

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP
KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE
BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NO 8
TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN
KONSUMEN¹**

Oleh: Yuliana Fransiska Tan²

ABSTRAK

Pada pengertian ini *E-Commerce* merupakan suatu transaksi komersial yang dilakukan antar penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, pelayanan atau peralihan hak. Transaksi komersial ini terdapat di dalam media elektronik (media digital) yang secara fisik tidak memerlukan pertemuan para pihak yang bertransaksi dan keberadaan media ini di dalam *Public network* atau sistem yang berlawanan dengan *private network* (sistem tertutup). Metodologi yang digunakan ialah yuridis normatif yakni penelitian hukum yang mencakup asas-asas hukum, sistematika hukum, penelitian terhadap hukum baik yang berjalan secara operasional oleh institusi maupun dalam hal proses penyelesaian hukum dalam praktis untuk kemudian dilakukan penelitian terhadap sinkronisasi vertikal dan horizontal. Teknik pengumpulan data menggunakan studi kepustakaan seperti Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Kata kunci: Perlindungan Hukum, Konsumen, Transaksi E-commerce, Perlindungan Konsumen.

PENDAHULUAN

Saat ini dunia telah memasuki era global. Pada era global ini, kemajuan teknologi informasi terutama komputer sangat cepat.³ Dengan adanya jual beli melalui internet ini berkembang pula bisnis virtual, seperti virtual store dan virtual company di mana pelaku

bisnis menjalankan bisnis dan perdagangan melalui media internet dan tidak lagi mengandalkan bisnis perusahaan konvensional yang nyata. Di negara-negara maju, perkembangan bisnis lewat internet ini dapat berkembang cepat dengan adanya dukungan dari sarana settlement yang tersedia, seperti system delivery yang cepat dan dapat dipercaya, cara pembayaran yang aman dan terutama dukungan perangkat hukum yang ada.⁴

Hubungan hukum dalam *E-Commerce* tersebut timbul sebagai perwujudan dari asas kebebasan berkontrak yang mengikat para pihak. Hal ini diatur dalam "buku wajib" aturan hukum perdata di Indonesia, yaitu Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPperdata) yang menyatakan bahwa semua perjanjian yang dibuat sah berlaku halnya sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.⁵

Meskipun demikian, kebebasan berkontrak dalam *E-Commerce* tetap mempunyai pembatasan-pembatasan dalam KUHPperdata, sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPperdata yang menyatakan bahwa sahnya suatu perjanjian wajib didasarkan pada:

1. Kesepakatan mereka yang mengikatkan diri (*agreement*);
2. Kecakapan dari pihak-pihak (*capacity*);
3. Mengenai hal tertentu (*certainty of terms*);
4. Suatu sebab yang halal (*consideration*).⁶

Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 4 telah mengatur hak-hak konsumen yang meliputi:⁷

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa

¹ Artikel Tesis. Dosen Pembimbing : Prof. Dr. A. J. Lonan, SH, MH; Dr. Ronny A. Maramis, SH, MH

² Mahasiswa pada Pascasarjana Universitas Sam Ratulangi, Manado

³ Andi, 2002. *Apa dan Bagaimana E-Commerce*, Wahana. Yogyakarta, hlm. 3

⁴ Asril Sitompul, 2001. *Hukum Internet Pengenalan mengenai masalah Hukum di Cyber space*, Citra Aditya Bhakti. Bandung, hlm. 1

⁵ Resa Raditio, 2014. *Aspek Hukum Transaksi Elektronik Perikatan, Pembuktian, dan Penyelesaian sengketa*, Graha Ilmu, Jakarta, hlm. 8

⁶ *Ibid*, hlm. 8-9

⁷ Resa Raditio, *Aspek Hukum Transaksi Elektronik Perikatan, Pembuktian, dan Penyelesaian sengketa Op.Cit*, hlm. 157

- tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
 4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
 5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan dan pendidikan konsumen;
 6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
 7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
 8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
 9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Dalam Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik ini yang dimaksud dengan transaksi elektronik adalah “perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya”. Sesuai dengan pengertian di atas, maka kegiatan jual-beli yang dilakukan melalui komputer ataupun handphone dapat dikategorikan sebagai salah satu transaksi elektronik.

Terdapat beberapa kasus yang terjadi dalam transaksi elektronik tersebut, yang pertama yaitu kasus yang dialami oleh Rizky Kartadikaria yang melakukan transaksi jual-beli *online* lewat situs Lazada.com, di mana pihak pembeli sudah melakukan negosiasi dan pembayaran untuk membeli sebuah telepon genggam merk Asus Zenfone 6 dengan penjual, tetapi setelah barang tersebut sampai di tangan pembeli barang tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati, di dalam paket tersebut tidak berisi telepon genggam merk Asus Zenfone 6 melainkan 2 kotak pengharum pakaian (Kispray)⁸, yang kedua yaitu kasus penipuan

⁸ Adhy Maulana, 2015. *Lazada Sudah Temukan Pelaku Kasus Beli Smartphone Dapat Kispray*, Liputan 6,. Web. 9

yang terjadi di situs *online* tokobagus.com di mana ada oknum yang berpura-pura menjual sepeda motor dengan harga yang sangat murah tetapi setelah terjadi transaksi jual-beli barang yang telah di beli tersebut tidak dikirim oleh penjual.⁹

Kondisi inilah yang seringkali timbul dalam setiap transaksi dengan mempergunakan internet. Faktor-faktor yang menjadi penyebab lemahnya kedudukan konsumen dalam melakukan transaksi perdagangan antara lain: ketidaktahuan konsumen pada mitra bisnisnya, kurang pemahannya konsumen pada mekanisme transaksi, kurang jelasnya informasi yang diberikan produsen mengenai produk yang ditawarkan.¹⁰ Sebaliknya Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang sekarang berlaku di Indonesia masih berbasis pada sesuatu yang sifatnya fisik belum kepada virtual/maya. Transaksi perdagangan melalui media elektronik atau lazim disebut *Electronic Commerce* menyisakan berbagai permasalahan yang belum ada pengaturannya. Dalam pelaksanaannya, *E-Commerce* ini mengalami permasalahan khususnya berkaitan dengan kontrak, perlindungan konsumen, pajak, yurisdiksi dan *digital signature*.¹¹

METODOLOGI PENELITIAN

1. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis normatif yaitu mencakup asas-asas hukum, sistematika hukum, penelitian terhadap hukum baik yang berjalan secara operasional oleh institusi maupun dalam hal proses penyelesaian hukum dalam praktis untuk kemudian dilakukan penelitian terhadap sinkronisasi vertikal dan horizontal.

2. Jenis Data Penelitian

Dalam penelitian ini yang digunakan data yang terdiri dari: (a) Data Primer yang

July 2015.
<http://teknoliputan6.com/read/2268889/kasus-lagi-beli-asus-zenfone-6-di-lazada-malah-dapat-kispray>

⁹ *Awas, Penipuan Penjual Motor di Tokobagus.com Berkeliaran*, Tribun Jakarta, 2013. Web. 23 Agustus 2013.
<http://www.tribunnews.com/metropolitan/2013/08/23/a-was-penipu-penjual-motor-di-tokobaguscom-berkeliaran>

¹⁰ *Ibid*, hlm. 146

¹¹ *Ibid*, hlm. 133-135

meliputi produk lembaga legislatif yaitu Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan Undang-Undang No 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. (b) Data Sekunder yaitu bahan hukum yang diperoleh dengan menggunakan buku-buku dan literatur yang terkait dengan objek penelitian.

3. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data terfokus pada data sekunder yang dilakukan dengan Studi Kepustakaan yang sering disebut sebagai Studi Dokumenter atau literatur study seperti: Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang No 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

4. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah dengan metode Kualitatif yaitu suatu tata cara penelitian yang menghasilkan data deskriptif-analitis dengan tujuan tidak semata-mata untuk mengungkapkan kebenaran belaka, akan tetapi untuk memahami kebenaran tersebut.

HASIL PEMBAHASAN

A. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah dapat melindungi konsumen dalam melakukan transaksi E-commerce

Perikatan dalam suatu transaksi menimbulkan suatu janji bahwa satu pihak berjanji untuk melakukan sesuatu hal, sedangkan pihak lain berhak menuntut pelaksanaan janji itu. Hal ini perlu ditekankan karena apabila salah satu pihak yang telah menyepakati isi perjanjian kemungkinan tidak mematuhi, pihak tersebut dapat dikatakan wanprestasi. Untuk memahami konsep tanggung jawab dijalankan oleh para pihak usaha dalam permasalahan yang dihadapi konsumen, tanggung jawab tersebut dibagi menjadi tiga bagian yaitu sebagai berikut:

1. Tanggungjawab atas Informasi

Pihak pelaku usaha harus dapat memberikan informasi yang memadai dan jelas bagi konsumen dalam memilih barang. Menurut Howard Beales et, Al,¹² standar umum mengenai informasi yang harus diberitahukan kepada konsumen adalah mengenai harga, kualitas dan keterangan-keterangan lain yang dapat membantu konsumen dalam memutuskan untuk membeli barang sesuai dengan kebutuhan dan kualitas barang.

Pada gilirannya hal tersebut dapat membantu produsen untuk menetapkan bentuk atau standar produk yang ditawarkan kepada konsumen. Tentunya disini prinsip caveat venditor memegang peranan penting di mana pelaku usaha harus dapat membrikan perlindungan kepada konsumen dari produk-produk yang tidak aman. Jadi, pelaku usaha harus berhati-hati terhadap keluaran produk besar dari produk industry yang dihasilkannya. Intinya yang paling penting adalah informasi harus terbebas dari manipulasi data. Sejalan dengan tujuan perlindungan konsumen undang-undang Perlindungan Konsumen Pasal 3 butir d, yaitu "menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi,"

2. Tanggung Jawab Hukum Atas Produk (*Product Liability*)

Product Liability adalah tanggung jawab perdata secara langsung dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat menggunakan prosuk yang dihasilkannya. Ketentuan ini terdapat dalam Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan pelaku usaha bertanggungjawab memberikan ganti rugi atas:

- a. Kerusakan;
- b. Pencemaran; dan/atau

¹² Howard Beales et. Al, 1981. "The Efficient Regulation of Consumer Information", the Journal of Law an Economics, Vol XXIV, hlm. 491-539

c. Kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang yang dihasilkan atau diperdagangkan.

3. Tanggungjawab atas kemanan

Perlindungan terhadap kemanan sebuah sistem komputer harus dilakukan. Hal tersebut untuk menyikapi keinginan konsumen untuk bertransaksi secara aman. Pengamanan dalam bertransaksi meliputi sistem kemanan komunikasi, kemanan komputer, kemanan dari segi fisik, keamanan individu yang terlibat, kemanan secara administrative dan kemanan media yang digunakan. Keamanan yang diberikan bertujuan untuk mencegah ancaman yang mungkin timbul sebelum benar-benar terealisasi, meminimalkan kemungkinan terjadinya ancaman tersebut dan mengurangi akibat yang akan timbul setelah ancaman tersebut terealisasi.

Transaksi jual beli secara elektronik dilakukan oleh pihak yang terkait walaupun pihak-pihaknya tidak bertemu secara langsung satu sama lain, tetapi berhubungan melalui internet. Dalam jual beli secara elektronik, pihak-pihak yang terkait antara lain:¹³

1. Pelaku usaha atau merchant yang menawarkan sebuah produk melalui internet sebagai pelaku usaha
2. Pembeli yaitu setiap orang tidak dilarang oleh Undang-Undang, yang menerima penawaran dari pelaku usaha atau pelaku usaha dan berkeinginan melakukan transaksi jual beli produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha
3. Bank sebagai pihak penyalur dana dari pembeli atau konsumen kepada pelaku usaha atau pelaku usaha/ merchant, karena transaksi jual beli dilakukan secara elektronik, pelaku usaha dan pembeli tidak berhadapan melalui perantara dalam hal ini yaitu Bank
4. Provider sebagai penyedia jasa layanan akses internet.

Berikut ini adalah beberapa jenis transaksi pembayaran yang sering digunakan pada aktifitas jual beli secara online:¹⁴

1. Transfer Via Bank

Hampir seluruh toko online dan pelaku usaha personal di Indonesia menawarkan cara pembayaran transfer via bank. Cara pembayaran ini memiliki kelebihan lebih merakyat karena hampir semua orang mempunyai rekening bank. Namun juga mempunyai kelemahan, untuk memverifikasi pembayaran dibutuhkan waktu yang berbeda antara bank satu dan bank lainnya. Selain itu juga konsumen harus melakukan konfirmasi secara manual dengan cara mengirimkan bukti konfirmasi secara manual dengan cara mengirimkan bukti pembayaran yang telah discan, atau fax.

2. Kartu Kredit

Kartu kredit merupakan alat pembayaran yang semakin populer, selain memberikan kemudahan dan proses verifikasi, pembeli juga tidak perlu melakukan semua tahap transaksi. Akan tetapi karena tidak semua konsumen mempunyai kartu kredit sehingga cara pembayaran ini menjadi pilihan kedua. Bahkan pengguna dengan kartu kredit pun akan berusaha memastikan bahwa toko merchant memiliki tingkat keamanan yang tinggi guna menghindari tindakan pencurian data oleh pihak-pihak tertentu.

3. Paypal

Paypal tidak hanya memberikan kemudahan tetapi juga memberikan rasa aman karena media transaksi online ini memiliki tingkat keamanan yang nyaris sempurna. Sayangnya cara pembayaran ini tidak begitu populer di Indonesia.

4. Rekening Bersama atau Escrow

Cara pembayaran yang satu ini kian populer semenjak menanjaknya pamor kaskus. Sebagaimana besar pelaku usaha dan konsumen di forum tersebut menggunakan jenis pembayaran ini. Rekening bersama melibatkan pihak ketiga dalam proses transaksinya, dana

¹³ Edmon Makaram, 2003. *Kompilasi Hukum Telematika*, Rajawali Pers. Jakarta, hal. 365

¹⁴ <http://gadgetan.com/6-metode-pembayaran-transaksi-perdagangan-di-internet/41127>

akan ditahan oleh pihak ketiga tersebut sampai barang benar-benar sampai di tangan pembeli dengan utuh. Setelah barang diterima tanpa cacat, pembeli wajib melakukan konfirmasi ke rekening bersama agar dana dapat diteruskan ke pelaku usaha dengan tingkat fee yang telah disepakati bersama.

5. *Cash on Delivery* atau COD

COD hampir dikatakan bukan proses jual beli secara online, karena kedua belah pihak baik pelaku usaha ataupun konsumen terlibat secara langsung, bertemu, tawar menawar dan memeriksa kondisi barang baru kemudian transaksi.

6. Potongan Pulsa

Metode pemotongan pulsa biasanya diterapkan oleh toko online yang menjual produk-produk digital seperti aplikasi, musik, ringtone, dan permainan. Transaksi ini masih didominasi oleh transaksi menggunakan perangkat seluler atau ponsel pintar.

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

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
5. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
6. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau

dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Menurut Atip Latifulhayat, beberapa karakteristik khas *E-commerce* menempatkan konsumen pada posisi yang dirugikan seperti:¹⁵

1. Perusahaan internet tidak memiliki alamat secara fisik di suatu negara tertentu, sehingga hal ini akan menyulitkan konsumen untuk mengembalikan produk yang tidak sesuai dengan pesanan;
2. Konsumen sulit memperoleh jaminan untuk mendapatkan service lokal atau perbaikan;
3. Produk yang dibeli konsumen berkemungkinan tidak sesuai dengan persyaratan lokal.

B. Bagaimana Penyelesaian Sengketa Dalam Transaksi *E-commerce* Pada Saat Terjadi Wanprestasi

1. Litigasi

Sesuai dengan Pasal 38 UU ITE yang menjelaskan pihak dapat menggugat dalam penyelenggaraan transaksi elektronik merugikan pihak lain. Dengan diakuinya alat bukti elektronik sebagai alat bukti yang sah di pengadilan sebagaimana disebutkan dalam Pasal 5 ayat 1, 2, dan 3 UU ITE, maka alat bukti yang dapat digunakan oleh konsumen di pengadilan adalah bukti transfer atau bukti pembayaran, SMS atau pesan dari media social yang menyatakan kesepakatan melakukan pembelian, nama, alamat, nomor telp dan nomor rekening pelaku usaha.

2. Non Litigasi

Penyelesaian sengketa atas perbuatan melawan hukum yang terjadi dalam transaksi jual beli secara elektronik dapat pula dilakukan secara non litigasi, antara lain:

- a. Proses adaptasi atas kesepakatan antara para pihak sebagaimana dituangkan dalam perjanjian jual beli yang dilakukan melalui media internet tersebut. maksud adaptasi ini adalah para pihak dapat secara sepakat dan

¹⁵ Atip Latifulhayat, 2000. *Cyberlaw dan Urgensinya bagi Indonesia*, PT. Refika Aditama, Bandung, hal. 10

bersama-sama merubah isi perjanjian yang telah dibuat, sehingga perbuatan salah satu pihak yang semula dianggap sebagai perbuatan melawan hukum pada akhirnya tidak lagi menjadi perbuatan melawan hukum;

- b. Negosiasi, yang dapat dilakukan oleh para pihak yang bersengketa baik para pihak secara langsung maupun melalui perwakilan masing-masing pihak;
- c. Mediasi, merupakan salah satu cara menyelesaikan sengketa di luar pengadilan, dengan perantara para pihak ketiga/mediator yang berfungsi sebagai fasilitator, tanpa turut campur terhadap putusan yang diambil oleh kedua belah pihak;
- d. Konsiliasi, juga merupakan cara penyelesaian sengketa di luar pengadilan, namun mirip pengadilan sebenarnya, dimana ada pihak-pihak yang dianggap sebagai hakim semu;
- e. Arbitrase, adalah cara penyelesaian sengketa secara non litigasi dengan bantuan arbiter yang ditunjuk oleh para pihak sesuai bidangnya. Di Indonesia telah ada lembaga khusus arbitrase yaitu Badan Arbitrase Nasional Indonesia (BANI). Putusan arbitrase memiliki kekuatan hukum yang sama dengan putusan hakim di pengadilan dan atas putusan arbitrase ini tidak dapat dilakukan upaya hukum baik banding maupun kasasi

Dalam sengketa *E-commerce* lintas negara terkenal dengan beberapa metode penyelesaian sengketa melalui arbitrase, antara lain:

- a. On-Line Dispute Resolution
Disini penyelesaian sengketa dilakukan melalui jalur elektronik kehadiran para pihak tidak terlalu dipentingkan sehingga pelaksanaannya sangat praktis. Namun ODR ini lebih cocok untuk perkara-perkara kecil yang sifat pembuktiannya tidak terlalu sulit dan dokumen-dokumen yang dibutuhkan relative lebih mudah dan tersedia secara elektronik
- b. Mediasi On-Line
Dalam metode ini digunakan mediator. Perbedaan dengan arbiter adalah mediator tidak memutuskan apa-apa

melainkan hanya mengarahkan jalannya negosiasi.

c. Arbitrase On-Line

Dalam metode ini maka kehadiran lembaga pemutus bernama arbiter adalah suatu keharusan. Disini arbiter akan mencatat, mengarahkan dan memutus setiap sengketa *E-commerce* secara on-line.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen belum dapat melindungi konsumen, karena Undang-Undang tersebut belum mengatur secara jelas dan rinci mengenai transaksi elektronik yang meliputi:
 - a. UUPK hanya mengatur mengenai transaksi yang terjadi di wilayah negara Republik Indonesia sedangkan transaksi elektronik merupakan model perdagangan yang dapat melintasi wilayah hukum suatu negara, sehingga apabila terjadi sengketa UUPKN tidak dapat menjangkaunya
 - b. UUPK terbatas pada transaksi yang bersifat konvensional saja
 - c. Belum adanya pengaturan mengenai kerahasiaan data pribadi konsumen yang diperjual-belikan dan dijadikan sebagai promosi tanpa sepengetahuan konsumen untuk mendapatkan keuntungan.
2. Upaya hukum penyelesaian sengketa tentang transaksi konsumen yang didasarkan atas kesepakatan kedua belah pihak mengenai pilihan hukum dan lembaga yang akan menyelesaikan permasalahan yang terjadi. Sebagaimana perselisihan dalam transaksi terjadi karena adanya kerugian yang diderita oleh salah satu pihak baik karena adanya wanprestasi maupun karena adanya perbuatan melanggar hukum. Penyelesaian melalui lembaga peradilan umum selalu dihindari, karena memakan waktu, biaya dan tenaga yang tidak sedikit. Penyelesaian lebih dipilih melalui arbitrase dengan berbagai keistimewaannya salah satu diantaranya

tidak memakan waktu, biaya dan tenaga bila dibandingkan dengan penyelesaian melalui peradilan umum. Sedangkan penyelesaian sengketa lintas negara bisa dilakukan dengan beberapa metode penyelesaian sengketa melalui arbitrase, antara lain:

- a. On-Line Dispute Resolution
- b. Mediasi On-Line
- c. Arbitrase On-Line

Saran

1. Pengaturan hukum tentang transaksi elektronik di Indonesia agar lebih dipertegas, agar mendapatkan kepercayaan dari dunia internasional dalam bertransaksi dengan orang atau pengusaha Indonesia.
2. Sebaiknya pemerintah membuat suatu lembaga yang menjamin keabsahan toko online dengan memberikan sertifikat agar masyarakat bisa lebih merasa aman dalam melakukan transaksi jual-beli online.
3. Perlu dilakukan sosialisasi mengenai Undang-Undang Perlindungan konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik sehingga masyarakat mengetahui hak dan kewajibannya dalam melakukan transaksi E-commerce, sehingga apabila terjadi masalah transaksi E-commerce masyarakat sudah tahu apa yang harus dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhy Maulana, 2015. *Lazada Sudah Temukan Pelaku Kasus Beli Smartphone Dapat Kispray*, Liputan 6,. Web. 9 July 2015. <http://tekno.liputan6.com/read/2268889/kasus-lagi-beli-asus-zenfone-6-di-lazada-malah-dapat-kispray>
- Andi, 2002. *Apa dan Bagaimana E-Commerce*, Wahana. Yogyakarta, hlm. 3
- Asril Sitompul, 2001. *Hukum Internet Pengenalan mengenai masalah Hukum di Cyber space*, Citra Aditya Bhakti. Bandung, hlm. 1
- Atip Latifulhayat, 2000. *Cyberlaw dan Urgensinya bagi Indonesia*, PT. Refika Aditama, Bandung, hal. 10

Awat, Penipuan Penjual Motor di Tokobagus.com Berkeliaran, Tribun Jakarta, 2013. Web. 23 Agustus 2013. <http://www.tribunnews.com/metropolitan/2013/08/23/awat-penipu-penjual-motor-di-tokobaguscom-berkelian>

Edmon Makaram, 2003. *Kompilasi Hukum Telematika*, Rajawali Pers. Jakarta, hal. 365

Howard Beales et. Al, 1981. *"The Efficient Regulation of Consumer Information"*, *the Journal of Law an Econimics*, Vol XXIV, hlm. 491-539

<http://gadgetan.com/6-metode-pembayaran-transaksi-perdagangan-di-internet/41127>

Reso Raditio, 2014. *Aspek Hukum Transaksi Elektronik Perikatan, Pembuktian, dan Penyelesaian sengketa*, Graha Ilmu, Jakarta, hlm. 8