jasa-jasa dapat diakses kapanpun dan di manapun di dunia ini, membuka pasar global bagi organisasi-organisasi untuk memasarkan produk-produk dan jasa-jasa mereka.
- 5) Pihak ketiga, Bisnis *e-commerce* mengeliminasi ketentuan-ketentuan pihak ketiga untuk menangani bisnis. Dalam sebagian besar bisnis, perusahaan-perusahaan menggunakan jasa pihak ketiga

¹¹ Ibid, Hlm. 3

¹² Mohd Ma'sum Billah, *Islainic E-commerce Terapan (Tinjauan Hukum dan Praktek)*, Sweet & Maxwell Asia, Malaysia, 2010, Hlm 84-85

(*broker*) untuk menjual dan memasarkan produk mereka, namun, dengan penjualan secara *online*, kebutuhan ini telah dikurangi atau dieliminasi.

- 6) Pengurangan dalam penjualan dan dukungan personal pelanggan
- 7) Sebagaimana penjualan dapat dilakukan secara *online*, ketentuan-ketentuan untuk penjualan dan dukungan personal pelanggan berkurang dan ini sebaliknya dapat menambah pendapatan operasional organisasi.
- 8) Menciptakan pasar dan produk khusus dimana melalui e-commerce konsumen dapat mencari dengan mudah produk-produk khusus yang sulit didapat melalui toko-toko fisik. Konsumen dapat menggunakan search engine untuk mengumpulkan informasi mengenai produk-produk khusus yang sulit di dapat¹³.

Selain manfaat berikut terdapat beberapa kerugian-kerugian *e-commerce* yaitu:¹⁴

¹³ Jonathan Sarwono dan K Prihartono, *Perdagangan Online: Cara Bisnis di Internet*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta, 2012, hal.227

¹⁴ Mohd Ma'sum Billah, *Op.Cit*, Hlm 85

- 1) Waktu pengantaran produk, ketika pemesanan terjadi lewat *online* untuk sebuah produk, pelanggan harus menunggu berhari-hari, tergantung pada lokasi mereka untuk menerima produk tersebut. Namun, jika mereka berjalan ke toko, mereka dapat mengambil produk tersebut, membayarnya dan menggunakannya hampir secara langsung.
- 2) Ketidakpastian, dengan produk yang dibeli di toko-toko, sebenarnya pembeli sudah memiliki produk secara fisik di tangan. Namun, ketika suatu barang telah dibeli secara *online*, masih ada ketidakpastian apakah produk tersebut sebenarnya akan sampai atau tidak, karena semuanya tergantung pada tingkat reliabilitas (dapat dipercaya) pihak penyedia barang.
- 3) Informasi pribadi masih ada ketidakpastian seperti apakah keterangan detail yang diberikan seseorang secara *online* guna membeli sebuah produk atau bahkan menyerahkan sebuah dokumen yang tetap saja bersifat pribadi. Ada contoh-contoh di mana

nomor-nomor kartu kredit telah disalahgunakan dan ini menghambat keberlangsungan perdagangan dan pembelian yang dilakukan secara *online*.

4) Segala sesuatu, penjualan dan pembelian secara *online* membutuhkan kejujuran yang sangat besar antara para penjual dan para pembeli. Manusia masih menghadapi permasalahan dalam hal yang terkait dengan perkara mengembalikan barang-barang jika barang tersebut tidak sesuai dengan keinginan-keinginan para pelanggan, isu-isu seperti siapa yang membayar dana-dana pengiriman barang yang dikembalikan, apakah ada jaminan bahwa uang konsumen akan dikembalikan ketika barang-barangnya dikembalikan dan isu-isu pribadi masih mengambang. Tidak akan pernah ada situasi yang demikian sempurna 100%, akan tetapi setiap orang butuh bergerak dengan trend sekarang ini atau akan menjadi ketinggalan dalam banyak aspek.

5) Pelaku usaha berada di negara yang berbeda, Perusahaan di internet (*the*

internet merchant) tidak memiliki alamat secara fisik disuatu negara tertentu, sehingga hal ini akan menyulitkan konsumen untuk mengembalikan produk yang tidak sesuai dengan pesanan dan konsumen sulit memperoleh jaminan untuk mendapatkan *local follow up service or repair*¹⁵

G. Hasil dan Pembahasan

Negara Singapura dan Malaysia telah mempunyai regulasi khusus mengenai transaksi E-Commerce yang dimana pelaku usaha dalam membangun kepercayaan dalam E-Commerce adalah menggunakan Trustmark. Trustmark juga disebut sebagai materai persetujuan, kualitas segel, label atau certificate dalam bentuk logo yang ditampilkan dalam homepage dan atau halaman web dari sebuah toko online dengan izin dari pihak ketiga yang terpercaya memberikan bukti kepatuhan sukarela toko online dengan kode etik yang dikeluarkan oleh pihak ketiga dalam upaya memberikan yang terbaik.

¹⁵ Bagus Hanindyo Mantri, *Perlindungan hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce*, MMH. Jilid 37 No.4 Desember 2008, hal.275

Untuk aturan di pusat sendiri belum memiliki Trustmark yang menjamin konsumen pengguna E-Commerce di Indonesia. Meskipun dalam Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik telah diamanatkan tentang keberadaan Lembaga Sertifikasi Keandalan namun hingga saat ini pemerintah belum memiliki regulasi khusus ataupun Peraturan Pemerintah yang mengatur mengenai keberadaan Trustmark yang dapat membantu pemerintah untuk membangun kepercayaan konsumen pengguna E-Commerce.

Masyarakat Kota Surakarta sudah tidak asing lagi dengan Transaksi E-Commerce dengan menggunakan transaksi Online untuk melakukan transaksi barang dan jasa baik untuk Business to Business maupun Business to Customers. Perjanjian jual beli yang dilakukan para pihak secara elektronik menimbulkan berbagai akibat hukum dengan segala konsekuensinya. Hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang jelas mengenai identitas pelaku usaha dalam melakukan transaksi sangat diperlukan. Terkait dengan kesiapan

regulasi daerah yang belum ada dan masih mengacu kepada regulasi pusat maka belum dapat dikatakan bahwa sudah terwujud perlindungan hukum pelaku usaha dan konsumen dalam melakukan transaksi E-Commerce di Kota Surakarta. Namun demikian, Pemerintah Kota Surakarta telah melakukan upaya menyediakan wadah transaksi E-Commerce walaupun dirasa belum optimal yaitu dengan aplikasi Online Solo Destination dan Pelatihan UKM/IKM.

Hambatan-hambatan yang timbul terkait dengan kegiatan transaksi elektronik, saat ini Pemerintah Daerah Kota Surakarta belum memiliki regulasi atau kebijakan daerah mengenai hal tersebut sehingga aturan atau regulasi masih mengacu kepada aturan pusat yaitu Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Pemerintah Indonesia saat ini juga belum memiliki standar yang dapat digunakan sebagai arahan yang spesifik untuk kegiatan transaksi elektronik. Hambatan-hambatan yang timbul dalam menyelenggarakan perlindungan pelaku

usaha dan konsumen dalam Transaksi E-commerce di Kota Surakarta :

a. Lemahnya Regulasi Daerah

Belum adanya regulasi daerah baik dari Dinas Perhubungan, Komunikasi dan Informatika dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Surakarta mengenai transaksi / perdagangan / bisnis secara online. Sehingga pemerintah Kota Surakarta belum dapat menyediakan wadah yang tepat dan aman untuk transaksi online. Bahkan selama ini pihak pemerintah belum pernah mengatasi permasalahan transaksi online disebabkan karena belum ada regulasi dan masyarakat lemah akan pengetahuan aturan transaksi online di Kota Surakarta.

b. Lemahnya Sosialisasi

Pemerintah Kota Surakarta memang telah ada upaya mewujudkan wadah transaksi online di Kota Surakarta antara lain dengan aplikasi Solo Destination dari Dinas Perhubungan, Komunikasi dan Informatika serta pelatihan UKM/IKM yang diselenggarakan Dinas Perindustrian dan Perdagangan. Akan tetapi untuk

menarik minat masyarakat untuk mendaftar serta mengunggah aplikasi Solo Destination dirasa masih lemah karena kurangnya sosialisasi dari pemerintah. Sedangkan untuk pelatihan UKM/IKM juga mengalami kendala yaitu mengumpulkan para pelaku usaha yang akan atau sudah melakukan bisnis online di Kota Surakarta disebabkan karena Dinas Perindustrian dan Perdagangan tidak memiliki data yang valid.

c. Media Online yang kurang aman

Pelaku usaha yang melakukan usaha online hanya sekedar menggunakan social media (instagram, bbm, wa, facebook dll), yang dirasa belum dapat mewujudkan perlindungan ketika melakukan transaksi online dengan konsumen.

Adapun solusi yang dilakukan dalam mengatasi hambatan yang muncul adalah :

- a. Dalam hal ini Dinas Perindustrian dan Perdagangan terus melakukan pelatihan perdagangan online bagi UKM/IKM di Kota Surakarta

dengan harapan ketika pelaku usaha telah memperoleh pelatihan tersebut maka memiliki pengetahuan bagaimana menjalankan perdagangan online yang aman dan baik. Kemudian Dinas Perindustrian dan Perdagangan mempunyai data yang valid mengenai jumlah pelaku usaha yang akan ataupun sudah melakukan bisnisnya/usahanya secara online. Sehingga hal ini akan memudahkan ketika akan dilakukan pelatihan bisnis online maka seluruh pelaku usaha di Kota Surakarta dapat mengikutinya.

- b. Dinas Perhubungan, Komunikasi dan Informatika diharapkan secara giat melakukan sosialisasi agar masyarakat Kota Surakarta mengetahui bahwa untuk transaksi E-Commerce merupakan kewenangan Bidang Informatika Dishubkominfo selaku wakil dari pusat Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- c. Pelaku usaha hendaknya menciptakan layanan /media untuk melakukan bisnis online

yang menjamin perlindungan kepada pihak konsumen.

- d. Konsumen hendaknya selektif memilih kepada pelaku usaha yang akan dilakukan transaksi bisnis secara online.

Penutup

Transaksi E-Commerce atau transaksi jual beli online memang mempunyai beberapa permasalahan. Dalam perdagangan melalui online shop ini adalah baik penjual dan pembeli harus memberikan informasi yang lengkap dan sebenarnya, karena disini penjual dan pembeli tidak saling bertatap muka. Masing-masing pihak baik itu penjual maupun pembeli merasa khawatir bahwa salah satu pihak tidak akan melaksanakan kewajibannya dan menyebabkan kerugian bagi pihak lainnya.

Perlindungan hukum baik bagi pelaku usaha dan konsumen sangat penting. Ketika pelaku usaha memberikan informasi yang benar dan lengkap merupakan salah satu bentuk upaya pemberian perlindungan hukum bagi konsumen. Akan tetapi, pelaku usaha juga menghadapi permasalahan mengenai kesepakatan antara penjual dan pembeli,

dimana ketika para pelaku usaha merasa telah mekakukan kesepakatan dengan konsumen kemudian memesan barang yang telah ditunjuk oleh pembeli dan akan dijual, namun pada saat barang tiba, pembeli membatalkan untuk membeli barang tersebut dan berpendapat bahwa belum terjadi kesepakatan sehingga terjadi kerugian bagi pihak penjual.

Pemerintah juga berperan dalam mewujudkan perlindungan hukum bagi kedua belah pihak yaitu pelaku usaha dan konsumen. Dalam penelitian ini telah mengkaji sejauh mana pemerintah Kota Surakarta yaitu Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) dan Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika (Dishubkominfo) telah berperan dalam mewujudkan perlindungan hukum tersebut. Dalam mewujudkannya, pemerintah Kota Surakarta mengalami beberapa hambatan. Akan tetapi, setidaknya pemerintah Kota Surakarta telah ada upaya untuk mewujudkan perlindungan hukum tersebut.

H. DAFTAR PUSTAKA

Abdul Halim Barkatulah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce: Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2005

Ade Maman Suherman, *Aspek Hukum dalam Ekonomi Global*, Ghalia Indo, Jakarta, 2002

Asril Sitompul, *Hukum Internet (Pengenalan Mengenai Maslah Hukum di Cyberspace)*, PT.Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001

Bagus Hanindyo Mantri, *Perlindungan hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce*, MMH. Jilid 37 No.4 Desember 2008

H.Joseph wen, Houn-Gee Chen and Hsin-Ginn Hwang, 2001, "E-Commerce Web site design: Strategies and Models", Information Management and Computer Security 9/1, MCB University Press

Jonathan Sarwono dan K Prihartono, *Perdagangan Online: Cara Bisnis di Internet*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta, 2012

Jose Kuzic, Julie Fisher, and Angela Scollary, 2002, "Electronic Commerce Benefits, Challenges and Success Factors in

the Australian Banking and Finance Industry”, ECIS 2002

Mohd Ma’sum Billah, *Islainic E-commerce Terapan (Tinjauan Hukum dan Praktek)*, Sweet & Maxwell Asia, Malaysia, 2010

Navid Nikakthar and Yang Jianzheng, 2012
“*Role of E-commerce in Supplay chain Management to minimize costs*”, African Journal of Business Mangement Vol.6

Rizal Alif, 2008, “*Perspektif Transaksi E-commerce di Era Globalisasi Perdagangan Bebas dalam Hukum Perjanjian di Indonesia*”, Jurnal Hukum Internasional Volume 5

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertandatangan di bawah ini;

1. Nama : Ashinta Sekar Bidari, S.H., M.H.
2. Tempat,tanggal lahir : Surakarta, 04 Nopember 1987
3. Alamat : Jl. Tamtaman IV RT 02 RW 10 Kelurahan Baluwarti Kecamatan Pasar Kliwon
4. Nomor Telp/ Hp : 081333300987

5. Email :

6. Riwayat Pendidikan

- a. Sekolah Dasar Negeri Pamardisiwi (1994-2000)
- b. Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 03 Surakarta (2000-2003)
- c. Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 01 Surakarta (2003-2006)
- d. Perguruan Tinggi:
 - 1) Sarjana Hukum (S1) Universitas Sebelas Maret Surakarta (UNS) (2006-2010)
 - 2) Magister Hukum Bisnis (S2) Universitas Sebelas Maret Surakarta (UNS) (2011-2013)

Surakarta, 05 Oktober 2014

Ashintar Sekar Bidari, SH, MH

PERNYATAAN PUBLIKASI

Judul Artikel : Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha dan Konsumen Dalam
Transaksi E-Commerce di Kota Surakarta

Penulis : Ashinta Sekar Bidari S.H., M.H.

Yang bertanda tangan dibawah ini penulis makalah dengan judul yang disebutkan diatas:

Nama : Ashinta Sekar Bidari S.H., M.H.
Instansi : Fakultas Hukum Universitas Surakarta
Alamat: Jalan Raya Palur KM 05 Surakarta

Saya menyatakan dan bertanggungjawab dengan sebenarnya bahwa penelitian ini adalah hasil karya saya sendiri. Jika pada suatu saat ada pihak lain yang mengklaim bahwa penelitian ini sebagai karyanya yang disertai dengan bukti yang cukup maka saya bersedia membatalkan hak dan kewajiban yang melekat pada artikel tersebut.

Menyatakan tidak keberatan artikel dengan judul yang disebutkan diatas untuk dimuat dan dipublikasikan dalam Proceeding atau Journal Fakultas Hukum Universitas Surakarta dan editor berhak untuk mengedit sebagian dari isi tanpa merubah substansi makalah.

Apabila terjadi tuntutan dari pihak lain tentang isi makalah yang telah dipublikasikan pada jurnal atau proceeding lain sebelumnya, maka sepenuhnya bukan merupakan tanggungjawab pengelola namun sepenuhnya menjadi tanggungjawab penulis.

Surakarta, 05 Oktober 2014

Yang membuat pernyataan

Ashinta Sekar Bidari, SH, MH



UNIVERSITAS SURAKARTA

PERNYATAAN PENULIS

Judul : Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha dan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce (Electronic Commerce) di Kota Surakarta

Nama : Ashinta Sekar Bidari,SH,MH

1. Saya menyatakan dan bertanggungjawab dengan sebenarnya bahwa penelitian ini adalah hasil karya saya sendiri. Jika pada suatu saat ada pihak lain yang mengklaim bahwa penelitian ini sebagai karyanya yang disertai dengan bukti yang cukup maka saya bersedia membatalkan hak dan kewajiban yang melekat pada artikel tersebut.
2. Saya menyatakan bahwa hasil penelitian diperbolehkan untuk disebarluaskan dan dipublikasikan secara umum baik lewat seminar maupun jurnal oleh Universitas Surakarta.

Surakarta, 05 Oktober 2016

Ashinta Sekar Bidari, SH, MH