

## JUSTICES: Journal of Law

Journal website: <https://justices.pdfaii.org>


ISSN : 2964-5107 (online)  
<https://doi.org/10.58355/justices.v3i2.107>

Vol. 3 No. 2 (2024)  
pp. 111-120

### Research Article

# Hubungan Pelaku Usaha Dan Konsumen Menurut Tinjauan Hukum Transaksi Elektronik

Muhammad Noor Ridani<sup>1</sup>, Muhammad Syarif Hidayatullah<sup>2</sup>, Fuad Luthfi<sup>3</sup>

1. UIN Antasari Banjarmasin, Indonesia; [muhammadnoorridani@gmail.com](mailto:muhammadnoorridani@gmail.com) 

1. UIN Antasari Banjarmasin, Indonesia; [muhammadsyarif@uin-antasari.ac.id](mailto:muhammadsyarif@uin-antasari.ac.id)

1. UIN Antasari Banjarmasin, Indonesia; [fuadluthfi@uin-antasari.ac.id](mailto:fuadluthfi@uin-antasari.ac.id)



Copyright © 2024 by Authors, Published by JUSTICES: Journal of Law. This is an open access article under the CC BY License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received : March 22, 2024

Revised : April 18, 2024

Accepted : May 12, 2024

Available online : June 12, 2024

**How to Cite:** Muhammad Noor Ridani, Muhammad Syarif Hidayatullah, & Fuad Luthfi. (2024). The Relationship between Business Actors and Consumers According to the Review of Electronic Transaction Law. *JUSTICES: Journal of Law*, 3(2), 111-120. <https://doi.org/10.58355/justices.v3i2.107>

## The Relationship between Business Actors and Consumers According to the Review of Electronic Transaction Law

**Abstract.** This research aims to analyze the relationship between business actors and consumers in electronic transactions according to a review of electronic transaction law in Indonesia. This research uses normative legal research methods with a doctrinal type of research. Primary data is obtained from primary legal materials such as laws, government regulations, and court decisions. Meanwhile, secondary data is obtained from secondary legal materials such as books, scientific journals and legal articles. The data analysis technique used is qualitative analysis. The research results show that the relationship between business actors and consumers in electronic transactions is regulated in Law Number 11 of 2008 concerning Information and Electronic Transactions (UU ITE), Law Number 8 of

1999 concerning Consumer Protection (UUPK), and statutory regulations. other related. Business actors have an obligation to provide correct and clear information about the products or services offered, as well as guarantee the security of electronic transactions. Consumers have the right to obtain correct and clear information about products or services, as well as the right to resolve disputes fairly.

**Keywords:** Business Actor Relations; Consumer; Electronic Transaction Law.

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan pelaku usaha dan konsumen dalam transaksi elektronik menurut tinjauan hukum transaksi elektronik di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan jenis penelitian doktrinal. Data primer diperoleh dari bahan hukum primer seperti undang-undang, peraturan pemerintah, dan putusan pengadilan. Sedangkan data sekunder diperoleh dari bahan hukum sekunder seperti buku, jurnal ilmiah, dan artikel hukum. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan pelaku usaha dan konsumen dalam transaksi elektronik diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), dan peraturan perundang-undangan terkait lainnya. Pelaku usaha memiliki kewajiban untuk menyediakan informasi yang benar dan jelas tentang produk atau jasa yang ditawarkan, serta menjamin keamanan transaksi elektronik. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang benar dan jelas tentang produk atau jasa, serta hak untuk menyelesaikan sengketa secara adil.

**Kata Kunci:** Hubungan Pelaku Usaha; Konsumen; Hukum Transaksi Elektronik.

## PENDAHULUAN

Transaksi *e-commerce* menawarkan peluang bagi konsumen untuk mendapatkan barang/jasa dan memenuhi keperluan konsumen dari belahan mana pun di dunia ini. Konsumen dapat mengalihkan beban pengiriman jarak jauh, dan juga biaya pengangkutan serta persyaratan asuransi yang berlaku dalam dunia perdagangan. Hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen merupakan hubungan yang terus menerus dan berkesinambungan. Hubungan tersebut terjadi karena keduanya memang saling menghendaki dan mempunyai tingkat ketergantungan yang cukup tinggi antara yang satu dengan yang lain.

Purba dalam menguraikan konsep hubungan pelaku usaha dan konsumen mengemukakan, “Kunci pokok perlindungan hukum bagi konsumen adalah bahwa konsumen dan pelaku usaha saling membutuhkan. Produksi tidak ada artinya kalau tidak ada yang mengkonsumsinya dan produk yang dikonsumsi secara aman dan memuaskan, pada gilirannya akan merupakan promosi gratis bagi pelaku usaha.” Pelaku usaha sangat membutuhkan dan sangat bergantung pada dukungan konsumen sebagai pelanggan. Tanpa dukungan konsumen tidak mungkin pelaku usaha dapat mempertahankan kelangsungan usahanya. Sebaliknya kebutuhan konsumen sangat tergantung dari hasil produksi pelaku usaha.

Hubungan antara pelaku usaha dan konsumen yang berkelanjutan terjadi sejak proses produksi, distribusi pada pemasaran hingga penawaran. Rangkaian kegiatan tersebut merupakan rangkaian perbuatan hukum yang mempunyai akibat hukum, baik terhadap semua pihak maupun hanya kepada pihak tertentu saja. Hal tersebut dimanfaatkan oleh pelaku usaha dalam suatu sistem distribusi dan

pemasaran produk barang guna mencapai suatu tingkat produktifitas dan efektifitas tertentu dalam rangka mencapai sasaran usaha. Pada tahap hubungan penyaluran dan distribusi tersebut menghasilkan suatu hubungan yang sifatnya massal.

Cara transaksi hubungan pelaku usaha dan konsumen semakin berkembang, berdampak pada perubahan konstruksi hukum dalam hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Perubahan konstruksi hukum diawali dengan perubahan paradigma hubungan antara konsumen dan pelaku usaha, yaitu hubungan yang semula dibangun atas prinsip *caveat emptor* berubah menjadi prinsip *caveat venditor*. Suatu prinsip hubungan yang semula menekankan pada kesadaran konsumen sendiri untuk melindungi dirinya berubah menjadi kesadaran pelaku usaha untuk melindungi konsumen. Dengan perkembangan teknologi sekarang ini dikenal cara transaksi *e-commerce* yang menggunakan internet, transaksi *e-commerce* menjadi salah satu media yang efektif bagi pelaku usaha untuk memperkenalkan dan menjual barang atau jasa ke calon konsumen dari seluruh dunia. *E-commerce* merupakan model bisnis modern yang *non-face* (tidak menghadirkan pelaku bisnis secara fisik), perkembangan ini juga berdampak pada hubungan cara transaksi pelaku usaha dan konsumen (Barkatullah, 2017).

Berkaitan dengan hal tersebut, hubungan hukum antara pelaku usaha dengan konsumen telah terjadi ketika pelaku usaha memberikan janji-janji serta informasi-informasi terkait barang dan/atau jasa, karena sejak saat itulah timbul hak dan kewajiban para pihak, baik pelaku usaha dan konsumen. Hubungan hukum tersebut didasarkan pada Pasal 1320 dan Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHP), di mana pelaku usaha telah sepakat terhadap apa yang dijanjikan pada saat memberikan janji-janji pada sebuah iklan, ataupun selebaran atau brosur, sehingga janji-janji tersebut akan berlaku sebagai undangundang bagi para pihak yang membuatnya. Peristiwa hukum yang terjadi terhadap pelaku usaha dengan konsumen tersebut adalah perdagangan baik barang atau pun jasa (Setyawati dkk., 2017a).

Di dalam tulisan ini akan dibahas mengenai pengertian dan definisi operasional untuk memahami secara mendasar mengenai hubungan pelaku usaha dan konsumen termasuk hubungannya dalam transaksi elektronik, akan dibahas pula mengenai hak dan kewajiban mereka dalam sebuah transaksi baik secara elektronik maupun secara langsung.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif dengan jenis penelitian doktrinal. Pendekatan ini berfokus pada analisis norma-norma hukum yang tertulis, seperti Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), dan peraturan perundang-undangan terkait lainnya. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan. Data primer diperoleh dari bahan hukum primer seperti undang-undang, peraturan pemerintah, dan putusan pengadilan. Sedangkan data sekunder diperoleh dari bahan hukum sekunder seperti buku, jurnal ilmiah, dan artikel hukum. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif.

Data hukum yang diperoleh akan dianalisis secara sistematis dan komprehensif untuk mengidentifikasi, menginterpretasikan, dan memahami norma-norma hukum yang mengatur hubungan pelaku usaha dan konsumen dalam transaksi elektronik (Muhaimin, 2020).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengertian Pelaku Usaha dan Konsumen

Di dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia, tepatnya dalam pasal 1 angka 3 UU Nomor 1999 tentang perlindungan konsumen menentukan bahwa “pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk 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.”

Menurut UU Nomor 5 tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat menentukan pengertian “pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan di wilayah Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama, melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi”.

Sementara itu ruang lingkup yang diberikan Sarjana Ekonomi yang tergabung dalam Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI) mengenai pelaku usaha adalah sebagai berikut (Habila, 2018):

- a. Investor, yaitu pelaku usaha penyedia dana untuk membiayai berbagai kepentingan seperti perbankan, usaha leasing, tengkulak, penyedia dana dan lain sebagainya;
- b. Produsen, yaitu pelaku usaha yang membuat, memproduksi barang dan/atau jasa dari barang-barang dan atau jasa lain (bahan tambahan/penolong dan bahan-bahan lainnya). Pelaku usaha dalam kategori ini dapat terdiri dari orang/badan usaha yang berkaitan dengan pangan, orang/badan yang memproduksi sandang, orang/badan usaha yang berkaitan dengan pembuatan perumahan, orang/badan yang berkaitan dengan jasa angkutan, perasuransian, perbankan, orang/badan yang berkaitan dengan obat-obatan, kesehatan dan sebagainya;
- c. Distributor, yaitu pelaku usaha yang mendistribusikan atau memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut kepada masyarakat. Pelaku usaha pada kategori ini misalnya pedagang retail, pedagang kaki lima, warung, toko, supermarket, rumah sakit, usaha angkutan (darat, laut, udara), kantor pengacara, dan sebagainya.

### Hubungan Pelaku Usaha dan Konsumen dalam Transaksi Elektronik

Hubungan hukum yaitu keterikatan antar subjek hukum atau antara subjek hukum dengan benda mengenai hak dan kewajiban yang saling berhadapan. Ketika pelaku usaha memberikan janji dan informasi mengenai produk atau jasa yang dijual, maka hubungan hukum antara pelaku usaha dengan konsumen telah terjadi. Karena pada saat itu, timbul hak dan kewajiban para pihak. Pelaku usaha akan bertanggung jawab atas informasi mengenai produk atau jasa yang telah disebarkan. Begitu juga

dengan konsumen yang berkewajiban untuk berhati-hati dengan apa yang akan dibeli atau digunakan.

Pada dasarnya UUPK sudah sangat efektif mengatur mengenai hak-hak konsumen, sehingga jika terdapat hal-hal yang melanggar hukum yang dilakukan oleh pelaku usaha konsumen dapat menuntut haknya. Hanya saja pada jual beli secara transaksi elektronik pihak konsumen bersifat pasif dan pasrah akan kejadian yang menyimpannya mengingat transaksi elektronik ini sangat sulit bagi konsumen ingin menuntut akan haknya. Pelaku usaha juga mengedepankan prinsip *caveat venditor (let the seller beware)* artinya adalah pelaku usaha memiliki kewajiban untuk berhati-hati terhadap produk atau jasa yang akan dijual. Pertanggungjawaban atas suatu produk atau jasa yang dipromosikan dan disebarluaskan itu berada di tangan pelaku usaha itu sendiri, karena pelaku usaha adalah pihak yang lebih mengetahui tentang produk tersebut (Eleanora, 2018).

Sebagai pelaku usaha tentu harus berhati-hati dalam memproduksi barangnya dan penjual harus bersikap cermat dan teliti ketika menyerahkan barang kepada konsumen untuk menghindari kerugian yang akan diderita oleh konsumen. Sebagai payung hukum yang bertujuan untuk melindungi, maka dalam hal ini Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Produk cacat bukan merupakan satu-satunya dasar pertanggungjawaban pelaku usaha, karena Undang-Undang Perlindungan Konsumen hanya menentukan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti kerugian atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Dari cakupan di atas sering kali konsumenlah yang selalu dirugikan di mana setiap produk yang didapatkan tidak memenuhi harapan konsumen karena ketidaktahuan konsumen akan mengadakan hal semacam ini sering kali konsumen hanya tinggal diam dan dirugikan. Masalah-masalah ini seakan luput dari perhatian baik dari masyarakat, pemerintah, dan pihak-pihak yang berhubungan dengan perlindungan konsumen beserta tanggung jawab pelaku usaha yang merupakan perihal yang sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen (Mahayani dkk., 2022).

Dalam praktiknya di Indonesia salah satu contoh sengketa yang terjadi mengenai klausula, di mana di situs online sering mencantumkan klausula eksonerasi yang letaknya tidak langsung muncul di layar monitor. Biasanya klausula terdapat di bagian bawah tampilan situs dengan ukuran font lebih kecil. Ada juga situs yang menggabungkan klausula dalam *term and condition*. Isi *disclaimer* sudah ditentukan secara sepihak oleh penyelenggara sistem elektronik atau pelaku usaha dan konsumen tidak dapat menegosiasikan isinya (Putranto & Harvelian, 2023). Dalam hal ini maka klausula baku itu batal demi hukum. Artinya, klausula itu dianggap tidak pernah ada. Namun, dalam beberapa kasus konsumen menerima kerugian yang dialaminya karena klausula baku yang dicantumkan oleh pihak pelaku usaha. Hal ini terjadi karena kurangnya ilmu pengetahuan tentang jual beli secara elektronik pada konsumen sehingga konsumen dikatakan pihak yang kedudukannya lemah dalam jual beli secara elektronik (Setyawati dkk., 2017).

Tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen dalam jual beli secara transaksi elektronik meskipun telah ada suatu ketentuan yang mengatur tentang

tanggung jawab pelaku usaha, namun dalam prakteknya banyak ditemui kendala-kendala yang menyangkut perkembangan transaksi elektronik, seperti iklan yang menyesatkan, barang yang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan dan tidak adanya keharusan bagi pelaku usaha untuk memberikan informasi yang cukup mengenai kondisi suatu barang serta ganti rugi kepada pihak konsumen. Tanggung jawab pelaku usaha dalam jual beli secara transaksi elektronik terikat pada pertanggungjawaban kontraktual dan pertanggungjawaban produknya. Dalam tanggung gugat berdasarkan adanya wanprestasi, kewajiban untuk mengganti kerugian akibat penerapan klausula dalam perjanjian merupakan ketentuan hukum yang dibuat oleh kedua belah pihak.

Hal ini berhubungan dengan Pasal 28 ayat (1) UU ITE yang menjelaskan bahwa dalam menyebarkan suatu informasi itu wajib sesuai dengan faktanya, dan melarang adanya penyebaran informasi yang mengandung unsur kebohongan atau fitnah. Hal tersebut dilakukan untuk menghindari kerugian konsumen dan untuk menjalankan perlindungan terhadap konsumen. Merujuk pada Pasal 17 ayat (1) UU ITE, disebutkan bahwa semua pihak yang ikut serta dalam transaksi elektronik wajib beritikad baik. Pasal tersebut berlaku untuk pelaku usaha dan juga konsumen. Dalam hal ini, pelaku usaha wajib memberikan informasi melalui internet dengan jujur dan jelas, kemudian konsumen membaca keterangan suatu produk dengan seksama. Hal ini dilakukan untuk menghindari terjadinya konflik antara pelaku usaha dengan konsumen (Darmawan dkk., 2024).

Terkait dengan perlindungan konsumen, Pasal 49 ayat (1) PP PSTE menegaskan bahwa Pelaku Usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Pada ayat berikutnya lebih ditegaskan lagi bahwa Pelaku Usaha wajib memberikan kejelasan informasi tentang penawaran kontrak atau iklan. Lalu muncul pertanyaan bahwa bagaimana jika barang bagi pihak konsumen tidak sesuai dengan yang diperjanjikan? Pasal 49 ayat (3) PP PSTE mengatur khusus tentang hal tersebut, yakni Pelaku Usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi (Hendryan dkk., 2024).

Menurut (Subekti, 2005) dalam bukunya tentang Hukum Perjanjian, wanprestasi adalah kelalaian atau kealpaan yang dapat berupa 4 macam kondisi yaitu:

- Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukannya;
- Melaksanakan apa yang dijanjikannya, tetapi tidak sebagaimana dijanjikan;
- Melakukan apa yang dijanjikannya, tetapi terlambat;
- Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya.

Sebagaimana disebutkan dalam pasal 18 ayat (1) UUIE bahwa “Transaksi Elektronik yang dituangkan ke dalam Kontrak Elektronik mengikat para pihak”, yang berarti bahwa apabila salah satu pihak tidak memenuhi kesepakatan yang terjadi dalam transaksi elektronik tersebut yang berakibat timbulnya kerugian, maka pihak yang dirugikan akibat transaksi elektronik berhak untuk mengajukan gugatan ganti kerugian yang terjadi terjadi karena adanya ingkar janji atau wanprestasi dan karena

adanya perbuatan melanggar hukum atau *onrechtmatige daad*. Dengan demikian seseorang yang wanprestasi memberikan hak kepada pihak lain yang dirugikannya untuk menggugat ganti kerugian (Al Faraby, 2024).

### **Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha dan Konsumen**

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah diatur mengenai hak dan kewajiban bagi konsumen ataupun pelaku usaha. Meskipun realitanya, terkadang konsumen seringkali berada pada posisi yang kurang menguntungkan dan daya tawarnya rendah. Ini karena mereka belum memahami hak-hak mereka dan terkadang sudah menganggap itu persoalan biasa saja. Adapun sesuai dengan Pasal 4 Undang-undang Perlindungan Konsumen, Hak-hak Konsumen adalah:

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 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 konsumen secara patut;
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/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.

Maka dengan demikian konsumen pun perlu memiliki dan meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan untuk melindungi dirinya. Sosialisasi Undang-undang perlindungan konsumen harus secara gencar dilakukan terutama kepada masyarakat tingkat bawah dan berpendidikan rendah. Karena permasalahan-permasalahan ini tentu akan terjadi akibat dari ketidakpahaman konsumen. Untuk peningkatan kesadaran dan kewaspadaan konsumen, sesuai rumusan Pasal 5 Undang-undang perlindungan konsumen, memiliki kewajiban sebagai berikut (Siregar, 2024):

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Adapun hak dan Kewajiban pelaku usaha sesuai dengan Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut:

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
2. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
4. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
5. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Selanjutnya mengenai Kewajiban pelaku usaha juga diatur dalam Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen yaitu sebagai berikut (Nauolim dkk., 2024):

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. Memberikan 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 atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
7. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

## **PENUTUP**

Hubungan antara pelaku usaha dan konsumen dalam transaksi elektronik terjalin berdasarkan perjanjian elektronik yang sah. Perjanjian ini mengikat kedua pihak dan mengatur hak dan kewajiban masing-masing. Pelaku usaha berkewajiban untuk memberikan informasi yang jelas dan benar tentang produk atau jasa yang ditawarkan, termasuk harga, kualitas, dan kondisi barang. Pelaku usaha juga harus memberikan layanan yang baik dan bertanggung jawab atas kelancaran transaksi.

Di sisi lain, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang jelas dan benar, memilih produk atau jasa yang diinginkan, dan mendapatkan layanan yang baik. Konsumen juga berhak untuk mengajukan komplain jika merasa dirugikan. Hubungan antara pelaku usaha dan konsumen dalam transaksi elektronik dilindungi oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan peraturan perundang-undangan lainnya. Keduanya memiliki hubungan yang saling mengikat



dan dilindungi oleh hukum. Serta kedua pihak juga memiliki hak dan kewajiban yang harus dipenuhi untuk menciptakan transaksi yang aman dan nyaman.

## REFERENSI

- Al Faraby, A. H. (2024). Perkembangan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) di Indonesia (Suatu Kajian Dari Peran Penyidik Kepolisian Dalam Menangani Penyalahgunaan Informasi Dan Transaksi Elektronik (ITE)). *Meraja journal*, 7(1), 48–62.
- Barkatullah, A. H. (2017). *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia (Sebagai Pedoman dalam Menghadapi Era Digital Bisnis e-Commerce di Indonesia)*. Nusa Media.
- Darmawan, A. A., Sumiyati, Y., & Abidin, M. I. (2024). *Hubungan Hukum Antara Pelaku Usaha dengan Konsumen di Media Sosial dan Perlindungan Hukumnya berdasarkan UU ITE dan UUPK*. 4(1).
- Eleanora, F. N. (2018). Prinsip Tanggung Jawab Mutlak Pelaku Usaha Terhadap Ketentuan Pasal 27 Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Krtha Bhayangkara*, 12(2), 207–228.
- Habila, A. (2018). *Analisis Fiqh Muamalah Terhadap Pelaksanaan Permenkes Nomor 382/MENKES/PER/VI/1989 Tentang Pendaftaran Makanan* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau]. <https://repository.uin-suska.ac.id/18727/>
- Hendryan, D., Ganiarta, L., & Aryani, G. (2024). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli-Online (E-Commerce). *Viva Themis: Jurnal Ilmu Hukum dan Humaniora*, 6(1), 83–96.
- Mahayani, S., Zuhairi, A., & Saleh, M. (2022). Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Barang Yang Cacat Setelah Melakukan Transaksi Ditinjau Dari Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen. *Commerce Law*, 2(1).
- Muhaimin. (2020). *Metode Penelitian Hukum*. Mataraman Univesity Press.
- Nauolim, C. S., Usman, S. R., & Jacob, Y. M. (2024). Tanggung Jawab Pelaku Usaha terhadap Konsumen yang Mengalami Perbedaan Harga Antara Label Harga dan Harga Kasir di Tinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen:(Studi Kasus di Toko Suba Suka, Kota Kupang). *Depositi: Jurnal Publikasi Ilmu Hukum*, 2(2), 194–206.
- Putranto, R. D., & Harvelian, A. (2023). *Responsibilities of Business Players in Electronic Transactions through Internet Sites From a Consumer Protection Legal Perspective*.
- Setyawati, D. A., Ali, D., & Rasyid, M. N. (2017a). Perlindungan Bagi Hak Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik. *Syiah Kuala Law Journal*, 1(3), Article 3. <https://doi.org/10.24815/sklj.v1i3.9638>
- Setyawati, D. A., Ali, D., & Rasyid, M. N. (2017b). Perlindungan Bagi Hak Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik. *Syiah Kuala Law Journal*, 1(3), 46–64.

- Siregar, S. P. (2024). Kepastian Hukum Perlindungan Konsumen Sesuai Dengan Ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Journal of Law, Administration, and Social Science*, 4(2), 228–233.
- Subekti. (2005). *Hukum Perjanjian*. Intermasa.