

Perbandingan Perlindungan Hukum Konsumen Dan Penyelesaian Sengketa Cross Border E-Commerce Negara Indonesia Dengan Jepang

Marcel Eka Surya Simanjuntak

Article Info

Article history:

Received : 11 May 2023

Publish : 04 July 2023

Keywords:

Abstract

Tiap negara untuk melindungi masyarakatnya yang sebagian besar dalam pandangan transaksi online ini merupakan konsumen, memiliki sikap yang berbeda mengenai perubahan yang dibawa oleh boomingnya transaksi secara online ini. Di Indonesia, mengenai pengaturan terkait E-commerce terdapat Undang-Undang No.8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen. Contoh negara berikutnya adalah Jepang. Tidak ada kode hukum konsumen yang seragam di Jepang. Hukum yang paling mendasar untuk perlindungan konsumen adalah Undang-Undang Dasar tentang Kebijakan Konsumen (shohisha-kihon-hou). Aturan khusus tentang perlindungan konsumen diatur dalam sejumlah undang-undang tersendiri. Sebagai contoh, ada undang-undang yang mengatur bisnis di sektor industri tertentu (misalnya, Undang-Undang Transaksi Komersial Tertentu (tokutei-shotorihiki-hou) ("ASCT") dan Undang-Undang Penjualan Cicilan (kappu-hanbai-hou)), serta undang-undang khusus dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (misalnya, Undang-Undang Kontrak Konsumen (shohisha-keiyaku-hou) dan Undang-Undang Tanggung Jawab Produk (seizobutsu-sekinin-hou)). Di antaranya, sehubungan dengan undang-undang yang mengatur bisnis di sektor industri tertentu. Oleh karena itu, penting untuk memahami interpretasi ini agar dapat memahami isi undang-undang dan peraturan dengan benar. Umumnya pada kontrak akan dimasukkan klausul choice of law (pilihan hukum). Tetapi sejumlah lokapasar (marketplace), seperti Amazon.Com, pada klausul condition of use yang diumumkan, Amazon.Com menjelaskan bahwasanya untuk semua jual beli yang dilaksanakan berlaku The Law of State of Washington sebagai pilihan hukumnya. Hal ini tentu menimbulkan masalah baru dikarenakan konsumen dapat dikatakan tidak memiliki pilihan hukum, akan hukum apa yang dapat dipakai ketika terjadi perselisihan dengan pelaku usaha atau e-commerce. Pada permasalahan tersebut, perlindungan hukum untuk pelanggan perlu dilaksanakan melalui prosedur internasional dengan penyesuaian hukum serta kerjasama lembaga-lembaga penegak hukum. Menjadi pertanyaan terkait pemenuhan hak-hak pelanggan yang dimuat pada UUPK serta perlindungan hukumnya ketika para pihak melakukan transaksi yang dilakukan secara cross border serta penyelesaian sengketa perjanjian cross border e-commerce. Persoalan itu memunculkan ketidakpastian hukum disebabkan hilangnya perlindungan hukum terhadap pelanggan pada penanggulangan sengketa perjanjian digital internasional secara e-commerce. Jenis penelitian pada penulisan ini ialah penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif adalah penelitian yang dilakukan dengan cara mengkaji peraturan perundang-undangan yang berlaku untuk diterapkan terhadap suatu permasalahan hukum tertentu, data yang diperoleh dan diolah adalah berupa jenis data primer, data sekunder dan data tersier. Bahan hukum primer terdiri dari peraturan perundang-undangan, catatan-catatan resmi, atau risalah dalam pembuatan peraturan perundang-undangan. Kedua Bahan hukum sekunder, buku-buku teks yang membicarakan suatu atau beberapa permasalahan hukum, termasuk skripsi, tesis, dan jurnal. Pengumpulan data skunder tersebut menggunakan studi kepustakaan. Tiap negara memiliki hukum yang berbeda dalam mengatur mengenai perlindungan konsumen. Seperti uraian dalam artikel yang ditulis ini, negara Indonesia dan Jepang memiliki peraturan yang berbeda. Selain itu juga dalam penyelesaian sengketa, di Indonesia opsi penggunaan ODR kerap digunakan, namun berbeda dengan Jepang karena di Jepang penggunaan ODR sebagai media penyelesaian sengketa masih belum secara luas digunakan. Padahal selama belum ada Undang-Undang baru yang mengatur lebih lanjut mengenai E-commerce, ODR lah yang lebih cocok digunakan dalam penyelesaian sengketa dalam kasus transaksi E-commerce.

This is an open access article under the [Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



Corresponding Author:

Marcel Eka Surya Simanjuntak

Marcel.ekas66@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Beberapa tahun yang lalu Pandemi Covid-19 melanda seluruh dunia dan mempengaruhi berbagai aspek di tiap-tiap negara seperti perekonomian, pariwisata, dan sebagainya. Adanya kebijakan lockdown yang diberlakukan pemerintah dari setiap negaranya termasuk Indonesia sendiri guna menghentikan penyebaran covid-19 nyatanya berimbas pada sektor perekonomian. Pasokan rantai makanan terganggu dikarenakan kebijakan Lockdown menghambat kemajuan pasokan rantai makanan. Disisi lain tingkat pengangguran meningkat lebih dari biasanya. Kebijakan lockdown mempengaruhi kegiatan kinerja perusahaan sehingga mengharuskan kebanyakan perusahaan di Indonesia untuk memutus sebagian pegawai guna menjalankan kebijakan lockdown yang di berlakukan pemerintah. Dengan demikian munculah banyak usaha start-up baru untuk mempertahankan dan mendongkrak perekonomian yang menurun akibat pandemi covid-19 dan kebijakan yang dikeluarkan pemerintah dengan menggunakan platform e-commerce yang di masa seperti sekarang ini sangat familiar untuk digunakan sebagai platform bertransaksi.

Oleh karena hal di atas, perkembangan E-commerce menjadi cukup potensial. Karena kita bisa dengan mudah berbelanja hanya dari rumah saja. Jauh sebelum saat ini, sebenarnya platform e-commerce telah tersedia sejak lama, namun peningkatan penjualan di platform online menjadi semakin meningkat semenjak pandemi berlangsung, hal itu terjadi karena masyarakat menghindari berbelanja offline dan melakukan social distancing sebagai upaya pencegahan virus covid-19. Penggunaan e-commerce tidak perlu dikhawatirkan karena dari kebanyakan generasi saat ini, mereka sudah cukup bersahabat dengan platform e-commerce. Bahkan platform e-commerce saat ini membuat para penggunanya mampu menjangkau pasar yang terletak jauh dari Indonesia. Oleh karena itu artikel ini akan membahas peran e-commerce yang menjadi solusi bagi sektor perekonomian dan juga bisnis di tengah pandemi covid-19 sekarang ini.

Tiap negara untuk melindungi masyarakatnya yang sebagian besar dalam pandangan transaksi online ini merupakan konsumen, memiliki sikap yang berbeda mengenai perubahan yang dibawa oleh boomingnya transaksi secara online ini. Di Indonesia, mengenai pengaturan terkait E-commerce terdapat Undang-Undang No.8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen mengatur hak-hak pelanggan. Pada pasal 4 UU Perlindungan Konsumen, diantaranya “(e) hak untuk memperoleh advokasi, perlindungan, serta usaha penyelesaian sengketa perlindungan konsumen dengan patut; (h) hak untuk memperoleh kompensasi, ganti rugi maupun penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; dan (i). hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.”. Apabila antara pelaku usaha dengan pelanggan berada pada satu wilayah yurisdiksi yang sama yakni yurisdiksi Indonesia maka aspek dari hukum perlindungan konsumen akan berlaku. Andaikata pelaku usaha dengan pelanggan berada pada yurisdiksi yang tidak sama maka akan muncul permasalahan. Kalau pelaku usaha yang ada diluar wilayah Indonesia, sesungguhnya kembali lagi kepada perjanjian diantara para pihak yang sudah disahkan sebelum itu.

Contoh negara berikutnya adalah Jepang. Tidak ada kode hukum konsumen yang seragam di Jepang. Hukum yang paling mendasar untuk perlindungan konsumen adalah Undang-Undang Dasar tentang Kebijakan Konsumen (shohisha-kihon-hou). Undang-undang ini menetapkan prinsip-prinsip dasar kebijakan konsumen dan tanggung jawab perusahaan; namun, undang-undang ini hanya menetapkan target dan kebijakan politik yang tidak mengikat yang harus diikuti oleh pemerintah pusat dan tidak menetapkan hak dan kewajiban hukum warga negara untuk mendapatkan keringanan melalui prosedur pengadilan. Aturan khusus tentang perlindungan konsumen diatur dalam sejumlah undang-undang tersendiri. Sebagai contoh, ada undang-undang yang mengatur bisnis di sektor industri tertentu (misalnya, Undang-Undang Transaksi Komersial Tertentu (tokutei-shotorihiki-hou) ("ASCT") dan Undang-Undang Penjualan Cicilan (kappuhanbai-hou)), serta undang-undang khusus dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (misalnya, Undang-Undang Kontrak Konsumen (shohisha-keiyaku-hou) dan Undang-Undang Tanggung Jawab Produk (seizobutsu-sekinin-hou)). Di antaranya, sehubungan dengan undang-

undang yang mengatur bisnis di sektor industri tertentu, peraturan terperinci ditetapkan dalam norma-norma bawahan seperti Perintah Kabinet dan Peraturan Menteri, dan dalam banyak kasus, interpretasi peraturan ini ditunjukkan dalam pedoman yang dikeluarkan oleh otoritas pengawas. Oleh karena itu, penting untuk memahami interpretasi ini agar dapat memahami isi undang-undang dan peraturan dengan benar.

Umumnya pada kontrak akan dimasukkan klausul choice of law (pilihan hukum). Tetapi sejumlah lokapasar (marketplace), seperti Amazon.Com, pada klausul condition of use yang diumumkan, Amazon.Com menjelaskan bahwasanya untuk semua jual beli yang dilaksanakan berlaku The Law of State of Washington sebagai pilihan hukumnya. Hal ini tentu menimbulkan masalah baru dikarenakan konsumen dapat dikatakan tidak memiliki pilihan hukum, akan hukum apa yang dapat dipakai ketika terjadi perselisihan dengan pelaku usaha atau e-commerce. Pada permasalahan tersebut, perlindungan hukum untuk pelanggan perlu dilaksanakan melalui prosedur internasional dengan penyesuaian hukum serta kerjasama lembaga-lembaga penegak hukum. Menjadi pertanyaan terkait pemenuhan hak-hak pelanggan yang dimuat pada UUPK serta perlindungan hukumnya ketika para pihak melakukan transaksi yang dilakukan secara cross border serta penyelesaian sengketa perjanjian cross border e-commerce. Persoalan itu memunculkan ketidakpastian hukum disebabkan hilangnya perlindungan hukum terhadap pelanggan pada penanganan sengketa perjanjian digital internasional secara e-commerce.

Pokok Permasalahan

1. Bagaimana Hukum Indonesia melindungi konsumennya dalam Transaksi Cross Border E-commerce ?
2. Bagaimana Hukum Negara melindungi konsumennya dalam Transaksi Cross Border E-commerce ?
3. Bagaimana Perbandingan dari Cara Penyelesaian Sengketa antara Hukum Negara Indonesia dan Australia dalam Transaksi Cross Border E-commerce?

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian pada penulisan ini ialah penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif adalah penelitian yang dilakukan dengan cara mengkaji peraturan perundang-undangan yang berlaku untuk diterapkan terhadap suatu permasalahan hukum tertentu, data yang diperoleh dan diolah adalah berupa jenis data primer, data sekunder dan data tersier. Bahan hukum primer terdiri dari peraturan perundang-undangan, catatan-catatan resmi, atau risalah dalam pembuatan peraturan perundang-undangan. Kedua Bahan hukum sekunder, buku-buku teks yang membicarakan suatu atau beberapa permasalahan hukum, termasuk skripsi, tesis, dan jurnal. Ketiga, Bahan hukum tersier, yaitu bahan hukum yang merupakan kamus hukum, kamus besar bahasa Indonesia.

Pengumpulan data skunder tersebut menggunakan studi kepustakaan. Menurut M. Nazir, studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literature-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang berkaitan dengan permasalahan. Analisis data merupakan tahap yang paling penting dalam suatu penelitian karena dalam penelitian ini data yang diperoleh akan diproses dan dimanfaatkan sedemikian rupa sampai didapat suatu kesimpulan yang nantinya akan menjadi hasil akhir penelitian. Data yang dikumpulkan dari hasil penelitian kemudian dianalisa oleh penulis secara Deskriptif-kualitatif, artinya data-data hasil yang dilakukan oleh penulis digunakan untuk menentukan isi atau makna aturan hukum yang dijadikan rujukan dalam menyelesaikan permasalahan hukum yang menjadi obyek kajian. Sedangkan kualitatif artinya penelitian yang mengacu pada norma-norma yang hidup dan berkembang dalam masyarakat.

3. PEMBAHASAN

A. Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Cross Border E-commerce di Indonesia

Perlindungan hukum terhadap pelanggan dalam bisnis e-commerce bisa ditemukan pada Undang-Undang No.8 Tahun 1997 mengenai Perlindungan Konsumen (selanjutnya dibaca

UU PK) dan Undang-Undang No.19 Tahun 2016 mengenai Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 mengenai Informasi serta Transaksi Elektronik (selanjutnya dibaca UU ITE). UU PK adalah dasar hukum terhadap perlindungan konsumen di Indonesia. Sementara itu, UU ITE adalah dasar hukum terhadap pelanggan yang melaksanakan perjanjian e-commerce. Seperti halnya dijelaskan di atas bahwasanya perjanjian e-commerce menyebabkan banyak persoalan. Jadi, pada pengkajian ini akan dijelaskan sejumlah persoalan yang utama mengenai perjanjian e-commerce serta sistemasi persoalan itu berdasarkan UUPK serta UU ITE.

Menurut UU PK, setiap konsumen dan juga pelaku usaha bersama-sama tunduk pada UU PK. Segala hak serta kewajiban dari pelanggan serta pelaku usaha termaktub secara jelas pada UU PK. Saat terjadi suatu hubungan hukum diantara pelanggan dengan pelaku usaha, baik itu jaringan hukum yang berkaitan dengan barang maupun jasa, maka secara otomatis UU PK akan hadir sebagai pelengkap. Hak-hak konsumen di atur di dalam UUPK dengan tujuan agar konsumen dapat secara aman dalam bertransaksi sebagai konsumen karena haknya dilindungi oleh hukum yang terdapat sanksi dan akibat hukum apabila dilanggar oleh para pelaku usaha termasuk di dalam dunia e-commerce. Mengacu pada pada Bab III Bagian Pertama Pasal 4, Dalam bentuk hak atas kesenangan, hak menentukan barang, hak atas keterangan yang benar, hak untuk menyampaikan opini serta keberatannya, hak untuk memperoleh advokasi, serta hak untuk diterima maupun memperoleh pelayanan yang baik serta jujur.

Jika dikaitkan dengan pelanggan cross border e-commerce yang tidak mendapatkan kepastian hukum yang jelas, terutama terhadap pengaturan perjanjian cross border e-commerce. Hal tersebut sudah pasti bertentangan dengan poin ke-5 pada pasal 4 UU PK yang disebutkan “hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut”. Selanjutnya UU ITE adalah dasar hukum primer terhadap e-commerce di Indonesia. UU ITE tersebut diabsahkan pada tanggal 21 April 2008 serta sudah diberlakukan pada saat diundangkan (Pasal 54 ayat 1 UU ITE). UU ITE berlaku untuk semua orang yang berbuat hukum, baik yang ada di wilayah Indonesia ataupun diluar Indonesia.

Oleh karena itu cakupan UU ini bukan cuma sifatnya dalam negeri saja namun juga luar negeri. Bahwa di dalam Pasal 2 UU ITE disebutkan undang-undang tersebut mempunyai cakupan yurisdiksi tidak hanya pada perbuatan hukum yang dilaksanakan oleh warga negara Indonesia maupun yang berlaku di Indonesia, namun berlaku juga bagi perbuatan hukum yang dilaksanakan di luar regional hukum Indonesia baik pada warga negara Indonesia ataupun warga negara asing serta badan hukum Indonesia ataupun badan hukum internasional yang mempunyai akibat hukum di Indonesia, dikarenakan Teknologi Informasi bagi Informasi Digital serta Transaksi Elektronik bisa bermanfaat dalam lintas wilayah maupun keseluruhan. Sebagaimana juga E-Commerce memiliki persoalan yang lebih luas berlangsung dalam aspek keperdataan disebabkan transaksi digital pada aktivitas jual beli secara sistem digital (electronic commerce) sudah membentuk bagian melalui perdagangan dalam negeri serta luar negeri. Ruang dalam dunia maya tidak bisa dicapai cuma melalui parameter serta pengaturan hukum yang umum karena apabila metode tersebut yang ingin dijalani maka akan ditemukan kendala serta permasalahan yang tidak terdeteksi terhadap penegasan hukum.

B. Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Cross Border E-commerce di Jepang

Seiring dengan berkembangnya pasar e-commerce di Jepang, baik di dalam maupun luar negeri, jumlah transaksi yang bermasalah juga meningkat. Pada tahun 2017, Pusat Urusan Konsumen Nasional (NCAC), sebuah badan administratif independen yang didirikan berdasarkan Undang-Undang Konsumen Dasar dan Undang-Undang NCAC, menerima 77.318 keluhan yang berkaitan dengan pembelian e-commerce konsumen, yang lebih dari dua kali lipat jumlah keluhan yang diterima pada tahun 2012 (31.934 kasus). Laporan-laporan ini, yang mencakup penjualan langsung secara online dan lelang online, biasanya berfokus pada tidak adanya pengiriman, cacat produk, atau tidak adanya pembayaran.

Menurut sebuah survei yang menanyakan alasan mengapa mereka tidak menggunakan layanan berbagi rumah (seperti Airbnb) atau layanan berbagi tumpangan (seperti Uber), lebih dari 50% konsumen Jepang menjawab bahwa mereka khawatir tentang seberapa efektif masalah yang mereka alami akan ditangani. Yang cukup menarik, bahkan meskipun konsumen mengharapkan kualitas layanan yang diberikan di Jepang tinggi, namun kekhawatiran konsumen tentang kemungkinan perselisihan jauh lebih tinggi daripada di Amerika Serikat, Inggris, Jerman, dan Cina, di mana pertanyaan yang sama menunjukkan hanya sekitar 30% konsumen yang mengindikasikan bahwa mereka khawatir.

Hasil ini menunjukkan bahwa potensi masalah transaksi lebih membuat stres bagi konsumen Jepang, serta bagaimana opsi ganti rugi yang tersedia saat ini tidak memadai untuk meredakan kekhawatiran mereka. Berdasarkan data ini, sebuah laporan sementara yang diterbitkan oleh Review Conference of Sharing Economy (sebuah dewan ahli yang dibentuk di bawah Sekretariat Kabinet Jepang) merekomendasikan dengan tegas agar pelaku usaha mengambil langkah-langkah proaktif untuk menerapkan proses ganti rugi yang dapat mengurangi kecemasan konsumen seputar transaksi ekonomi berbagi.

C. Perbandingan Bentuk Penyelesaian Sengketa Transaksi Cross Border E-commerce Indonesia dengan Jepang

Indonesia

UU No.8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen adalah sebuah dasar tentang perlindungan hukum yang diperoleh baik konsumen dan pelaku usaha. Namun, kelemahan dari UU ini adalah tidak adanya aturan spesifik mengenai transaksi cross border e-commerce. Kelemahan ini menimbulkan perselisihan sengit antara konsumen dan pelaku usaha, dan tidak sedikit memilih jalur hukum berupa litigasi dan non litigasi. Menurut UU ITE penanggulangan sengketa bisa dilaksanakan dengan mengusulkan gugatan pada pihak pelaksana transaksi online. Sementara itu metode Penyelesaian Sengketa Konsumen yang dilaksanakan diluar pengadilan ada tiga cara yakni : Konsiliasi, Mediasi dan Arbitrase.

Pilihan penyelesaian pertama kali dilakukan oleh pelanggan apabila sebuah transaksi tidak berjalan dengan baik. Ialah mengusulkan pelaporan dengan cara metode penyelesaian pelaporan internal pelaku usaha yang dituju. Apabila metode tersebut tidak berhasil, UUPK menyediakan 2 metode yakni metode litigasi dengan cara pengadilan serta metode alternatif penyelesaian sengketa dengan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Dispute Resolution merupakan salah satu jenis penyelesaian sengketa, terutama penyelesaian sengketa bisnis secara lebih cepat. Hal ini dikarenakan perkembangan bisnis di Indonesia senantiasa berkembang sehingga sudah menjadi kebutuhan untuk terdapat pengaturan penyelesaian sengketa bisnis yang cepat. Sebagaimana diatur di pada Undang-Undang No.30 Tahun 1999 perihal Arbitrase serta Alternatif Penyelesaian Sengketa (UU Arbitrase serta APS) untuk menanggulangi sengketa di luar pengadilan. UU tersebut menjadi dasar hukum bagi pelaku bisnis yang enggan menggunakan litigasi sebagai penyelesaian perelisianya, dimana menurut Pasal 1 angka 10 UU Arbitrase dan APS terdapat beberapa pilihan, yaitu : Negosiasi, Mediasi, Konsiliasi, serta Arbitrase.

Arbitrase adalah metode penanggulangan sebuah sengketa perdata di luar pengadilan biasa yang berlandaskan kepada perjanjian arbitrase yang dilakukan dengan cara pada para pihak yang bertikai. Dimana hasil dari ditempuhnya upaya arbitrase oleh para pihak adalah terciptanya suatu adjudikasi serta consensus, dimana semua pihak setuju untuk menangani pertikaian melalui bantuan pihak netral untuk membuat suatu keputusan melalui adjudikasi privat. Arbitrase banyak dipilih oleh para pihak karena prosesnya lebih cepat sehingga dapat memenuhi rasa keadilan. Dalam hal penyelesaian sengketa transaksi elektronik yang bersifat online terkait cross border e-commerce belum berkembang secara baik, dikarenakan BPSK atau lembaga alternatif lain belum memakai metode online untuk menanggulangi pertikaian. Pelanggan diwajibkan harus melaksanakan konsiliasi, mediasi, maupun arbitrase secara umum. Hal tersebut sebenarnya tidak pantas, dikarenakan negara yang lain sudah

menciptakan metode penyelesaian sengketa dengan cara ODR (Online Dispute Resolution) agar bisa memajukan prosedur alternatif penyelesaian sengketa.

Untuk menanggulangi sengketa pelanggan e-commerce mekanisme litigasi yang umum seperti ini tidak sesuai untuk dipilih. Prosedur litigasi pada umumnya memerlukan ongkos yang lebih besar menjangkau beban administrasi, pengacara, hingga beban eksekusi yang dijumlahkan bisa melewati nilai sengketa pelanggan. Maka sebab itulah metode tersebut susah dijadikan sebagai opsi oleh pelanggan e-commerce. Mahkamah Agung (MA) mempromosikan sebuah inovasi terkait metode gugatan biasa yang dibentuk guna memberi jalan yang cepat, seimbang serta murah. Tetapi, metode tersebut akan memungkinkan munculnya permasalahan pada pelanggan e-commerce yang berada pada tempat yang tidak sama dengan pelaku usaha. Dikarenakan, mekanisme ini memaksa para pihak yang bertikai tinggal pada tempat yang sama supaya gugatan bisa dikerjakan. Namun terlepas dari fleksibilitas MA yang mengizinkan gugatan sederhana diproses meski ada perbedaan domisili, para pihak yang bertikai diwajibkan harus mendatangi setiap prosedur dengan cara langsung. Pada persoalan tersebut timbul kebingungan pada perjanjian cross border e-commerce dimana setiap pihak yang bersengketa berkedudukan pada yurisdiksi negara bahkan hukum yang tidak sama.

Jepang

ODR di Jepang terhitung belum diaplikasikan ke dimensi hukum negara Jepang itu sendiri dengan baik. Meskipun volume pengaduan meningkat, dan kepedulian konsumen yang kuat mengenai potensi masalah transaksi, hingga saat ini, belum ada yang cukup untuk memberikan ganti rugi yang efektif bagi konsumen Jepang. Meskipun ada beberapa opsi yang tersedia, tidak ada yang cocok dengan transaksi e-commerce. Jalur utama yang tersedia untuk konsumen Jepang meliputi yang berikut ini:

Proses Pengadilan

Di bawah peraturan pengadilan Jepang saat ini, para pihak dapat mengajukan klaim untuk kurang dari JPY 600.000, yang mencakup sengketa e-commerce, ke Pengadilan Gugatan Sederhana (Small Claims Trial/SCT) yang dibentuk sebagai bagian dari pengadilan setempat. Argumen lisan dalam SCT selesai hanya dalam satu hari, dan keputusan hakim disampaikan segera setelah argumen lisan selesai. Keseluruhan proses memakan waktu sekitar 2 bulan dari pengajuan kasus hingga putusan akhir. Untuk membuat SCT dapat dipahami oleh pihak-pihak yang tidak memiliki perwakilan, pengadilan menyediakan berbagai macam panduan dan formulir untuk prosedur. Namun, biaya pengajuan membuat SCT menjadi jalur ganti rugi yang tidak nyaman untuk sebagian besar transaksi online. Biaya untuk mengajukan kasus adalah sekitar JPY 4.000, yang hampir setengah dari nilai rata-rata pembelian e-commerce.

Selain itu, meskipun panduan dan formulir tersedia, pelapor biasanya harus menyiapkan petisi tertulis dan menyerahkan bukti (selain dokumen administratif lainnya), yang biasanya dokumen administratif lainnya), yang biasanya berarti bahwa pelapor harus mendapatkan setidaknya beberapa nasihat dari pengadilan atau pengacara. Selain itu, prosedur ini dilakukan sepenuhnya. Selain itu, prosedur ini dilakukan sepenuhnya secara offline, yang berarti bahwa para pihak harus menghadiri argumen lisan yang diadakan di pengadilan. Dalam beberapa kasus, atas permintaan atas permintaan terdakwa, kasus tersebut akan dialihkan ke pengadilan biasa, yang berarti pengadu selalu beresiko bahwa dia akan ditarik ke dalam proses yang mahal dan memakan waktu.

Mengenai Transaksi Cross Border E-commerce, Hukum Acara Perdata telah diamandemen pada tahun 2012 untuk mengakui yurisdiksi pengadilan Jepang untuk sengketa yang diajukan oleh konsumen terhadap pelaku usaha asing selama konsumen tersebut adalah penduduk Jepang. Namun, bahkan jika keputusan dibuat untuk konsumen tersebut, hampir tidak mungkin untuk menegakkan putusan tersebut kecuali pelaku usaha tergugat memiliki aset di Jepang, yang berarti konsumen benar-benar kembali ke titik awal.

- Consumer's Self-Redress

Seperti banyak yurisdiksi lain di seluruh dunia, hukum Jepang memiliki periode di mana konsumen dapat membatalkan pembelian, mengembalikan barang, dan mendapatkan pengembalian dana penuh dengan alasan apa pun. Periode ini berlangsung selama 8 hari dari waktu pengiriman barang yang dibeli. Namun, penjual online dapat dikecualikan dari aturan ini selama mereka tidak mencantumkan masa iklan awal mereka. Sebagai contoh, Amazon.jp menyatakan bahwa pembeli bisa mendapatkan pengembalian dana penuh hanya jika barang yang dikirim belum dibuka dan belum digunakan; setelah barang dibuka, konsumen dapat menerima pengembalian dana hanya 50% dari harga yang dibayarkan. Demikian juga, sebagian besar penjual online di Jepang menolak aturan cooling-off dan menerapkan kebijakan pengembalian dana mereka sendiri, yang membatasi kemampuannya untuk melindungi konsumen.

Jalan lain yang mungkin bagi konsumen Jepang adalah tagihan pengembalian uang. Dalam proses ini, konsumen dapat menghubungi penerbit kartu kredit mereka untuk membalikkan tagihan atas transaksi yang bermasalah. Namun, di Jepang, alasan yang dapat diterima untuk alasan yang dapat diterima untuk mengajukan tolak bayar terbatas pada beberapa keadaan tertentu, seperti (i) pembelian tidak pernah dilakukan, (ii) pembelian dilakukan tetapi barang tidak diterima, (iii) pembelian dilakukan dengan barang curian atau tanpa izin, (iv) penjual melakukan kesalahan dalam pembelian atau (v) penjual tidak pernah memiliki wewenang untuk menyelesaikan pembelian. Oleh karena itu, tagihan pengembalian uang menjadi sulit, jika bukan tidak mungkin, untuk digunakan dalam kasus-kasus perselisihan kualitas barang atau penundaan pengiriman.

Faktanya, sebagian besar sengketa online di Jepang saat ini diselesaikan melalui komunikasi langsung antara konsumen dan penjual. Dalam kasus transaksi B2C, penjual profesional cenderung membuat konsesi untuk menjaga hubungan baik dengan basis pelanggan mereka dan untuk menjaga reputasi yang dapat dipercaya. Namun, jika penjual profesional menolak untuk berkompromi, atau hanya mengabaikan keluhan pembeli, biasanya konsumen hanya akan menyerahkan klaim mereka karena mereka tidak memiliki jalan yang masuk akal untuk menyelesaikan masalah. Faktanya, sebuah survei menunjukkan bahwa 33% dari sengketa konsumen e-commerce dalam negeri tidak terselesaikan dan 12% tidak diselesaikan dengan cara yang tidak memuaskan konsumen. Dan dalam kasus transaksi C2C, penjual cenderung kurang termotivasi untuk bersikap responsif, karena kecil kemungkinan mereka akan memiliki hubungan yang berkelanjutan dengan pembeli.

Sebaliknya, penjual C2C hanya ingin mengumpulkan pembayaran sesegera mungkin dan tidak ada hubungannya dengan pembeli setelah itu. Tantangan ini ada untuk transaksi e-commerce domestik, di mana pembeli dan penjual keduanya tinggal di Jepang. Tambahkan kebingungan dari transaksi lintas batas dan Anda dapat melihat bagaimana masalahnya menjadi lebih menakutkan. Tidak hanya ada kerumitan dan kontradiksi yurisdiksi, ada juga perbedaan bahasa dan tantangan penegakan hukum. Dalam praktiknya, ini sulit bagi konsumen, baik domestik maupun internasional, untuk mendapatkan akses terhadap keadilan kecuali jika penjual bersikap kooperatif. Jika penjual memutuskan untuk tidak berpartisipasi, maka hampir tidak ada pilihan saat ini di Jepang untuk memaksa mereka melakukannya.

Seperti yang telah kita bahas sebelumnya, e-commerce B2C dan C2C telah menjadi bagian penting signifikan dalam perekonomian Jepang secara keseluruhan, dan kepentingannya hanya akan tumbuh seiring dengan volume transaksi e-commerce yang terus meningkat. Karena opsi ganti rugi yang ada saat ini tidak secara efektif menyelesaikan sengketa bernilai rendah, bervolume tinggi, dan sering kali lintas batas, kurangnya ganti rugi akan menjadi rem bagi ekspansi e-commerce di Jepang, dan konsumen akan cenderung membelanjakan uang mereka di tempat lain. Untuk mempertahankan Jepang memimpin dalam e-commerce, dan untuk mendorong e-commerce Jepang tumbuh, Jepang perlu menjadikan penerapan ODR sebagai prioritas,

karena ODR menyediakan opsi ganti rugi yang memenuhi kebutuhan konsumen dalam ekonomi digital baru ini.

4. KESIMPULAN

Tiap negara memiliki hukum yang berbeda dalam mengatur mengenai perlindungan konsumen. Seperti uraian dalam artikel yang ditulis ini, negara Indonesia dan Jepang memiliki peraturan yang berbeda. Selain itu juga dalam penyelesaian sengketa, di Indonesia opsi penggunaan ODR kerap digunakan, namun berbeda dengan Jepang karena di Jepang penggunaan ODR sebagai media penyelesaian sengketa masih belum secara luas digunakan. Padahal selama belum ada Undang-Undang baru yang mengatur lebih lanjut mengenai E-commerce, ODR lah yang lebih cocok digunakan dalam penyelesaian sengketa dalam kasus transaksi E-commerce.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
Undang – Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
Code of Civil Procedure (CCP).
Nasution. Az., Revolusi Teknologi Dalam Transaksi Bisnis Melalui Internet, Jurnal Keadilan Volume I No. 3 September 2001
Riswandi. Budi Agus., Hukum dan Internet di Indonesia, UII Press: Yogyakarta, 2003
Afwija. Zahwa Maulidina., Penyelesaian Sengketa Atas Kerugian Konsumen Sebagai Bentuk Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Cross Border E- Commerce, Malang: Fakultas Hukum Universitas Brawijaya, 2021
Sekizaki. Y., Credit Card Chargeback, 2015
Habuka, H., & Rule, C. The promise and potential of online dispute resolution in Japan. International Journal on Online Dispute Resolution 2017
Mitsubishi Research Institute, Trends in Cross-border Online Commerce, MRI Report, 2015
Information Economy Division, METI, ‘2016 Establishing a Base for Data-Driven Society in Japan (Market Research for E-Commerce)’, METI Report 2016, 2017
Katadata.co.id “Indonesia Butuh Penyelesaian Sengketa Konsumen Yang Lebih Baik’ dikutip dari <https://katadata.co.id/shabrinaparamacitra/indepth/623bcfc543fb6/indonesia-butuh-penyelesaian-sengketa-konsumen-yang-lebih-baik>
NCAC website, www.kokusen.go.jp/ncac_index_e.html.
https://www.amazon.co.jp/gp/help/customer/display.html/ref=hp_left_v4_sib?ie=UTF8&nodeId=202063080&language=en_US.