

**MEDIASI ANTARA KONSUMEN DAN PELAKU
USAHA PADA TRANSAKSI E-COMMERCE**

Oleh : Verra Sely Audiawaty
Pembimbing I: Dr. Firdaus, S.H., M.H
Pembimbing II: Ulfia Hasanah S.H., M.Kn
Alamat: Perum Permata Bintang Indah Blok B No.6
Email: verrasely16@gmail.com - Telepon :082372078756

ABSTRACT

E-commerce connects business actors, consumers and other communities through electronic transactions to trade in goods, services and other information. This condition causes distance is no longer a barrier in the business world. Barriers such as the process of solving the problem of buying and selling transactions. This study seeks to analyze the completion of the mediation process between business actors and consumers which is completed by involving the e-commerce service provider

This type of research can be classified as normative legal research, namely legal research conducted by researching library materials. This study examines the subject matter in accordance with the scope and identification of the problem through the statute approach, which is carried out by examining the laws and regulations related to the legal issues under study. In this study the authors conducted research on legal principles by utilizing descriptive methods. The data collection technique used in Normative Legal Research is a library research method, namely utilizing the library as a means of collecting data, by studying books as reference materials related to the problems to be studied.

The conclusions that can be drawn from the results of the study are: First, the completion of the mediation process between business actors and consumers is carried out in the context of a quick and simple settlement and relatively low court costs with the results of the settlement being acceptable to both parties to the dispute without causing new problems or prolonging the dispute. The completion of the mediation process between business actors and consumers was not carried out properly. Business actors show an uncooperative attitude in resolving efforts. This is because in the process of resolving the mediation, business actors do not show good faith in responding to complaints from consumers. Business actors show an uncooperative attitude in resolving efforts. Second, the mediation process between business actors and consumers was not carried out as well as each of the above stages. This is because in the mediation process the consumer does not refer to and does not know the stages mentioned above.

Keywords: Mediation, Consumers, Business Actor, E-Commerce Transactions

A. Latar Belakang Masalah

EKegiatan perdagangan di masyarakat telah berkembang sangat pesat. Hal tersebut dipengaruhi salah satunya dengan berkembangnya teknologi yang berbasis internet yang dikenal dengan nama *E-Commerce*. Perkembangan *E-Commerce* tidak terlepas dari laju pertumbuhan internet karena *E-Commerce* berjalan melalui jaringan internet.¹ *E-Commerce* tersebut terbagi atas dua segmen yaitu *Business to Business E-Commerce* (perdagangan antar pelaku usaha) dan *Business to Consumer E-Commerce* (perdagangan antar pelaku usaha dengan konsumen).² Dengan menggunakan model transaksi *E-Commerce* memungkinkan terjadinya perdagangan tanpa perlu adanya pertemuan langsung antara pelaku usaha dan konsumen, bahkan para pihak dalam transaksi *E-Commerce* tersebut bisa saja tidak saling mengenal atau bertemu sebelumnya.

E-commerce menghubungkan pelaku usaha, konsumen dan komunitas lainnya melalui transaksi elektronik untuk melakukan perdagangan barang, jasa dan informasi lainnya. Kondisi ini menyebabkan jarak bukan lagi hambatan dalam dunia bisnis. Perkembangan menyolok teknologi internet membuat suatu produk dapat dipasarkan secara global dalam situs *web*, sehingga setiap orang

dimanapun ia dapat langsung mengakses situs tersebut untuk melakukan transaksi secara *online*.³

Transaksi elektronik merupakan sebuah proses pembelian dan penjualan secara elektronik atas barang atau jasa dan informasi. Pemanfaatan media transaksi elektronik dalam dunia perdagangan sangat membawa dampak pada masyarakat Internasional pada umumnya dan masyarakat Indonesia pada khususnya. Bagi masyarakat Indonesia hal ini terkait masalah hukum yang sangat penting. Pentingnya dalam memberikan perlindungan terhadap para pihak yang melakukan transaksi melalui internet.⁴

Banyaknya kemudahan dalam mengakses internet membuat konsumen *E-Commerce* meningkat, beberapa alasannya antara lain, adalah praktis, kemudahan sistem pembayaran, efisiensi waktu dan banyaknya harga promo yang menarik dari pelaku usaha online. *E-commerce* juga merupakan media elektronik yang menunjang dan mengalami peningkatan yang sangat pesat dan memberikan banyak kemudahan dalam melakukan proses pemasaran.⁵

¹ Richardus Eko Indrajit, *E-Commerce: Kiat dan strategi Bisnis Di Dunia Maya*, Jakarta, PT Elex Media Komputindo, 2001, Hlm.33

² Esther Dwi Magfirah, 2007, *Perlindungan Konsumen Dalam E-commerce*, Yogyakarta, hlm.1

³ Grace Joice S.N Rumimper, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Melalui Internet", Vol.I, No.3 Juli-September,2013, hlm.2

⁴ Ahmad M Ramli, *Perlindungan Hukum Dalam Transaksi E-Commerce*, Jurnal Hukum Bisnis, Jakarta, 2000, Hlm.14

⁵ Bertha Silvia Sutejo, *Internet Marketing: Konsep dan Persoalan Baru Dunia Pemasaran*, *Jurnal Manajemen*, Surabaya, Vol. 6, No. 1, November 2006, hlm.43.

Penggunaan *E-commerce* yang semakin meningkat justru memunculkan sejumlah permasalahan termasuk dalam bidang hukum. Salah satu masalah hukum yang dapat muncul yakni berkaitan dengan permasalahan perjanjian jual beli secara elektronik. Sering terjadi permasalahan antara pelaku usaha dengan konsumen terkait dengan pemesanan produk yang diterima. *Business to consumer* (B2C) pada umumnya tidak sekuat perusahaan sehingga dapat menimbulkan beberapa persoalan. Oleh karena itu para konsumen harus berhati-hati dalam melakukan transaksi lewat internet. Persoalan tersebut antara lain menyangkut mekanisme pembayaran (*payment mechanism*) dan jaminan keamanan dalam bertransaksi (*security risk*).

Di Indonesia sendiri sudah mulai menggunakan sistem jual beli, yaitu ecommerce. Undang-Undang 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dalam ketentuan pasal 1 angka 2 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, menyebutkan “Transaksi elektronik merupakan perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer atau media elektronik lainnya”. Transaksi jual beli dengan elektronik adalah salah satu wujud ketentuan di atas dan proses transaksi elektronik ini pun memiliki resiko yang tinggi salah satunya adalah terjadinya penipuan. Penerapan Undang Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen terhadap transaksi jual beli melalui media internet (E-Commerce) Dalam Pasal 1 angka 2

Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 (UUPK) menyebutkan konsumen adalah setiap orang pemakai barang baru atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga maupun makhluk lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Adapun beberapa kasus yang terkait dengan permasalahan antara pelaku usaha dengan konsumen terkait dengan pemesanan produk yang diterima antara lain sebagai berikut: Pertama, Risa syafril membeli sebuah handuk disalah satu Toko yg bernama @Tokohandukonline. Dalam deskripsi penjual menulis ukuran handuk 60×120cm. Namun, pada saat handuk tersebut tiba kepada pembeli, pada saat pembeli mengecek ternyata lebar handuk kurang dari 2cm yaitu menjadi 58cm. Pembeli komplain kepada pihak penjual. Namun sayangnya, justru pihak penjual berdalih. Pihak penjual memberi alasan bahwa ada tolerance +-2cm. Risa sebagai pembeli justru tidak terima karena pihak penjual sangat tidak jujur dan berusaha mencari alasan.⁶ Kedua, Elok Yusfiatul Adya dengan Nomor Pesanan 220203H93R8BCX dan Nomor Pengajuan:220211180425304, Kode Laporan:1490516717144752194, membeli voopoo vinci modpod yang 100% authentic sebanyak 3 pcs serta mod smok RPM 40 Starterkit authentic sebanyak 2 pcs. Namun yang datang justru sama dengan kasus risa sebelumnya, tidak sesuai dengan dideksripsi yang menyatakan

⁶ Risa syafril selaku salah satu konsumen di kota Pekanbaru, diwawancari pada tanggal 13 Juni 2022

bahwa voopo 100% authentic yang datang justru voopoo vinsi pod sebanyak 5 pcs Clone/Palsu/Tidak Authentic. Elok pun komplain dengan sipenjual. Tapi chat Elok tidak dibalas olehnya.⁷

Aspek tanggung jawab juga berlaku untuk pelaku usaha, dalam hal ini penyelesaian komplain antara konsumen dengan pelaku usaha telah diatur dalam beberapa peraturan. Dalam ketentuan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata pasal 1313, menyebutkan “suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dimana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya dengan satu orang lain atau lebih”. Lebih lanjut dalam ketentuan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 pasal 1 angka 17 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, menyebutkan “kontrak elektronik adalah perjanjian yang termuat dalam dokumen elektronik atau media elektronik lainnya”.⁸ Sehingga transaksi jual beli tak bisa dilepas dari perjanjian, dikarenakan tahap jual beli harus berawal dari kesepakatan, dimana kesepakatan ini sudah dicantumkan dalam sebuah perjanjian.

Walaupun begitu sebebapapun seseorang membuat kontrak tetap wajib diperhatikan syarat sah perjanjian sesuai dengan yang tercantum pada pasal 1320 KUHPerdata, tidak menentang peraturan hukum positif, kesesuaian

7

<https://mediakonsumen.com/2022/02/13/surat-pembaca/klaim-pesanan-di-shlmopee-atas-barang-palsu-dan-tidak-sesuai-pesanan>

⁸ Edmon Makarim, “*Kompilasi Hukum Telematik*”, (Jakarta : PT Raja Grafindo 2004), hlm.20

serta ketertiban umum. “Perjanjian antara dua pihak atau lebih melahirkan hak dan kewajiban pada masing-masing pihak sehingga jika salah satu pihak tidak memenuhi kewajibannya dengan sukarela, pihak yang lain dapat menuntutnya”. Untuk dijadikan sebuah pembelajaran terhadap masyarakat mengenai suatu perjanjian atau kontrak.

Mengenai Perlindungan Konsumen dalam hal transaksi elektronik telah diatur dalam Pasal 19 sampai dengan Pasal 28 dan Pasal 15 sampai Pasal 22 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Pasal 19 ayat (1) Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen menyatakan bahwa “pelaku usaha bertanggungjawab memberikan ganti rugi atas kerusakan pencemaran dan/ atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan”.⁹

Aspek ini berlaku pada saat pelaku usaha melakukan perbuatan yang menyebabkan kerugian bagi konsumen. Akan tetapi proses mediasi antara antara konsumen dengan pelaku usaha belum sepenuhnya dijadikan sebagai sarana penyelesaian oleh konsumen. Hal ini disebabkan pengetahuan dan syarat complain yang belum banyak diketahui oleh konsumen maupun pelaku usaha.

Berdasarkan uraian kasus tersebut diatas bahwa Penyelesaian sengketa yang terjadi antara konsumen dan pelaku usaha menjadi

⁹ Pasal 19 ayat (1) Undang Nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

permasalahan yang menarik untuk dikaji lebih dalam. Untuk menyelesaikan sengketa konsumen, Pasal 45 Ayat (1) Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen memberikan dua pilihan yaitu menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka Penulis tertarik untuk meneliti permasalahan ini dengan judul "*Mediasi Antara Konsumen Dan Pelaku Usaha Pada Transaksi Ecommerce*".

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah penyelesaian proses mediasi antara pelaku usaha dan konsumen?
2. Bagaimana proses mediasi antara pelaku usaha dan konsumen pada transaksi *E-Commerce* ditinjau dari perlindungan konsumen?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

- a) Tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini adalah :
 1. Untuk mengetahui penyelesaian proses mediasi antara pelaku usaha dan konsumen.
 2. Untuk mengetahui proses mediasi antara pelaku usaha dan konsumen pada transaksi *E-Commerce* ditinjau dari perlindungan konsumen.
- b) Kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Ilmu Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Riau.
2. Dari segi teoritis untuk menambah khazanah ilmu pengetahuan mengenai penyelesaian proses mediasi antara pelaku usaha dan konsumen.
3. Sebagai salah satu referensi bagi peneliti berikutnya yang mengkaji permasalahan yang sama.

D. Kerangka teori

1. Teori Penyelesaian Sengketa

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (selanjutnya disebut KBBI), pengertian sengketa adalah 1) sesuatu yang menyebabkan perbedaan pendapat; pertengkar; perbantahan. 2) pertikaian; perselisihan. 3) perkara (dalam pengadilan). Menurut Nurnaningsih Amriani, sengketa merupakan perselisihan yang terjadi antara para pihak dalam perjanjian karena adanya wanprestasi yang dilakukan oleh salah satu pihak dalam perjanjian tersebut.¹⁰ Sedangkan menurut Takdir Rahmadi, sengketa adalah situasi dan kondisi dimana orang-orang saling mengalami perselisihan yang bersifat factual maupun

¹⁰ Nurnaningsih Amriani. 2012. *Mediasi Alternatif Penyelesaian Sengketa Perdata di Pengadilan*. Jakarta. Penerbit : PT. Raja Grafindo Persada. hlm. 13.

perselisihan menurut persepsi mereka saja.¹¹

2. Teori Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.¹² Perlindungan Konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri.¹³

Hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk konsumen dan antara penyedia dan penggunaannya, dalam kehidupan masyarakat.¹⁴

Dalam transaksi *e-commerce*, aspek tanggung jawab juga berlaku untuk pelaku usaha dalam hal penelitian ini merupakan tanggung jawab Tokopedia.

Aspek tanggung jawab pelaku usaha dalam UU Perlindungan Konsumen diatur dalam Pasal 19 sampai dengan Pasal 28. Aspek ini berlaku pada saat pelaku usaha melakukan perbuatan yang menyebabkan kerugian bagi konsumen.

E. Kerangka Konseptual

1. Mediasi adalah tata cara berdasarkan “itikad baik” dimana para pihak yang bersengketa menyampaikan saran-saran melalui jalur yang bagaimana sengketa akan diselesaikan oleh mediator, karena mereka sendiri tidak mampu melakukannya. Melalui kebebasan ini dimungkinkan kepada mediator memberikan penyelesaian yang inovatif melalui suatu bentuk penyelesaian yang tidak dapat dilakukan oleh pengadilan, akan tetapi para pihak yang bersengketa memperoleh manfaat yang saling menguntungkan.¹⁵
2. Konsumen adalah adalah pemakai, pengguna atau pemanfaat barang dan atau jasa baik untuk diri sendiri maupun keluarga (*non komersial*) dan makhluk lainnya.¹⁶
3. Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk

¹¹ Takdir Rahmadi. 2017. *Mediasi Penyelesaian Sengketa Melalui Pendekatan Mufakat*. Jakarta. Penerbit : PT. Raja Grafindo Persada. hlm. 1

¹² Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1 Angka (1).

¹³ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2006, hlm.9.

¹⁴ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta : Kencana Prenada Media Grup, 2013, hlm.23-24

¹⁵ Mardalena Hanifah, *Mediasi sebagai Alternatif Penyelesaian Sengketa Perdata di Pengadilan, Jurnal Hukum Acara Perdata*. Vol 2, No.1.2016. hlm.3

¹⁶ Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, *Liku- liku Perjalanan Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: YLKI dan USAID, 2001. Cet. 1, hlm. 1

badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.¹⁷

4. Transaksi adalah persetujuan jual beli (dalam perdagangan) antara dua pihak.¹⁸
5. *E-Commerce* adalah aktifitas atau transaksi perdagangan melalui media internet.¹⁹
6. Perlindungan hukum adalah suatu perbuatan untuk menjaga kepentingan subyek-subyek hukum dengan peraturan-peraturan atau kaidah yang berlaku.²⁰
7. Perlindungan Konsumen adalah “suatu perlindungan yang diberikan kepada subyek hukum sesuai dengan aturan hukum, baik itu yang bersikap pencegahan (preventif) maupun yang bersifat pemaksaan (represif), baik secara tertulis maupun tidak tertulis dalam rangka menegakkan peraturan hukum.²¹

¹⁷ Pasal 1 Angka 3 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

¹⁸ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 2002, hlm. 1650.

¹⁹ Panggih P. Dwi Atmojo, *Internet Untuk Bisnis I*, Jogjakarta : Dirkomnet Training, 2002. hlm. 6

²⁰ Philipus M. Hadjon, *Op.cit.*, hlm. 10.

²¹ Happy Susanto. *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*. Jakarta: Visimedia, 2008. hlm. 18.

8. Tanggung jawab menurut kamus umum Bahasa Indonesia adalah, keadaan wajib menanggung segala sesuatunya. Sehingga bertanggung jawab menurut kamus Bahasa Indonesia adalah berkewajiban menanggung, memikul jawab, menanggung segala sesuatunya, atau memberikan jawab dan menanggung akibatnya.²²

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian hukum ini merupakan penelitian hukum normatif yang berorientasikan kepada norma-norma hukum positif (*ius constitutum*) yaitu: penelitian yang lebih fokus kepada implementasi norma-norma. Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian terhadap asas-asas hukum yang merupakan patokan-patokan berperilaku atau bersikap tidak pantas dengan memanfaatkan metode deskriptif.²³

2. Sumber Data

Penulis dalam melakukan penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu data yang sudah jadi. Adapun data sekunder terdiri dari :

a. Bahan Hukum Primer

Yakni bahan-bahan ilmu hukum yang berhubungan erat dengan penelitian yaitu:

²²

<http://zaysscremeemo.blogspot.com/2012/06/pengertian-tanggung-jawab.html> diakses pada tanggal 24 April 2018.

²³ Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta: 2009, hlm. 25.

- 1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
- 2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen;
- 3) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 Tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian sengketa
- 4) Undang-Undang 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan penelitian yang berasal dari literatur dan hasil karya ilmiah dari kalangan hukum yang berkaitan dengan pokok pembahasan.

c. Bahan Hukum Tersier

Yaitu bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder seperti Kamus Besar Bahasa Indonesia, kamus hukum, internet dan lain sebagainya.²⁴

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam Penelitian Hukum Normatif adalah metode penelitian kepustakaan (*library research*) yaitu memanfaatkan perpustakaan sebagai sarana dalam mengumpulkan data.

²⁴ Burhan Ashshofa, *Op.cit*, hlm. 103.

4. Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis data yang dilakukan adalah analisis kualitatif, merupakan tata cara penelitian yang menghasilkan data deskriptif, yaitu apa yang dinyatakan tertulis.²⁵ Penulis menarik suatu kesimpulan secara deduktif, yaitu menarik kesimpulan dari hal-hal yang bersifat khusus, dimana kedua fakta tersebut dijumpai oleh teori-teori.²⁶

II. PEMBAHASAN

A. Penyelesaian Proses Mediasi Antara Pelaku Usaha Dan Konsumen

1. Kasus Posisi Antara Pelaku Usaha Dan Konsumen

Di dalam proses transaksi elektronik, terkadang ada beberapa persoalan yang dihadapi. Salah satu persoalan yang paling sering terjadi adalah antara pelaku usaha dengan konsumen. Pada bagian ini penulis akan menguraikan beberapa permasalahan yang terjadi transaksi E-Commerce. Yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Risa syafril membeli sebuah handuk disalah satu Toko yg bernama @Tokohandukonline.

Dalam deskripsi penjual menulis ukuran handuk 60×120cm. Namun, pada

²⁵ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, 1983, hlm. 32

²⁶ Aslim Rasyat, *Metode Ilmiah : Persiapan Bagi Peneliti*, Universitas Riau Press, Pekanbaru, 2005, hlm. 20.

saat handuk tersebut tiba kepada pembeli, pada saat pembeli mengecek ternyata lebar handuk kurang dari 2cm yaitu menjadi 58cm. Pembeli komplain kepada pihak penjual. Namun sayangnya, justru pihak penjual berdalih. Pihak penjual memberi alasan bahwa ada tolerance - +2cm.

Risa sebagai pembeli justru tidak terima karena pihak penjual sangat tidak jujur dan berusaha mencari alasan. Risa lalu mengajukan pengembalian dana karena barang yang ia terima tidak sesuai dideskripsi. Tetapi, pihak penjual menolak dan menawarkan kepada si pembeli (risa) untuk diselesaikan secara banding di aplikasi shopee. Dengan berbagai macam bukti yang dikirimkan oleh risa serta berbagai macam alasan dari pihak penjual. Tim shopee langsung mengambil putusan berdasarkan "bukti", akhirnya tim shopee sebagai pihak yang melakukan mediasi pun menyetujui pengajuan pengembalian dana yang diajukan Risa sebagai pembeli.²⁷

2. Elok Yusfiatul Adya dengan Nomor Pesanan 220203H93R8BCX dan Nomor Pengajuan: 220211180425304, Kode Laporan:149051671714 4752194, membeli voopoo vinci modpod yang 100% authentic sebanyak 3 pcs serta mod smok RPM 40 Starterkit authentic sebanyak 2 pcs. Namun yang datang justru sama dengan kasus risa sebelumnya, tidak sesuai dengan dideskripsi yang menyatakan bahwa voopo 100% authentic yang datang justru voopoo vinci pod sebanyak 5 pcs Clone/Palsu/Tidak Authentic. Elok pun komplain dengan sipenjual. Tapi chat Elok tidak dibalas olehnya Akhirnya Elok meminta bantuan shopee untuk penyelesaian permasalahan ini. Dan dengan segala "bukti" yang dikirimkan Elok, akhirnya ajukan pengembalian dana atas nama Elok disetujui oleh pihak shopee.²⁸

Berdasarkan uraian kasus di atas, aspek tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen tidak terlaksanakan dengan sebagaimana mestinya. Terhadap 5 kasus diatas terlihat bahwa

²⁷ Risa syafril selaku salah satu konsumen di kota Pekanbaru, diwawancara pada tanggal 13 Juni 2022

28
<https://mediakonsumen.com/2022/02/13/surat-pembaca/klaim-pesanan-di-shlmopee-atas-barang-palsu-dan-tidak-sesuai-pesanan>, di akses pada tanggal 17 Juni 2022.

konsumen memiliki posisi yang rentan dalam menuntut ganti kerugian kepada pelaku usaha. Sementara pelaku usaha sangat abai dan bahkan menghindari tanggung jawabnya untuk merespon dan memberikan ganti kerugian atas barang yang di komplen oleh konsumen. Padahal aspek tanggung jawab juga berlaku untuk pelaku usaha, dalam hal ini penyelesaian komplain antara konsumen dengan pelaku usaha, dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen diatur dalam Pasal 19 sampai dengan Pasal 28 dan Pasal 15 sampai Pasal 22 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Pasal 19 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa “pelaku usaha bertanggungjawab memberikan ganti rugi atas kerusakan pencemaran dan/ atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan”.

2. Mediasi dalam Penyelesaian Sengketa antara Pelaku Usaha dengan Konsumen

Sengketa bisnis memerlukan penyelesaian secara cepat dan sederhana serta biaya perkara relatif sedikit dengan hasil penyelesaian dapat diterima oleh kedua belah pihak yang bersengketa tanpa menimbulkan masalah baru atau memperpanjang sengketa. Berbagai cara dapat dilakukan untuk menyelesaikan sengketa

bisnis, baik melalui pengadilan (litigasi) maupun proses di luar pengadilan (non litigasi), namun penyelesaian sengketa bisnis lebih disukai melalui cara non litigasi meskipun seringkali tidak dapat menyelesaikan masalah secara tuntas, sehingga cara non litigasi bukan juga merupakan pilihan penyelesaian sengketa yang tepat guna. Penyelesaian sengketa melalui Pengadilan (litigasi) dianggap tidak efektif dan efisien sehingga akan mengganggu atau menghambat kegiatan bisnis. Hal ini disebabkan proses perkara ke pengadilan harus menempuh prosedur beracara yang sudah ditetapkan dan tidak boleh disimpangi, sehingga memerlukan waktu yang lama, tidak melindungi kerahasiaan, serta hasilnya ada pihak yang kalah dan yang menang, sehingga akan memperpanjang persengketaan karena dimungkinkan melanjutkan perkara ke pengadilan yang lebih tinggi (upaya hukum) meskipun terdapat asas peradilan yang cepat, sederhana dan biaya murah.²⁹

Penyelesaian sengketa yang terjadi antara konsumen dan pelaku usaha, dapat diselesaikan melalui jalur litigasi (melalui pengadilan)

²⁹Hanum Rahmaniar Helmi, Eksistensi Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam Memutus Sengketa Konsumen di Indonesia, *Jurnal Hukum Acara Perdata*, Vol. 1, No. 1, Januari–Juni 2015, hlm. 85.

dan jalur nonlitigasi (tidak melalui pengadilan). Penyelesaian melalui lembaga litigasi dianggap kurang efisien baik waktu, biaya, maupun tenaga, sehingga penyelesaian melalui lembaga non litigasi banyak dipilih oleh masyarakat dalam menyelesaikan sengketa dimaksud. Meskipun demikian pengadilan juga tetap muara terakhir bila di tingkat non litigasi tidak menemui kesepakatan.³⁰

Menurut penulis, penyelesaian proses mediasi antara pelaku usaha dan konsumen dilakukan dalam rangka memberikakan manfaat bagi para pihak yang menjalaninya, karena para pihak sudah mencapai kesepakatan yang mengakhiri persengketaan secara adil dan saling menguntungkan. Dimana para pihak yang bersengketa bersedia untuk bertemu dalam suatu proses mediasi, setidaknya mampu memberi klarifikasinya akar dari persengketaan tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, penyelesaian proses mediasi antara pelaku usaha dan konsumen tidak terlaksana dengan baik. Hal ini dikarenakan dalam proses penyelesaian mediasi tersebut pelaku usaha tidak menunjukkan iktikad baik dalam merespon complain

dari konsumen. Pelaku usaha menunjukkan sikap yang tidak kooperatif dalam upaya penyelesaian. Konsumen dituntut harus membuktikan terlebih dahulu kerugian yang dialami. Setelah pihak penyedia jasa *E-Commerce* yang akan melakukan verifikasi terhadap alat bukti yang diberikan oleh konsumen, setelah itu pelaku usaha melakukan ganti rugi terhadap kerugian yang dialami oleh konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa proses mediasi di atas tersebut masih memiliki proses Panjang dan membutuhkan perjuangan dari konsumen.

B. Proses Mediasi Antara Konsumen Dan Pelaku Usaha pada Transaksi *Ecommerce* Ditinjau Dari Perlindungan Konsumen.

Salah satu masalah yang mendasar dari Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah ketentuan mengenai penyelesaian sengketa konsumen. Di lain pihak, kondisi dan fenomena tersebut dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang. Konsumen dapat menjadi objek aktivitas bisnis dari pelaku usaha melalui iklan, promosi, cara penjualan, serta penerapan perjanjian-perjanjian standar yang merugikan konsumen. Hal ini disebabkan karena kurangnya pendidikan konsumen, dan rendahnya

³⁰ Aries Kurniawan, *Peranan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen*, Kompas, 6 Agustus 2008, hlm.3.

kesadaran akan hak-hak dan kewajibannya.

Penyelesaian sengketa yang terjadi antara konsumen dan pelaku usaha dapat diselesaikan melalui jalur litigasi (melalui pengadilan) dan jalur nonlitigasi (tidak melalui pengadilan). Penyelesaian, melalui Lembaga litigasi dianggap kurang efisien baik waktu, biaya, maupun tenaga, sehingga penyelesaian melalui lembaga non litigasi banyak dipilih oleh masyarakat dalam menyelesaikan sengketa dimaksud. Meskipun demikian pengadilan juga tetap akan menjadi muara terakhir bila di tingkat non litigasi tidak menemui kesepakatan.³¹

Adapun proses proses mediasi antara pelaku usaha dan konsumen dalam penelitian permasalahan ini antara lain sebagai berikut:

1) Tahap Pramediasi

Tahap ini adalah tahap awal dimana mediator Menyusun sejumlah langkah dan juga persiapan sebelum mediasi akan benar-benar dimulai. Tahap pramediasi ini merupakan tahap paling penting karena pada tahap inilah menentukan berjalan atau tidaknya mediasi selanjutnya. Pada tahap ini mediator beberapa langkah lain, yaitu: membangun kepercayaan diri,

menghubungi para pihak, menggali dan memberikan informasi awal mediasi, focus pada masa depan, mengkoordinir pihak yang bersengketa, mewaspadai perbedaan budaya, menentukan siapa saja yang hadir, menentukan tujuan diadakannya pertemuan, kesepakatan waktu dan tempat, dan menciptakan rasa aman bagi kedua belah pihak untuk bertemu dan membicarakan perselisihan yang ada diantara mereka.³²

2) Tahap Pelaksanaan Mediasi

Tahap pelaksanaan mediasi ini adalah tahap dimana pihak-pihak yang bersengketa sudah saling berhadapan, dan siap memulai proses mediasi. dalam proses ini juga ada beberapa langkah, diantaranya adalah sebagai berikut: sambutan pendahuluan oleh mediator, presentasi dan juga pemaparan kisah oleh para pihak, mengurutkan dan mencari titik terang permasalahan para pihak, berdiskusi dan negosiasi masalah yang disepakati, menciptakan pilihan-pilihan, menemukan titik kesepakatan dan merumuskan keputusan, mencatat dan membacakan kembali keputusan, dan menutup mediasi.³³

3) Tahap Akhir dan Implementasi

³¹ Aries Kurniawan, *Peranan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen*, Kompas 6 Agustus 2008, hlm.3.

³² *Ibid.*, hlm. 37

³³ *Ibid.*, hlm. 44.

Hasil Mediasi Pada tahap ini dimana para pihak hanyalah menjalankan hasil-hasil yang sudah disepakati, dimana hal tersebut sudah tertuang dalam satu perjanjian tertulis. Para pihak yang bersengketa menjalankan hasil kesepakatan berdasarkan komitmen yang telah ditunjukkan oleh para pihak selama dalam proses mediasi.³⁴

Berdasarkan uraian di atas, dalam pelaksanaannya proses mediasi antara pelaku usaha dan konsumen tidak terlaksana sebagaimana setiap tahapan diatas dengan baik. Hal ini dikarenakan dalam proses mediasi tersebut konsumen tidak mengetahui tahapan tersebut diatas. Proses mediasi antara pelaku usaha dan konsumen semakinsulit dengan adanya sikap pelaku usaha tidak menunjukkan iktikad baik dalam merespon komplain dari konsumen. Pelaku usaha menunjukkan sikap yang tidak kooperatif dalam upaya penyelesaian. Konsumen dituntut harus membuktikan terlebih dahulu kerugian yang dialami.

Sudah seharusnya jika dalam menerima barang, kemudian jika barang tersebut tidak sesuai dengan gambar atau deskripsi, maka anda bisa melakukan proses return atau pengajuan pengembalian barang. Berdasarkan kesimpulan diatas artinya bahwa setiap orang diberikan kemudahan dalam melakukan transaksi serta dijamin

kepastian hukumnya. Jika dikaitkan dengan konsep penyelesaian sengketa bahwa Penyelesaian sengketa ini merupakan falsafah nenek moyang bangsa Indonesia yang telah berkembang di tengah-tengah masyarakat, misalnya masyarakat antar daerah yang bertikai lebih mengutamakan menyelesaikannya dalam bentuk “musyawarah”.

Jika dikaitkan dengan teori perlindungan konsumen, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.³⁵ Sudah seharusnya aspek ini berlaku pada saat pelaku usaha melakukan perbuatan yang menyebabkan kerugian bagi konsumen. Akan tetapi proses mediasi antara antara konsumen dengan pelaku usaha belum sepenuhnya dijadikan sebagai sarana penyelesaian oleh konsumen. Hal ini disebabkan pengetahuan dan syarat complain yang belum banyak diketahui oleh konsumen maupun pelaku usaha.

Menurut penulis bahwa sudah seharusnya diatur penyelesaian proses secara mediasi antara pelaku usaha dan konsumen. Mengingat mediasi adalah upaya penyelesaian sengketa melalui perundingan dengan bantuan pihak ketiga netral (*mediator*) guna mencari bentuk penyelesaian yang dapat

³⁴ *Ibid.*, hlm. 53

³⁵ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1 Angka (1).

disepakati para pihak. Perlu adanya penegasan dan sanksi terhadap pelaku usaha yang tidak menunjukkan iktikad baik dalam merespon komplain dari konsumen. Harus ada ketentuan yang mengikat pelaku usaha untuk menunjukkan sikap yang kooperatif dalam upaya penyelesaian. Para konsumen juga harus lebih berhati-hati ketika melakukan transaksi ini, konsumen tidak boleh menerima begitu saja informasi mengenai barang dan jasa yang ditawarkan oleh penjual, untuk mengantisipasi terjadinya kecurangan maupun penipuan dalam setiap proses transaksi jual beli secara online.

III. PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Penyelesaian proses mediasi antara pelaku usaha dan konsumen dilakukan dalam rangka penyelesaian secara cepat dan sederhana serta biaya perkara relatif sedikit dengan hasil penyelesaian dapat diterima oleh kedua belah pihak yang bersengketa tanpa menimbulkan masalah baru atau memperpanjang sengketa. Penyelesaian proses mediasi antara pelaku usaha dan konsumen tidak terlaksana dengan baik. Pelaku usaha menunjukkan sikap yang tidak kooperatif dalam upaya penyelesaian. Hal ini dikarenakan dalam proses penyelesaian mediasi tersebut pelaku usaha tidak menunjukkan iktikad baik dalam merespon komplain

dari konsumen. Pelaku usaha menunjukkan sikap yang tidak kooperatif dalam upaya penyelesaian.

2. Proses mediasi antara pelaku usaha dan konsumen tidak terlaksana sebagaimana setiap tahapan diatas dengan baik. Hal ini dikarenakan dalam proses mediasi tersebut konsumen tidak mengacu dan tidak mengetahui tahapan tersebut diatas. Proses mediasi antara pelaku usaha dan konsumen semakin sulit dengan adanya sikap pelaku usaha tidak menunjukkan iktikad baik dalam merespon komplain dari konsumen. Pelaku usaha menunjukkan sikap yang tidak kooperatif dalam upaya penyelesaian.

B. Saran

1. Seharusnya penyelesaian proses mediasi antara pelaku usaha dan konsumen menjadi alternatif utama. Perlu ada upaya penegasan penyelesaian proses mediasi antara pelaku usaha dan konsumen agar terlaksana dengan baik agar dalam proses penyelesaian mediasi tersebut pelaku usaha menunjukkan iktikad baik dalam merespon komplain dari konsumen.
2. Perlu ada pengaturan secara tegas mengenai proses mediasi antara pelaku usaha dan konsumen. Hal ini dikarenakan dalam proses mediasi terwujudnya acuan, pedoman dan implikasi bagi para pihak. Sehingga dengan adanya adanya pengaturan secara tegas mengenai proses

mediasi antara pelaku usaha dan konsumen akan menimbulkan kepastian dan perlindungan bagi para pihak yang bersengketa. Hal ini penting karena hanya hukum yang memiliki kekuatan untuk memaksa pelaku usaha untuk mentaatinya, dan juga hukum memiliki sanksi yang tegas

Pada Kontrak Baku Elektronik Terkait Transaksi Elektronik”, *Jurnal Ilmiah Living Law* 7 No. 1 (2015), diakses pada 26 maret 2022

Grace Joice S.N Rumimper, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Melalui Internet”, Vol.I, No.3 Juli-September, 2013.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Abdul Halim Barkatulah, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen: Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*, Ctk. Pertama, Bandung: Nusa Media.

Muhammad, Abdulkadir, 2010. “*Hukum Perusahaan Indonesia*”, Citra Aditya Bakti.

Munir Fuady, 2008, *Pengantar Hukum Bisnis-Menata Bisnis Modern di Era Global*, Bandung: Aditya Bakti.

Nasution, Az. 2006. “*Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*”, Jakarta; Diadit Media.

Nugroho, Adi Sulistyoyo, 2016, *E-commerce teori dan Implementasi*, (Yogyakarta: Ekuilibria).

B. Jurnal/Makalah

Deky Pariadi, *Pengawasan E-Commerce dalam Undang-Undang Perdagangan dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, Vol.48 No.3, September 2016.

Edy Santoso, “Tinjauan Hukum Atas Click Wrap Agreement

C. Peraturan PerUndang-Undangan

Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata;

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen;

Undang-Undang 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi.

D. Website

<https://mediakonsumen.com/2022/02/13/surat-pembaca/klaim-pesanan-di-shopee-atas-barang-palsu-dan-tidak-sesuai-pesanan>, di akses pada tanggal 17 Juni 2022.

<https://mediakonsumen.com/2022/01/13/surat-pembaca/kecewa-dan-dirugikan-oleh-penjual-dan-tim-mediiasi-shopee-terkait-komplain-masalah-keaslian-produk>, di akses pada tanggal 17 Juni 2022.