



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 3 Tahun 2024 Page 8426-8436

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Optimalisasi Perlindungan Terhadap Konsumen Pada Aplikasi Belanja Online Berdasarkan UU No. 8 Tahun 1999

Sapriani Nur Adilah Lubis<sup>1✉</sup>, Melinda Natasya<sup>2</sup>, Dewi Amanda Nasution<sup>3</sup>, Hasyim<sup>4</sup>

Universitas Negeri Medan

Email: [adilalubis5@gmail.com](mailto:adilalubis5@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan perlindungan konsumen pada aplikasi belanja online berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Studi ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif, melibatkan 20 responden pengguna aplikasi belanja online yang diidentifikasi melalui survei menggunakan Google Form. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen sering menghadapi masalah seperti informasi produk yang tidak akurat, produk yang tidak sesuai dengan deskripsi, keterlambatan pengiriman, dan penipuan. Masalah-masalah ini disebabkan oleh kurangnya transparansi informasi dan minimnya pengawasan terhadap praktik bisnis pada platform belanja online. Penelitian ini menyarankan perlunya penyempurnaan regulasi untuk meningkatkan perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce, termasuk peningkatan peran pemerintah dalam pengawasan dan penegakan hukum. Dengan demikian, diharapkan dapat tercipta lingkungan belanja online yang lebih aman dan adil bagi konsumen.

Kata Kunci: *Perlindungan Konsumen, E-commerce, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, Belanja Online, Pengawasan Hukum*

## Abstract

This study aims to optimize consumer protection in online shopping applications based on Law No. 8 of 1999 on Consumer Protection. This research was conducted using a descriptive qualitative approach, involving 20 respondents who are users of online shopping applications identified through a survey using Google Forms. The results show that consumers often face issues such as inaccurate product information, products not matching descriptions, delayed deliveries, and fraud. These problems are caused by a lack of information transparency and minimal oversight of business practices on online shopping platforms. This study recommends regulatory improvements to enhance consumer protection in e-commerce transactions, including increasing the government's role in monitoring and law enforcement. Thus, it is expected to create a safer and fairer online shopping environment for consumers.

*Keywords: Consumer Protection, E-commerce, Law No. 8 of 1999, Online Shopping, Legal Oversight*

## PENDAHULUAN

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1 angka 1, perlindungan konsumen didefinisikan sebagai semua tindakan yang dilakukan untuk memastikan adanya kepastian hukum demi melindungi konsumen. Definisi ini dianggap memadai karena menegaskan pentingnya kepastian hukum untuk mencegah perilaku sewenang-wenang yang dapat merugikan operator komersial sekaligus melayani kepentingan konsumen. Di sisi lain, aturan ini berupaya memberikan kejelasan hukum kepada nasabah.

Menurut Mochtar Kusumaatmadja, perlindungan konsumen adalah seperangkat konsep dan norma hukum yang mengatur hubungan dan perselisihan antar pihak mengenai produk dan jasa yang dikonsumsi oleh masyarakat umum. Sistem ini berupaya untuk menumbuhkan interaksi yang adil dan seimbang antara pelanggan dan pelaku korporasi sekaligus menjaga hak konsumen untuk memperoleh barang dan jasa yang berkualitas tinggi dan aman.

Kepastian hukum diterapkan untuk melindungi hak-hak konsumen, diperkuat oleh undang-undang khusus yang bertujuan mencegah tindakan sewenang-wenang pelaku usaha yang merugikan konsumen (Maharani & Dzikra, 2021). Dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan peraturan hukum lainnya, konsumen kini memiliki hak dan posisi yang setara dengan pelaku usaha. Jika timbul pelanggaran terhadap hak-hak konsumen oleh pelaku usaha, konsumen dapat mengajukan gugatan atau tuntutan hukum.

Munculnya teknologi informasi dan komunikasi telah merevolusi cara hidup kita, interaksi, dan kegiatan ekonomi masyarakat, termasuk e-commerce. Aplikasi belanja online

memudahkan transaksi jual beli tanpa pertemuan langsung dengan penjual, membuat perdagangan lebih efisien dan praktis. Namun, kemudahan ini juga menimbulkan masalah baru terkait perlindungan konsumen, seperti informasi yang tidak akurat, produk yang tidak sesuai deskripsi, keterlambatan pengiriman, dan penipuan.

Masalah ini disebabkan oleh kurangnya transparansi informasi dan minimnya pengawasan terhadap praktik bisnis pada aplikasi belanja online. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha, namun masih belum cukup untuk melindungi konsumen dalam transaksi e-commerce yang memiliki karakteristik khusus.

Salah satu masalah utama dalam e-commerce adalah perlindungan keamanan data pribadi konsumen (Aji, 2022). Masalah lainnya adalah pembeli yang tidak membayar barang dan/atau jasa yang telah dibeli. Oleh karena itu, perlu diupayakan optimalisasi perlindungan konsumen pada aplikasi belanja online dengan mengkaji ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Selanjutnya, rekomendasi dapat dirumuskan untuk menyempurnakan regulasi atau kebijakan yang memberikan perlindungan lebih memadai bagi konsumen dalam transaksi e-commerce.

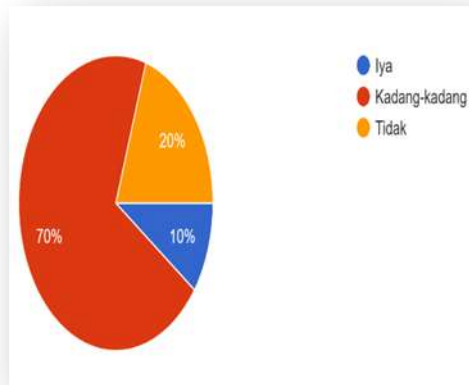
## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan deskriptif adalah metode yang dirancang untuk mengeksplorasi atau menggambarkan situasi sosial secara menyeluruh, luas, dan mendalam. Menurut Bogdan dan Taylor, pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Subjek penelitian ini terdiri dari 20 orang pengguna aplikasi belanja online. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui survei menggunakan formulir Google yang berisi 10 pertanyaan. Angket ini dibagikan kepada 20 orang dan hasil respon mereka diolah menjadi diagram lingkaran yang menunjukkan persentase jawaban. Analisis data dilakukan dengan membaca dan memahami hasil responden, menghitung persentase, membuat diagram lingkaran, dan kemudian menarik kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

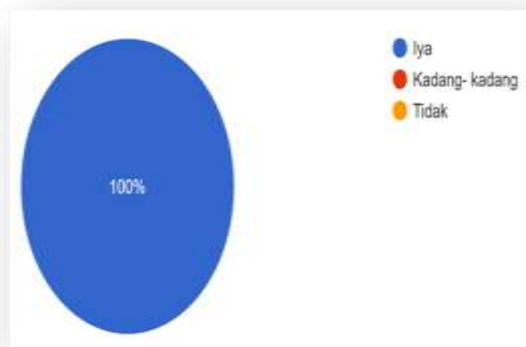
### Hasil

1. Kekecewaan saat menerima produk yang tidak sesuai dengan deskripsi atau foto di situs web tokoh online



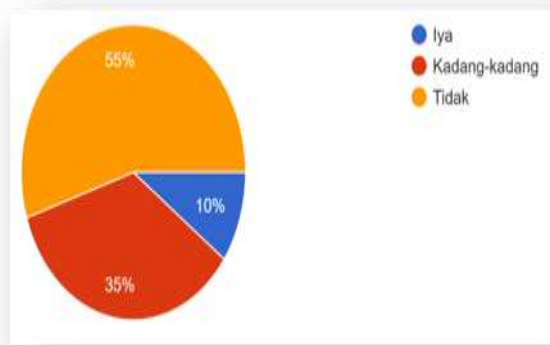
Berdasarkan jawaban responden diatas yang menjawab kadang-kadang sebesar 70%, menjawab tidak sebesar 20 % dan yang terkecil menjawab iya sebesar 10%. Ini membuktikan bahwa kekecewaan saat menerima produk yang tidak sesuai dengan deskripsi atau foto di situs web toko online terkadang masih menimbulkan kekecewaan dilihat dari presentasi yang menjawab kadang-kadang.

## 2. Memeriksa review dan rating produk sebelum membeli



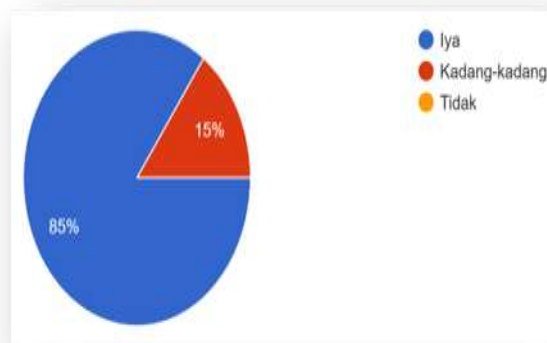
Berdasarkan hasil survei, 100% responden menjawab "Ya", dan tidak ada responden yang menjawab "Kadang-kadang" atau "Tidak". Ini membuktikan bahwa konsumen selalu memeriksa review dan rating produk sebelum membeli dilihat dari presentasi yang menjawab iya.

## 3. Mengalami masalah komunikasi dengan tokoh online



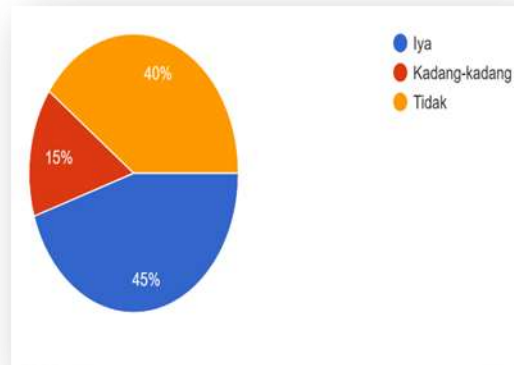
Berdasarkan jawaban responden diatas yang menjawab tidak sebesar 55%, menjawab kadang-kadang sebesar 35 % dan yang terkecil menjawab iya sebesar 10%. Ini membuktikan bahwa konsumen tidak mengalami masalah komunikasi dengan toko online dilihat dari presentasi yang menjawab tidak yaitu 55%.

4. Selalu memastikan situs web toko online tersebut terpercaya



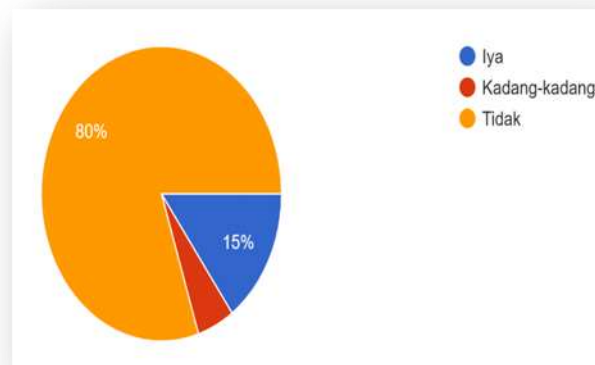
Berdasarkan jawaban responden diatas yang menjawab iya sebesar 85%, menjawab kadang-kadang sebesar 15 % dan tidak ada yang menjawab iya. Ini membuktikan bahwa konsumen selalu memastikan situs web toko online terpercaya dilihat dari presentasi yang menjawab iya yaitu 85%.

5. Mengalami kesulitan dalam proses pengembalian barang atau penukaran barang di tokoh online



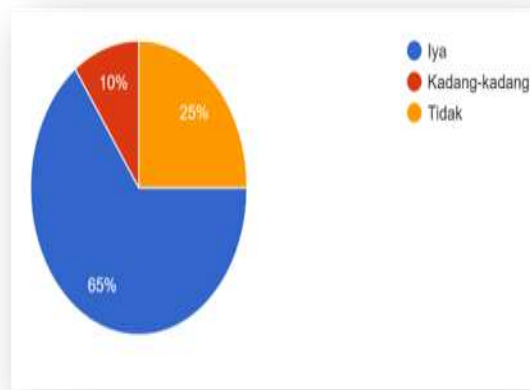
Berdasarkan jawaban responden diatas yang menjawab iya sebesar 45%, menjawab tidak sebesar 40 % dan terkecil menjawab kadang-kadang sebesar 15%. Ini membuktikan bahwa konsumen mengalami kesulitan dalam proses pengembalian barang atau penukaran barang di toko online dilihat dari presentase menjawab iya sebesar 45%.

6. Melaporkan kepada pihak berwenang terkait penipuan atau pelanggaran hak konsumen dalam belanja online.



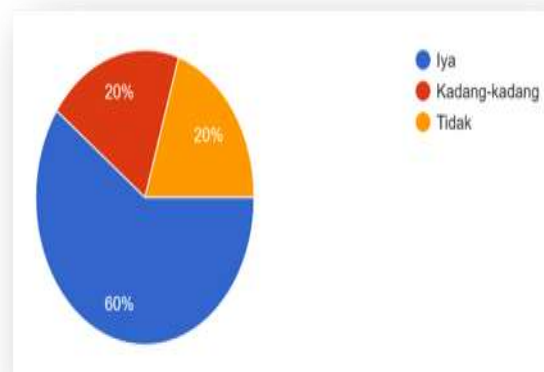
Berdasarkan jawaban responden diatas yang menjawab tidak sebesar 80%, menjawab iya sebesar 15 % dan tidak ada yang menjawab kadang-kadang. Ini membuktikan bahwa konsumen tidak melaporkan kepada pihak berwenang terkait penipuan atau pelanggaran hak konsumen dalam belanja online dilihat dari presentase menjawab tidak sebesar 80%.

7. Perlu edukasi lebih lanjut mengenai hak-hak sebagai konsumen dalam belanja online



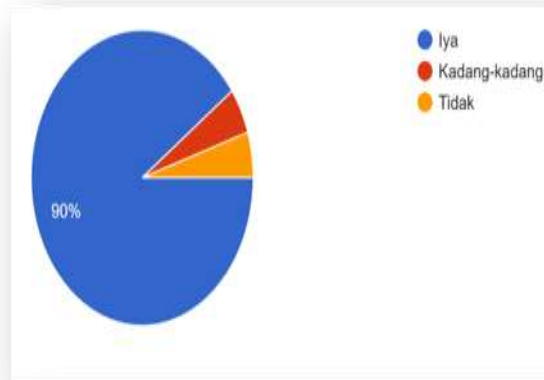
Berdasarkan jawaban responden diatas yang menjawab iya sebesar 65%, menjawab tidak sebesar 25 % dan paling sedikit kadang-kadang sebesar 10%. Ini membuktikan bahwa konsumen merasa perlunya edukasi lebih lanjut mengenai hak-hak sebagai konsumen dalam belanja online dilihat dari presentase menjawab iya sebesar 65%.

8. Percaya bahwa pemerintah sudah cukup berperan dalam melindungi hak-hak konsumen dalam belanja online



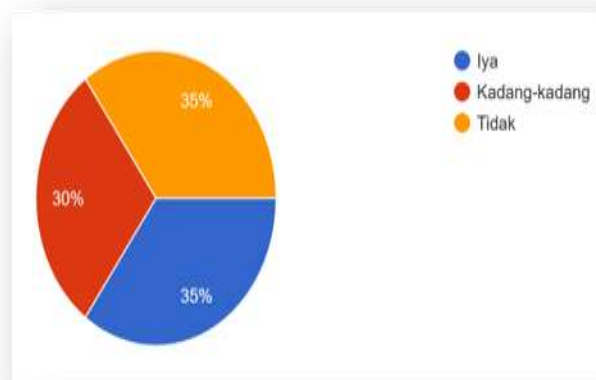
Berdasarkan jawaban responden diatas yang menjawab iya sebesar 60%, menjawab tidak sebesar 20 % dan kadang-kadang sebesar 20%. Ini membuktikan bahwa konsumen percaya bahwa pemerintah sudah cukup berperan dalam melindungi hak-hak konsumen dalam belanja online dilihat dari presentase menjawab iya sebesar 60%.

9. Merasa lebih aman berbelanja online di platfrom e-commerce yang sudah terdaftar dan diawasi oleh pemerintah



Berdasarkan jawaban responden diatas yang menjawab iya sebesar 90%, menjawab tidak sebesar 10 % dan tidak ada yang menjawab kadang-kadang. Ini membuktikan bahwa konsumen merasa lebih aman berbelanja online di platform e-commerce yang sudah terdaftar dan diawasi oleh pemerintah dilihat dari presentase menjawab iya sebesar 90%.

#### 10. Selalu menyimpan bukti transaksi belanja online



Berdasarkan jawaban responden diatas yang menjawab iya dan menjawab tidak sebesar 35%, menjawab kadang-kadang sebesar 30 % . Ini membuktikan bahwa konsumen tidak menyimpan transaksi belanja online dan ada juga konsumen yang menyimpan transaksi belanja online dilihat dari presentase menjawab iya dan tidak sebesar 35%.

#### Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, terdapat beberapa aspek yang mencerminkan kondisi konsumen dalam berbelanja online serta persepsi mereka terhadap perlindungan konsumen yang disediakan oleh pemerintah, Sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Meskipun sebagian besar responden hanya mengalami kekecewaan kadang-kadang, namun adanya persentase yang signifikan menunjukkan adanya masalah dalam konsistensi Pasal antara deskripsi produk dan produk yang diterima. Sesuai dengan Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan tidak menyesatkan terkait barang atau jasa yang dijual.

Proses pemeriksaan, ulasan, dan pemberian peringkat pada suatu produk sesuai dengan 39 hak yang dimiliki oleh konsumen untuk memperoleh informasi yang memadai dan jelas terkait barang atau jasa yang akan mereka beli. Hal ini sejalan dengan ketentuan yang tercantum dalam Pasal 4 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Meskipun sebagian besar responden tidak mengalami masalah komunikasi, namun persentase yang signifikan yang mengalami kadang-kadang menunjukkan adanya perluasan 38 layanan komunikasi yang dapat diupayakan oleh pihak penjual, Pasal 7 ayat (1) UU No. 8 Tahun 1999 menerangkan bahwa konsumen berhak mendapatkan pelayanan yang baik dan perlindungan hukum yang efektif.

Tingginya persentase yang selalu memastikan situs web terpercaya sesuai dengan hak konsumen untuk mendapatkan perlindungan terhadap praktik perdagangan yang tidak sehat, sebagaimana diamanatkan pada Pasal 4 ayat (2) UU No. 8 Tahun 1999.

Kesulitan dalam Proses Pengembalian atau Penukaran Barang mencerminkan pentingnya penyediaan informasi yang jelas dan memadai mengenai kebijakan pengembalian atau penukaran barang oleh penjual, seperti yang diatur dalam Pasal 4 ayat (2) UU No. 8 Tahun 1999.

Meskipun ada yang mengalami penipuan atau pelanggaran hak konsumen, namun persentase yang melaporkan hal tersebut masih rendah. Ini menunjukkan perlunya sosialisasi lebih lanjut mengenai prosedur pengaduan dan perlindungan terhadap konsumen, yang diatur di dalam Pasal 4 ayat (2) UU No. 8 Tahun 1999.

Persentase yang cukup tinggi menyatakan perlunya edukasi lebih lanjut mengenai hak-hak sebagai konsumen menunjukkan pentingnya upaya sosialisasi dan edukasi dari pemerintah dan pihak terkait, sebagaimana diamanatkan dalam Pasal 14 UU No. 8 Tahun 1999. Walaupun mayoritas responden mempercayai peran pemerintah, namun masih ada yang merasa tidak cukup. Ini menunjukkan perlunya peningkatan dalam implementasi dan pemantauan kebijakan perlindungan konsumen oleh pemerintah, seperti yang diatur didalam Pasal 5 UU No. 8 Tahun 1999.

Tingginya persentase yang merasa lebih aman berbelanja di platform yang diawasi pemerintah menunjukkan pentingnya peran pengawasan pemerintah dalam menjamin keamanan konsumen dalam berbelanja online, sebagaimana diamanatkan di dalam Pasal 5 UU No. 8 Tahun 1999.

Meskipun hanya sebagian kecil yang secara konsisten menyimpan bukti transaksi, namun pentingnya hal ini dalam mendukung hak-hak konsumen, terutama dalam kasus penipuan atau sengketa, sebagaimana diatur dalam Pasal 4 ayat (1) UU No. 8 Tahun 1999.

Menurut Prof. Dr. H. M. Faisal Basri, mengatakan bahwa transparansi adalah prinsip dasar dalam perlindungan terhadap konsumen. Konsumen memiliki hak untuk mengetahui informasi yang relevan terkait barang atau jasa yang dijual, seperti kualitas, harga, dan ketentuan penggunaannya. Konsumen juga berhak mendapatkan informasi yang jelas serta akurat untuk memastikan kesetaraan dalam setiap transaksi yang dilakukan. Kesetaraan berarti bahwa konsumen memiliki hak yang sama dengan penjual dalam memperoleh informasi yang relevan.

Menurut Dr. Sri Mulyani Indrawati, mengatakan bahwa Konsumen mempunyai hak untuk mendapatkan informasi yang jelas serta akurat terkait barang atau jasa yang akan mereka gunakan. Informasi yang jelas dan akurat ini penting agar konsumen dapat membuat keputusan yang bijaksana dalam menggunakan barang atau jasa tersebut. (Mardiasmo, 2018) Informasi yang tidak jelas atau menyesatkan dapat menyebabkan konsumen membuat keputusan yang tidak tepat .

Dengan demikian, hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa masih ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam rangka meningkatkan perlindungan konsumen dalam belanja online, baik dari sisi penyedia informasi dan layanan, maupun peran pemerintah dalam pengawasan dan penegakan hukum.

## SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen sering menghadapi masalah seperti informasi produk yang tidak akurat, produk yang tidak sesuai dengan deskripsi, keterlambatan pengiriman, dan penipuan. Masalah-masalah ini disebabkan oleh kurangnya transparansi informasi dan minimnya pengawasan terhadap praktik bisnis pada platform belanja online. Penelitian ini menyarankan perlunya penyempurnaan regulasi untuk meningkatkan perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce, termasuk peningkatan peran pemerintah dalam pengawasan dan penegakan hukum. Dengan demikian, dapat tercipta lingkungan belanja online yang lebih aman dan adil bagi

konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa tindakan perlindungan terhadap konsumen sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen belum terlaksana dengan baik.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aji, H. B. (2022). Pengaturan Jual Beli Secara Online Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dan Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik. *Jurnal Hukum Progresif*, 10(1), 12–24. <https://doi.org/10.14710/jhp.10.1.12-24>
- Fista, Y. L., Aris Machmud, & Suartini, S. (2023). Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Binamulia Hukum*, 12(1), 177–189. <https://doi.org/10.37893/jbh.v12i1.599>
- Khuainnah, I., dkk. (2024). *Pembuktian Aset Investasi dengan Trading Kripto di Indonesia*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Maharani, A., & Dzikra, A. D. (2021). Fungsi Perlindungan Konsumen Dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Di Indonesia : Perlindungan, Konsumen Dan Pelaku Usaha (Literature Review). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(6), 659–666. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i6.607>
- Mardiasmo. (2018). *Otonomi dan Manajemen Keuangan Daerah*. Penerbitan ANDI.
- Nyoto, A. S. (2016). Itikad Baik Pelaku Usaha Sebagai Produsen Makanan dan Minuman yang Mengandung Bahan Berbahaya dalam Hukum Perlindungan Konsumen. *Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Riau*, 3(2), 1–23.
- Ratnawati, E., Nailufar, F., & Rosdiana. (2023). Perlindungan Konsumen Atas Penyebaran Berita Bohong Melalui Transaksi Elektronik Yang Mengakibatkan Kerugian Konsumen Elfrida. *Jurnal de Jure*, 15(April), 64–76.
- Silalahi, W. (2021). URGENSI PERLINDUNGAN KONSUMEN BERBASIS TEKNOLOGI DIGITAL ( THE URGENCE OF CONSUMER PROTECTION BASED ON DIGITAL TECHNOLOGY ). *SERINA 1V UNTAR 2022*, 589–598.
- Situmeang, S,M,T. (2020). *Cyber Law*. Bandung: Cakra
- Wajdi, F., & Susanti, D. (2021). *Kebijakan Hukum Produk Halal di Indonesia*. Sinar Grafik.