

ISSN 2828-285x



POLICY BRIEF

**PERTANIAN, KELAUTAN, DAN
BIOSAINS TROPIKA**
Vol. 5 No. 2 Tahun 2023

Menjamin Keamanan dan Kenyamanan
Bertransaksi Pada E-Commerce dalam
Upaya Melindungi Konsumen

Penulis

Megawati Simanjuntak

Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen, Fakultas Ekologi Manusia, IPB University

Ringkasan

Isu Kunci

Policy Brief ini memuat poin-poin penting sebagai berikut :

- (a) Perkembangan internet menjadikan perilaku belanja konsumen beralih ke belanja *online*.
- (b) Masalah keamanan dan kenyamanan muncul saat bertransaksi di *e-commerce*.
- (c) Pengawasan *e-commerce* diperlukan agar tercipta kenyamanan saat bertransaksi.
- (d) Pemerintah perlu meningkatkan keamanan dan kenyamanan bagi konsumen ketika berbelanja *online*.

Rekomendasi

Untuk menciptakan sistem e-commerce yang aman dan nyaman peran pemerintah sangat diperlukan. Untuk itu, Kementerian Perdagangan perlu berkoordinasi dengan kementerian dan lembaga terkait agar melakukan penyusunan aturan yang terkait dengan e-commerce yang akan lebih menyeluruh/komprehensif, percepatan revisi Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020, koordinasi dengan Kementerian Koperasi dan UKM untuk mendorong pemerintah daerah mengembangkan marketplace, berkoordinasi dengan para pemangku kepentingan untuk melakukan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat, dan melakukan akselerasi perancangan sistem Digital Online Dispute Resolution (DODR) untuk membantu menyelesaikan permasalahan pengaduan pada e-commerce antar negara. Selanjutnya, Kementerian Komunikasi dan Informatika perlu berkoordinasi dengan kementerian atau lembaga terkait untuk menyusun regulasi terkait e-commerce, mendorong percepatan pengesahan Rancangan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (RUU PDP) dan Rancangan Undang-Undang Keamanan dan Ketahanan Siber (RUU KKS), meningkatkan sosialisasi dan program edukasi kepada para Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE), meningkatkan monitoring dan pengawasan serta penindakan konten yang menyalahi norma dan melanggar aturan yang berlaku.

Menjamin Keamanan dan Kenyamanan Bertransaksi Pada E-Commerce dalam Upaya Melindungi Konsumen

Pendahuluan

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), hadir seiring dengan persaingan dunia usaha yang ketat dan iklim persaingan yang sangat kompetitif yang membuat banyak pelaku usaha berupaya untuk memenangkan persaingan dengan berbagai strategi. Berbagai strategi yang dilakukan oleh para pemasar untuk meningkatkan penjualan produk barang/jasa tidak jarang menyebabkan konsumen mengalami kerugian. Hal ini dikarenakan faktor kesengajaan ataupun karena konsumen tidak memperoleh informasi yang benar dan cukup pada saat transaksi.

Model bisnis *e-commerce* yang digunakan untuk berbelanja online terdiri dari beberapa kategori, yaitu (1) *retail online* yang memperdagangkan barang sendiri; (2) iklan baris *online*, fokus pada penyebaran iklan; dan (3) *marketplace* yang memperdagangkan barang yang dimiliki UMKM yang menghubungkan konsumen dan pedagang.

Berbelanja melalui *online* di *e-commerce* menjadi pilihan konsumen untuk memenuhi kebutuhan. Pasca pandemi, perkembangan *e-commerce* semakin pesat dan mengalami pertumbuhan yang semakin meningkat. Tingkat penjualan juga meningkat secara signifikan, dimana 7 dari 10 pelaku usaha meningkat 133 persen. Pertumbuhan yang awalnya berpusat hanya di Pulau Jawa, selanjutnya mengalami perkembangan hingga luar Pulau Jawa contohnya, Sulawesi Tengah, Sulawesi Selatan, dan NTB.

Beberapa keuntungan dari berbelanja *online* melalui *e-commerce* adalah hemat waktu, sistem praktis, harga lebih murah dengan adanya diskon, berbagai pilihan harga, dapat berbelanja dimana saja dan kapan saja. Namun disisi lain,

belanja *online* juga menimbulkan beberapa permasalahan bagi konsumen. Terdapat 12 (dua belas) isu yang perlu diselesaikan dengan semakin berkembangnya transaksi pada ekonomi digital: (1) tidak termonitornya semua transaksi/kegiatan keuangan; (2) menurunnya *intermediary*; (3) subjek atau objek pajak yang tidak jelas; (4) menyebarnya informasi palsu (barang tidak sesuai, toko fiktif, dan lain-lain); (5) penipuan pada *e-commerce*; (6) aspek teritori hukum; (7) keamanan dari data pribadi; (8) keamanan proses transaksi; (9) terjadinya akuisisi asing terhadap *e-commerce/start-up*; (10) tidak adanya *database e-commerce*; (11) belum matangnya ekosistem; dan (12) *Zone Improvement Plan* (ZIP) yang tidak cocok dengan perkembangan wilayah.

Masalah umum yang sering dirasakan konsumen *e-commerce* adalah barang yang diterima konsumen tidak cocok, ada yang retak, atau rusak serta barang yang sudah dibeli konsumen tidak diterima. Kredibilitas toko online sering kali masih dipertanyakan karena terdapat kasus penipuan transaksi untuk meningkatkan reputasi dari toko. Permasalahan lain terkait keamanan yang juga muncul adalah kebocoran data. Beberapa kasus kebocoran data platform terjadi beberapa tahun terakhir. Menurut Kehista *et al.* (2023), *e-commerce* dalam penggunaannya dapat membawa risiko dan ancaman terhadap keamanan data penggunaannya.

Jika mengalami kekecewaan, konsumen dapat memanfaatkan saluran pengaduan. Salah satu saluran pengaduan adalah Badan Perlindungan Konsumen Nasional RI (BPKN-RI). Pengaduan yang diterima BPKN RI terkait permasalahan sektor *e-commerce* antara lain wanprestasi pengiriman barang, refund tiket *online travel agent*, dugaan barang cacat dan/atau palsu, kesalahan pengiriman barang, barang tidak sesuai dengan iklan dan/atau

deskripsi, penyalahgunaan akun melalui *One Time-Password* (OTP) dan/atau *phising*, pembatalan sepihak transaksi pembelian tiket, klaim garansi, *refund* pembelian emas online, dan voucher yang tidak bisa diklaim.

Adanya Undang-undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 (UUPK) dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik No. 11 Tahun 2008 memberikan peluang untuk memberikan rasa aman yang memuaskan bagi pelanggan dalam melakukan jual beli produk melalui belanja online (Aryana dan Pura 2022). Ancaman terkait transaksi melalui e-commerce sangat rentan bagi konsumen. Oleh karena itu, untuk melindungi ini, konsumen harus dididik tentang kesadaran keamanan siber. Membangun program keamanan siber membutuhkan perhatian pada struktur, desain, konten, presentasi, penganggaran, dan lain-lain. Melalui hal tersebut diharapkan dapat berhasil dalam membangun keamanan dan kenyamanan konsumen (Rohmah 2022).

Perilaku Belanja *Online* Konsumen

Berdasarkan hasil survei, aplikasi e-commerce yang paling banyak digunakan adalah Shopee dengan penggunaan e-commerce sekitar 5 kali dalam sebulan. Alokasi pengeluaran sebesar untuk bertransaksi atau berbelanja *online* di platform e-commerce adalah kurang dari satu juta. Tiga alasan utama yang mendorong konsumen berbelanja di platform e-commerce adalah karena adanya promo atau diskon, pemberlakuan gratis ongkir, dan adanya produk yang lebih lengkap sehingga konsumen memiliki lebih banyak pilihan. Meskipun banyak manfaat yang dirasakan saat berbelanja *online* di e-commerce, sebanyak 7 dari 10 konsumen mengaku pernah mengalami kekecewaan atau permasalahan saat berbelanja di e-commerce. Bentuk kekecewaan atau permasalahan yang paling banyak dialami adalah penjual yang tidak merespon transaksi belanja dan kesulitan saat akan melakukan retur barang. Masalah lainnya yang juga timbul adalah adanya

kebocoran data pribadi dan kesalahan sistem sehingga gagal dalam transaksi pembayaran.

Layanan pengaduan yang ada di e-commerce membantu mengatasi persoalan konsumen. Pada media sosial, sudah terdapat layanan pengaduan yang bisa digunakan saat berbelanja di platform ini. Meskipun demikian, masih terdapat sekitar 40% media sosial yang tidak menyediakan layanan pengaduan pada transaksi belanja. Jika tidak tersedia layanan pengaduan, tiga aksi yang paling banyak dilakukan konsumen berturut-turut adalah menghubungi penjual secara langsung, menulis pada kolom komentar di kolom profil penjual dan melapor kepada instansi yang berwenang. Lebih dari sepertiga konsumen percaya kepada penjual di platform e-commerce.

Hasil riset mengindikasikan bahwa kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, regulasi pemerintah, penggunaan, kepuasan penggunaan, maupun manfaat bersih berada pada kategori sedang. Kualitas layanan memiliki indeks yang paling rendah diantara indeks lainnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa masih perlu peningkatan kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, regulasi pemerintah, penggunaan, kepuasan penggunaan, dan manfaat bersih e-commerce dengan lebih menitikberatkan perbaikan kepada kualitas layanan.

Hasil FGD dengan para pemangku kepentingan terkait, yakni Indonesian E-commerce Association (idEA), Tokopedia, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), Kementerian Perdagangan RI dan Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Pertama, regulasi terkait Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) sudah ada dalam Peraturan Pemerintah No.80 Tahun 2019 jo Peraturan Menteri Perdagangan No. 50 Tahun 2020, dimana Permendag tersebut sedang dalam proses revisi. Kedua, regulasi e-commerce yang ada saat ini masih bersifat sektoral, padahal regulasi dengan pendekatan ekosistem lebih diperlukan mengingat kompleksitas pihak-pihak yang terlibat dalam e-commerce. Ketiga, saat ini PPMSE (Penyelenggara Perdagangan Melalui

Sistem Elektronik) belum memiliki kerjasama dengan pihak ketiga dalam mendapatkan *visibility* untuk mengetahui keaslian barang yang dijual oleh pedagang sehingga barang yang palsu dapat langsung di *take down*. Selain itu, ternyata masih ada konten yang dinilai tidak sesuai norma, walaupun Kementerian Komunikasi dan Informatika sudah melakukan monitoring secara aktif. Keempat, perbaikan atas keamanan dan kenyamanan konsumen *e-commerce* terus diupayakan oleh PPMSE, sehingga apabila terjadi pelanggaran hak konsumen, PPMSE akan memberikan sanksi kepada pedagang. Asosiasi diharuskan melakukan sosialisasi kepada seluruh *marketplace* dan pedagang agar mencantumkan Nomor Induk Berusaha (NIB), sertifikat Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT), sertifikat/label halal, dan sertifikat dari BPOM agar jelas legalitasnya dan dapat dilakukan tindak lanjut jika terjadi permasalahan terkait *e-commerce*. *Link* atau *banner* dari pedagang akan terhubung dengan laman Direktorat Bina Usaha dan Pelaku Distribusi Kementerian Perdagangan RI, agar PSE yang sudah memiliki izin usaha menyediakan fitur *self-declaration*. Selanjutnya hasil validasi lapangan, Pemerintah Kota Surabaya telah membuat aplikasi *e-commerce* (e-peken) yang merupakan aplikasi Pemberdayaan dan Ketahanan Ekonomi Nang Suroboyo yang mempermudah masyarakat Surabaya berbelanja bermacam kebutuhan pokok. Dalam aplikasi tersebut mengikutsertakan berbagai produk dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan Toko Kelontong.

Kementerian Komunikasi dan Informatika menilai penerapan Permenkominfo Nomor 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat belum diimplementasikan dengan baik, karena belum adanya spesifikasi data pribadi yang termasuk kategori dapat dipublikasikan atau harus dirahasiakan.

Implikasi dan Rekomendasi

Kualitas layanan yang diberikan *e-commerce* belum maksimal dalam memberikan

keamanan dan kenyamanan kepada konsumen. Oleh karena itu, peran pemerintah sangat diperlukan untuk menjamin keamanan dan kenyamanan konsumen dalam berbelanja di *e-commerce*.

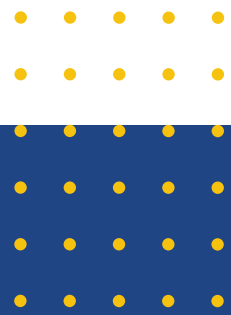
Kementerian Perdagangan mempercepat revisi Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik berikut dengan petunjuk teknis PMSE, perlu berkoordinasi dengan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) agar dapat mendorong pemerintah daerah untuk mengembangkan *marketplace* sejenis e-peken yang sudah dikembangkan oleh pemerintah kota Surabaya, baik di tingkat provinsi dan kabupaten/kota, perlu berkoordinasi dengan para pemangku kepentingan untuk melakukan program sosialisasi/edukasi yang menyangkut kebijakan yang sifatnya terintegrasi khususnya aspek yang terlibat pada transaksi *online*, perlu melakukan percepatan penyelesaian sistem DODR (*Digital Online Dispute Resolution*) untuk menyelesaikan isu pengaduan pada *e-commerce* yang melibatkan antar negara.

Kementerian Komunikasi dan Informatika perlu mengambil langkah-langkah, pertama, berkoordinasi dengan Kementerian Perdagangan, Kementerian Keuangan, Kementerian Perindustrian, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), serta Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) untuk melakukan penyusunan aturan tentang *e-commerce* yang lebih lengkap dan komprehensif berupa peraturan pemerintah. Kedua, mendorong percepatan pengesahan Rancangan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (RUU PDP) dan Rancangan Undang-Undang Keamanan dan Ketahanan Siber (RUU KKS), sehingga keamanan data pribadi konsumen *e-commerce* lebih terjamin. Ketiga, meningkatkan sosialisasi dan edukasi kepada PSE untuk meningkatkan kepatuhan terhadap regulasi dan membuat saluran pengaduan *e-commerce* yang

lebih terintegrasi sehingga hak konsumen bisa pulih, dan perlu meningkatkan monitoring dan pengawasan terhadap konten yang melanggar norma dan regulasi peraturan yang berlaku serta melakukan penindakan berupa peringatan dan/atau sanksi.

Daftar Pustaka

- Aryana Z, Pura H. 2022. Analisis Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Yang Melakukan Transaksi Elektronik (E-Commerce). *JUSTITIA J Ilmu Huk dan Hum.* 9(5):2425–2440.
- Kehista AP, Fauzi A, Tamara A, Putri I, Afni N. 2023. Analisis keamanan data pribadi pada pengguna e-commerce : Ancaman, risiko, strategi kewanaman (literature review). *J Ilmu Manaj Terap.* 4(5):625–632.
- Rohmah RN. 2022. Upaya Membangun Kesadaran Keamanan Siber pada Konsumen E-commerce di Indonesia. *Cendekia Niaga J Trade Dev Stud.* 6(1):1–11.
- [UU] Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). 1999



Policy Brief Pertanian, Kelautan, dan Biosains Tropika merupakan upaya mengantarmukakan sains dan kebijakan (science-policy interface) untuk mendukung pembangunan berkelanjutan yang inklusif. Media ini dikelola oleh Direktorat Kajian Strategis dan Reputasi Akademik (D-KASRA) IPB University. Substansi policy brief menjadi tanggung jawab penulis sepenuhnya dan tidak mewakili pandangan IPB University.

Author Profile



Megawati Simanjuntak, merupakan Dosen di Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen, IPB University dan pernah menjadi Komisioner di Badan Perlindungan Konsumen Nasional RI. Aktif dalam kegiatan pemberdayaan konsumen dengan area penelitian di bidang perilaku konsumen dan perlindungan konsumen. (*Corresponding Author*)

mega_juntak@apps.ipb.ac.id

ISSN 2828-285X



Telepon

+62 813 8875 4005



Email

dkasra@apps.ipb.ac.id



Alamat

Gedung LSI Lt. 1
Jl. Kamper Kampus IPB Dramaga
Bogor - Indonesia 16680