



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 3 Tahun 2025 Page 5084-5096

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

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

## Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Perjanjian Jual Beli Pada *E-commerce* di Indonesia

Dian Karisma<sup>1✉</sup>, Rengga Kusuma Putra<sup>2</sup>, Retno Eko Mardhani<sup>3</sup>, Aziz Widhi Nugroho<sup>4</sup>, Satriya  
Nugraha<sup>5</sup>

(1) (2) Universitas Sains dan Teknologi Komputer Semarang, (3) (4) (5) Universitas Palangka  
Raya

Email: [diankarisma777@gmail.com](mailto:diankarisma777@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Konsumen dalam transaksi *e-commerce* mempunyai posisi tawar yang lemah, sehingga konsumen perlu mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan pelaku usaha atau penjual yang merugikan konsumen. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan hukum bagi konsumen dalam perjanjian jual beli pada *e-commerce* di Indonesia. Penulisan ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Menurut penelitian ini bahwa hak-hak konsumen dalam transaksi *e-commerce* memerlukan perlindungan dari tindakan pelaku usaha atau penjual, di antaranya dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan Peraturan Pemerintah Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik yang memberikan jaminan hukum bagi konsumen dan mengatur tanggung jawab atas kerugian yang dialami oleh konsumen jika penjual melakukan wanprestasi.

Kata Kunci: *E-commerce, Konsumen, Perjanjian, Perlindungan Hukum.*

## Abstract

Consumers in *e-commerce* transactions hold a weak bargaining position, making it essential for them to receive legal protection from actions taken by businesses or sellers that may harm them. This article aims to analyze the legal protection for consumers in sales agreements within *e-commerce* in Indonesia. This study employs a normative legal method with legislative and conceptual approaches. According to this research, consumers' rights in *e-commerce* transactions require protection against the actions of businesses or sellers, as outlined in the Consumer Protection Law, the Electronic Information and Transactions Law, and the Government Regulation on the Implementation of Electronic Systems and Transactions, which provide legal guarantees for consumers and regulate responsibilities for losses incurred by consumers if sellers commit a breach of contract.

Keywords: *Agreements, Consumers, E-commerce, Legal Protection.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dewasa ini, telah banyak membawa perubahan dalam kehidupan manusia. Aktivitas manusia yang semula membutuhkan waktu lama untuk menyelesaikannya, dengan teknologi aktivitas itu menjadi cepat terselesaikan, bahkan jarak dan biaya sudah tidak menjadi halangan.

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah membawa dampak yang signifikan dan bernilai positif bagi kehidupan manusia. Penggunaan teknologi dalam membantu aktivitas manusia dapat meningkatkan efisiensi, dan produktivitas. Salah satu aktivitas yang mengalami perubahan dengan keberadaan teknologi adalah dalam hal transaksi. Pemahaman masyarakat mengenai transaksi secara umum merupakan suatu kesepakatan jual beli antara para pihak yang setuju untuk menjalin hubungan hukum. Istilah transaksi dalam konteks hukum, merujuk pada adanya perikatan atau hubungan hukum yang terjalin di antara para pihak yang terlibat (Santoso, 2018).

Perubahan dalam aktivitas jual beli, yang semula dilakukan secara konvensional telah mengalami transformasi yang krusial. Jual beli yang awalnya dilakukan dengan tatap muka secara langsung antara penjual dan pembeli mengalami perubahan yang sekarang dapat dilakukan secara *Online* atau daring, sehingga penjual dan pembeli tidak perlu untuk bertemu secara langsung. Teknologi tidak hanya mempengaruhi cara transaksi antara penjual dan pembeli, tetapi juga telah memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi dalam proses perdagangan.

Terlebih saat ini, kehadiran platform perdagangan elektronik (*electronic commerce/e-commerce*) telah merevolusi cara konsumen atau pembeli dan penjual dalam berinteraksi. Kehadiran situs web dan aplikasi mobile menjadi mempermudah konsumen untuk mencari

barang yang dibutuhkan dengan banyak pilihan dengan berbagai variasi harga, konsumen juga dapat melakukan pembelian dari mana saja dan kapan saja. Teknologi memungkinkan akses yang lebih luas bagi konsumen, serta bagi pelaku usaha atau penjual untuk mempromosikan dan menjangkau barangnya, terutama di daerah yang sebelumnya sulit dijangkau oleh toko fisik.

Teknologi juga mempermudah dalam metode pembayaran yang selama ini dilakukan dengan pembayaran cash atau pembayaran tunai. Metode pembayaran ini dilakukan secara langsung dengan menggunakan uang fisik, seperti koin atau uang kertas. Metode ini merupakan salah satu cara pembayaran tradisional dalam transaksi jual beli, di mana pembeli memberikan sejumlah uang secara langsung kepada penjual sebagai imbalan atas barang atau jasa yang diterima.

Kemudahan dari teknologi ialah muncul metode pembayaran non-tunai, yakni dengan adanya sistem pembayaran digital seperti dompet elektronik dan transfer bank *Online*, sehingga proses transaksi menjadi lebih cepat dan efisien. Konsumen tidak lagi terbatas pada metode pembayaran tunai atau kartu kredit yang harus dilakukan secara langsung. Metode pembayaran ini mampu meningkatkan daya beli konsumen dan memberikan kenyamanan dalam berbelanja.

Selain hal tersebut, teknologi juga mendukung perkembangan model bisnis baru, seperti dropshipping dan pasar *Online*, sehingga dengan model bisnis baru ini baik individu maupun usaha kecil dapat berpartisipasi dalam perdagangan tanpa harus mempunyai inventaris secara fisik, hal ini dapat mengurangi risiko finansial dan memungkinkan lebih banyak lagi orang untuk terlibat dalam aktivitas jual beli.

Atas dasar hal tersebut, dapat dikatakan bahwa dengan keberadaan teknologi telah membawa perubahan yang signifikan di dalam dalam aktivitas jual beli, sehingga proses tersebut menjadi lebih efisien, aman, dan aksesibel. Perubahan ini tidak hanya menguntungkan bagi konsumen, tetapi juga memberikan peluang baru bagi pelaku bisnis untuk berkembang di era digital.

Transaksi jual beli tidak terlepas dari apa yang disebut dengan perjanjian. Sebagaimana yang terjadi selama ini, ketika masyarakat belum diperkenalkan dengan teknologi digital, transaksi jual beli dilakukan secara langsung, sehingga perjanjian antara penjual dan pembeli pun juga dilakukan secara langsung dengan lisan atau tertulis. Perjanjian ini merupakan landasan hukum yang mengatur hak dan kewajiban para pihak. Perjanjian dalam transaksi jual beli ini, antara lain mencakup berbagai aspek, seperti deskripsi barang atau jasa yang dijual, harga, cara pembayaran, dan syarat-syarat lain yang

relevan. Perjanjian jual beli ini memberikan kepastian hukum bagi para pihak terkait apa yang diharapkan dari masing-masing pihak, sehingga dapat meminimalkan risiko sengketa di kemudian hari.

Perjanjian secara lisan, dalam praktiknya sering digunakan dalam transaksi sehari-hari, seperti jual beli di pasar tradisional atau dalam hubungan bisnis yang lebih informal. Untuk transaksi yang melibatkan nilai nominal lebih tinggi atau komitmen jangka panjang, perjanjian tertulis lebih umum digunakan.

Sebelum era digital, perjanjian jual beli lebih bersifat tradisional dan manual, dengan memperhatikan kejelasan, bukti yang akurat, dan keamanan dokumen. Perkembangan teknologi mendorong perubahan bentuk perjanjian, yang semula berbentuk konvensional beralih ke bentuk elektronik. Kemajuan dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi telah mengakibatkan transformasi bentuk perjanjian menjadi format elektronik, yang dikenal sebagai kontrak elektronik (Bawono, 2020). Kontrak elektronik dalam transaksi jual beli *Online* mempercepat proses transaksi dan meningkatkan efisiensi dalam hubungan hukum para pihak yang terlibat.

Transaksi dalam *e-commerce* saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. *E-commerce* menawarkan banyak keuntungan tidak hanya bagi pelaku usaha (produsen dan penjual), terdapat juga tantangan yang perlu dihadapi, salah satunya terkait dengan isu hak-hak konsumen. Sebagaimana diketahui dalam jual beli *Online*, konsumen memiliki keterbatasan untuk melihat langsung barang yang ditawarkan oleh penjual, berbeda halnya dalam transaksi konvensional. Tidak jarang, barang yang diterima oleh pembeli tidak sesuai dengan yang ditawarkan dan ditampilkan dalam platform *e-commerce*. Tentunya, hal ini sangat merugikan konsumen dalam hal mendapatkan barang dan/atau jasa yang dijanjikan oleh si penjual. Hak-hak konsumen dalam perjanjian jual beli *Online* harus dilindungi. Mengingat posisi tawar konsumen ini sangat lemah dalam transaksi *e-commerce*, oleh karena itu, penting untuk mendapatkan perlindungan atas hak-haknya dalam lingkungan *e-commerce*, agar konsumen dapat bertransaksi dengan lebih aman dan adil.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan yang ingin diteliti adalah: Bagaimanakah perlindungan hukum bagi konsumen dalam perjanjian jual beli pada *e-commerce* di Indonesia?

## METODE PENELITIAN

Penulisan ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif dengan pendekatan peraturan perundang-undangan dan kontekstual. Data yang digunakan adalah data sekunder yang terdiri dari: bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan, yang dalam penulisan ini adalah Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik; bahan hukum sekunder berupa jurnal hukum, buku-buku yang relevan dengan penulisan ini, situs web terkait dan sebagainya. Metode pengumpulan data dalam penulisan ini sebagaimana data yang digunakan yakni data sekunder, dilakukan melalui studi pustaka.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Perdagangan elektronik (*e-commerce*) merujuk pada aktivitas jual beli barang dan/atau jasa, serta transfer dana atau data yang dilakukan melalui jaringan elektronik, khususnya internet (Pardede, 2021), sedangkan menurut ketentuan Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. *E-commerce* ini, tidak hanya mengubah cara konsumen untuk berbelanja, tetapi juga mengubah cara bisnis beroperasi dan cara pelaku usaha atau penjual berinteraksi dengan pelanggan.

Sebagaimana telah disebutkan bahwa salah satu karakteristik utama dari transaksi *e-commerce* adalah kemudahan akses yang ditawarkan kepada konsumen. Cukup menggunakan perangkat yang terhubung ke internet, seperti smartphone atau komputer/laptop, konsumen dapat melakukan pembelian kapan saja dan di mana saja, sehingga memberikan fleksibilitas yang lebih besar dibandingkan dengan metode jual beli konvensional atau yang mengharuskan kehadiran fisik para pihak di lokasi tertentu. Hal yang esensial dari transaksi jual beli baik yang dilakukan secara konvensional maupun elektronik atau *Online* adalah perjanjian. Perjanjian ini menjadi landasan atau dasar yang mengatur hubungan hukum antara para pihak yang terlibat dalam transaksi. Perjanjian tersebut memberikan kepastian hukum bagi maka masing-masing pihak mengenai hak dan kewajiban yang harus dipenuhi, sehingga dapat meminimalkan risiko sengketa di kemudian

hari.

Pada dasarnya, *e-commerce* menerapkan prinsip-prinsip dasar yang serupa dengan yang terdapat dalam perdagangan konvensional (Sholihan et al., 2024). Perjanjian jual-beli yang dilakukan secara elektronik merupakan kesepakatan yang mengatur hubungan hukum antara penjual dan pembeli, hanya saja menggunakan sarana melalui penggunaan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Perjanjian elektronik memiliki kekuatan hukum yang sama dengan perjanjian yang dibuat secara konvensional (Yudo et al., 2025). Dalam perjanjian ini, penjual memiliki kewajiban untuk menyerahkan objek yang dijual serta menerima pembayaran, sementara pembeli berkewajiban untuk melakukan pembayaran dan berhak menerima barang. Proses ini dapat dilakukan baik secara lisan maupun tertulis (Salim & Hayati, 2022).

Perjanjian dalam *e-commerce* merupakan kesepakatan hukum yang dibuat antara konsumen dan penjual melalui platform digital, yang mengatur syarat dan ketentuan transaksi jual beli barang dan/atau jasa. Pada perjanjian dalam *e-commerce*, aspek yang terpenting adalah adanya kejelasan informasi, sehingga di dalam kontrak elektronik harus terdapat rincian yang jelas mengenai barang dan/atau jasa yang diperjualbelikan, mencakup deskripsi barang dan/atau jasa, harga, metode pembayaran, dan syarat pengiriman. Tujuan dari atas kejelasan informasi ini adalah untuk memberikan transparansi kepada konsumen, sehingga konsumen dapat membuat keputusan setelah membaca informasi yang diberikan sebelum melakukan pembelian.

Di samping itu, perjanjian dalam *e-commerce* harusnya juga mencakup ketentuan mengenai hak dan kewajiban para pihak. Hanya saja dalam beberapa platform *e-commerce* tidak mencantumkan hal ini, sehingga para pihak dianggap sudah mengetahui hak dan kewajibannya masing-masing. Pada transaksi jual beli *Online* sebagaimana halnya dengan transaksi konvensional, pihak penjual mempunyai kewajiban untuk memberikan barang dan/atau jasa sesuai dengan deskripsi yang telah disepakati, sementara pembeli mempunyai kewajiban untuk melakukan pembayaran harga sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan, sehingga dengan adanya ketentuan yang jelas, maka ada kepastian mengenai apa yang diharapkan oleh para pihak, dan dapat mengurangi potensi sengketa.

Permasalahan yang sering terjadi dalam transaksi jual beli *Online* adalah ketika konsumen menerima barang yang tidak sesuai dengan yang ditawarkan oleh penjual. Tentunya, hal ini menimbulkan kerugian bagi pihak konsumen. Tidak jarang komplain dari konsumen tidak mendapatkan tanggapan dari penjual, bahkan pesan dari konsumen atas barang yang diterima diabaikan bahkan akun dari konsumen diblokir oleh pihak penjual.

Tindakan dari penjual yang tidak memberikan barang sebagaimana yang ditawarkan merupakan bentuk wanprestasi karena tidak ada itikad baik dari penjual dalam menyerahkan barang yang ditawarkan kepada pembeli. Telah dinyatakan dalam Pasal 45 Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, bahwa:

- (1) Transaksi elektronik yang dilakukan para pihak memberikan akibat hukum kepada para pihak;
- (2) Penyelenggaraan transaksi elektronik yang dilakukan para pihak harus memperhatikan:
  - a. Itikad baik;
  - b. Prinsip kehati-hatian;
  - c. Transparansi;
  - d. Akuntabilitas; dan
  - e. Kewajaran.

Sesuai dengan ketentuan yang tercantum dalam Pasal 45 Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tersebut, semua pihak yang terlibat dalam kontrak elektronik diwajibkan untuk memenuhi isi perjanjian tersebut. Apabila salah satu pihak melanggar ketentuan yang telah disepakati, maka akan terdapat konsekuensi hukum berupa sanksi, termasuk kewajiban untuk mengganti kerugian kepada pihak yang mengalami kerugian. Selain itu, kontrak elektronik juga harus mencantumkan ketentuan yang memberikan hak kepada pihak yang dirugikan untuk memperoleh ganti rugi, sebagaimana diatur dalam ketentuan Pasal 47 ayat (3) huruf f dari Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019, yang menyatakan bahwa: "Kontrak elektronik paling sedikit memuat ketentuan yang memberikan hak kepada pihak yang dirugikan untuk dapat mengembalikan barang dan/atau meminta penggantian produk jika terdapat cacat tersembunyi".

Kontrak elektronik sama halnya dengan perjanjian pada umumnya, hanya perbedaannya adalah penggunaan sistem elektronik. Kontrak elektronik memerlukan sistem elektronik yang aman dan dapat dipercaya, sehingga tidak ada permasalahan ketika digunakan. Selain itu, hal yang paling penting dalam pelaksanaan kontrak elektronik dalam hal ini adalah transaksi jual beli adalah itikad baik dari para pihak untuk melaksanakan perjanjian dengan baik.

Menurut Dhanang Widjawan bahwa hubungan antara pihak-pihak dalam transaksi elektronik seharusnya dilaksanakan dengan mengedepankan prinsip-prinsip seperti kepastian hukum, manfaat, kehati-hatian, itikad baik, serta kebebasan dalam memilih

teknologi atau bersikap netral terhadap teknologi. Tujuan dari hal ini adalah untuk menciptakan rasa aman, keadilan, dan kepastian hukum bagi pengguna serta penyelenggara teknologi informasi. Kesepakatan dalam penggunaan sistem elektronik dirancang untuk memastikan adanya rasa aman, keadilan, dan kepastian hukum bagi semua pihak yang terlibat. Sistem elektronik tersebut dapat dioperasikan oleh negara, individu, badan usaha, atau masyarakat secara keseluruhan (Widijawan, 2018).

Perjanjian jual beli *Online* dikatakan sah dengan terpenuhinya ketentuan dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), yakni:

1. Kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya;
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan;
3. Suatu pokok persoalan tertentu;
4. Suatu sebab yang tidak terlarang.

Selain itu, sahnya perjanjian elektronik atau kontrak elektronik juga diatur dalam Pasal 46 Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019, bahwa:

- (1) Transaksi elektronik dapat dilakukan berdasarkan kontrak elektronik atau bentuk kontraktual lainnya sebagai bentuk kesepakatan yang dilakukan oleh para pihak;
- (2) Kontrak elektronik dianggap sah apabila:
  - a. Terdapat kesepakatan para pihak;
  - b. Dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
  - c. Terdapat hal tertentu; dan
  - d. Objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum.

Adanya kesepakatan para pihak dalam kontrak elektronik ditandai ketika konsumen menerima penawaran dari pihak penjual, dengan memilih barang yang ditawarkan oleh penjual dan menerima semua persyaratan yang diajukan oleh penjual sebagaimana yang dapat dibaca pada platform *e-commerce*, kemudian konsumen membayar harga barang sesuai dengan metode pembayaran yang ditentukan oleh penjual, di sini sudah terjadi transaksi jual beli, yang kemudian penjual memproses pesanan dari konsumen untuk diserahkan kepada konsumen melalui jasa pengiriman yang juga sudah disepakati.

Sebagaimana disebutkan, kontrak elektronik tersebut memberikan kepastian hukum bagi konsumen dan penjual terkait dengan hak-hak para pihak, juga jaminan pelaksanaan kewajiban dari masing-masing pihak agar tidak menimbulkan kerugian bagi para pihak. Hanya saja, hal yang sering terjadi, konsumen tidak menerima barang sesuai yang telah

dipesan. Hal ini merupakan bentuk wanprestasi dari penjual, dan konsumen berhak untuk menuntut ganti kerugian.

Para pelaku usaha sering memanfaatkan masyarakat demi meraih keuntungan maksimal, bahkan terkadang pelaku usaha ini menawarkan harga yang sangat rendah dengan kualitas yang buruk juga. Selain itu, pelaku usaha juga cenderung mengabaikan dampak dari produk yang dihasilkan dengan standar kualitas rendah, tanpa mempertimbangkan bahaya produk tersebut bagi konsumen.

Konsumen sebagai pengguna barang dan/atau jasa, memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan dari tindakan pelaku usaha atau penjual yang merugikan pihak konsumen. Terlebih transaksi *e-commerce* ini tidak berupa perjanjian tertulis, yang mana juga tidak diketahui secara pasti alamat dari pelaku usaha, tentunya ketika konsumen tidak mendapatkan barang yang telah dipilih sebelumnya, maka konsumen tidak dapat melakukan tindakan apapun, yang mana konsumen tersebut dapat mengajukan pengaduan ke pihak terkait.

Upaya untuk melindungi konsumen seharusnya diawali dengan penerapan hukum (peraturan perundang-undangan). Hukum memiliki peran penting dalam menjaga kepentingan individu, sehingga untuk memastikan bahwa kepentingan tersebut mendapatkan perlindungan, penerapan hukum harus dilakukan secara efektif. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen berfungsi sebagai dasar hukum yang menetapkan hak-hak konsumen maupun prinsip-prinsip penting mengenai informasi yang harus disediakan kepada konsumen, termasuk dalam transaksi *Online* (Haris & Yustitainingtyas, 2024).

Hak-hak konsumen ini mendapatkan perlindungan hukum sebagaimana diatur di dalam ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Menurut ketentuan yang tercantum dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, definisi perlindungan konsumen adalah: "Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen". Selanjutnya, dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, dinyatakan bahwa, Perlindungan Konsumen Bertujuan:

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;

4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen, sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin ke-langsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan ke-nyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Konsumen perlu memahami hak-haknya yang telah diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, Hak Konsumenyaitu:

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 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.

Atas perlindungan atas hak-hak konsumen tersebut, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 juga mengatur mengenai pertanggungjawaban dari pelaku usaha terhadap konsumen, khususnya dalam Pasal 19, yakni:

- (1) Pelaku usaha bertanggungjawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan;
- (2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan

- perundang-undangan yang berlaku;
- (3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi;
  - (4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan;
  - (5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Terkait dengan pertanggungjawaban pelaku usaha dalam transaksi *e-commerce*, disebutkan pula dalam Pasal 26 Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik bahwa Pelaku Usaha Wajib:

- a. Melindungi hak-hak konsumen sesuai dengan ketentuan per-aturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen; dan
- b. Mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang persaingan usaha.

Selain itu, pelaku usaha juga memiliki kewajiban yang harus dipenuhi sebagaimana diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Pelaku usaha juga dilarang melakukan tindakan-tindakan tertentu, sebagaimana disebutkan di dalam ketentuan Pasal 9 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.

Apabila konsumen telah berusaha menghubungi penjual melalui aplikasi marketplace bersangkutan, dan telah mengajukan permohonan untuk pengembalian uang atau barang, akan tetapi tidak menerima tanggapan atau kompensasi, maka situasi ini dapat mengarah pada sengketa konsumen. Adapun langkah pencegahan yang dapat diambil ketika barang yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan pesanan adalah dengan memanfaatkan fitur pengembalian barang. Konsumen dalam hal ini, berhak untuk mengajukan keluhan, dengan syarat menyertakan bukti video saat membuka barang tersebut sebagai bahan bukti. Selanjutnya, pihak pelaku usaha akan melakukan pengembalian dana atau barang sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati oleh kedua belah pihak (Hajjan et al., 2021).

Sesuai dengan Pasal 23 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, konsumen juga mempunyai hak untuk mengajukan gugatan terhadap pelaku usaha melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), atau dapat juga mengajukan gugatan di pengadilan yang berlokasi di tempat kedudukan konsumen. Penyelesaian sengketa *e-commerce* berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, pada dasarnya dapat dilakukan melalui dua jalur, yaitu litigasi di pengadilan atau non-litigasi melalui mediasi,

arbitrase, atau metode penyelesaian sengketa alternatif yang disepakati oleh kedua belah pihak. Hal ini memberikan fleksibilitas bagi konsumen untuk memperoleh keadilan dan kompensasi yang layak (Prayuti et al., 2024).

## SIMPULAN

Perkembangan teknologi telah membawa perubahan signifikan dalam aktivitas jual beli, khususnya melalui *e-commerce*. Transaksi yang dulunya dilakukan secara konvensional kini beralih ke platform digital, yang memberikan kemudahan akses dan efisiensi bagi konsumen dan pelaku usaha, akan tetapi hal itu menimbulkan tantangan, terutama terkait perlindungan hak-hak konsumen. Undang-Undang Perlindungan Konsumen Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan Peraturan Pemerintah Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik memberikan jaminan hukum bagi konsumen dalam bertransaksi secara *Online*, di mana pelaku usaha atau penjual mempunyai tanggung jawab atas kerugian yang dialami oleh konsumen jika melakukan wanprestasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bawono, B. T. (2020). The Validity of Electronic Contracts in Software Applications. *Jurnal Akta*, 7(1), 446-407.
- Hajjan, N., Apriani, R., & Ramadhan, L. (2021). Penegakan Hukum Atas Tindakan Wanprestasi Konsumen Melalui Sistem Cash on Delivery (Cod). *Supremasi: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial, Hukum, & Pengajarannya*, 16(2), 318–326.
- Haris, A., & Yustitiningtyas, L. (2024). The Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Transaksi *E-commerce* Pada Penjualan Barang Palsu: 1. Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Korban Praktik Jual Beli Barang Palsu, 2. Hambatan dan Tantangan Dalam Penegakan Praktik Jual Beli Barang Palsu. *ACADEMOS Jurnal Hukum Dan Tatahan Sosial*, 3(2).
- Pardede, M. (2021). *Hukum perjanjian: teknologi informasi dan kejahatan*. Papas Sinar Sinanti.
- Prayuti, Y., Herlina, E., & Rasmiaty, M. (2024). Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Perdagangan di *E-commerce* di Indonesia. *Jurnal Hukum Mimbar Justitia*, 10(1), 27–44.
- Salim, H. S., & Hayati, Y. S. (2022). *Hukum Kontrak Elektronik (E-Contract Law)*. Raja Grafindo Persada.
- Santoso, E. (2018). *Pengaruh Era Globalisasi terhadap hukum bisnis di Indonesia*. Prenada Media.

- Sholihan, S., Rusydi, R., Bagus, S. S., Sudin, A., & Qulub, A. (2024). Perlindungan Hukum Konsumen dalam Jual Beli yang tidak Sesuai Dengan Perjanjian pada Transaksi *E-commerce*. *Madani Jurnal Politik Dan Sosial Kemasyarakatan*, 16(01), 15–39.
- Widijawan, D. (2018). *Dasar-Dasar Hukum Kontrak Bisnis, Transaksi & Sistem Elektronik (UU ITE Perubahan Nomor 19/2016)*. Keni Media.
- Yudo, C. C. D., Gabriela, A. M., Christara, T., Nova, F. G., & Darmawan, M. C. (2025). Keabsahan Transaksi Jual Beli Melalui *E-commerce* dengan Metode COD oleh Anak di Bawah Umur. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 7(3), 1847–1855.