



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 4 Tahun 2025 Page 138-162

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

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

## Perlindungan Hak-Hak Konsumen Dalam Transaksi *E-Commerce* Terhadap Produk Tidak Sesuai Deskripsi Barang

Mercy Anastasya Sekeon Ralfie Pinasang<sup>1✉</sup>, Cornelis D. Massie<sup>2</sup>

Magister Hukum, Pascasarjana Universitas Sam Ratulangi

Email : [anastasyasekeon23@gmail.com](mailto:anastasyasekeon23@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong pertumbuhan pesat e-commerce di Indonesia. Namun, kemudahan dalam bertransaksi secara daring juga memunculkan persoalan perlindungan hukum terhadap konsumen, khususnya dalam kasus produk yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaturan hukum e-commerce di Indonesia serta implementasi regulasi yang berkaitan dengan perlindungan hak konsumen. Metode yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun telah terdapat sejumlah regulasi seperti UU ITE, UU Perlindungan Konsumen, dan PP No. 80 Tahun 2019, masih terdapat kelemahan dalam pelaksanaan perlindungan konsumen, terutama pada mekanisme penyelesaian sengketa dan efektivitas pengawasan. Kasus-kasus konkret yang dikaji, seperti putusan No. 183/Pdt.G/2018/PN Mdn dan kasus konsumen e-commerce lainnya, memperlihatkan belum optimalnya penegakan hukum terhadap pelaku usaha yang tidak memenuhi kewajiban terhadap konsumen. Penelitian ini merekomendasikan penguatan regulasi sektoral, peningkatan edukasi konsumen, serta pembentukan lembaga pengawas transaksi daring yang lebih responsif dan profesional.

Kata kunci: *Perlindungan Konsumen, E-Commerce, Sengketa Transaksi Online.*

## Abstract

The rapid advancement of information technology has significantly accelerated the growth of e-commerce in Indonesia. However, this convenience is accompanied by challenges in consumer protection, particularly regarding products that do not match their descriptions upon delivery. This study aims to examine the legal framework governing e-commerce in Indonesia and the implementation of regulations related to consumer protection. Employing a normative legal research method with statutory and case study approaches, the findings reveal that although various regulations exist—such as the Electronic Information and Transactions Law, the Consumer Protection Law, and Government Regulation No. 80 of 2019—their enforcement remains insufficient. Key issues include ineffective dispute resolution mechanisms and weak regulatory oversight. Case studies, including Decision No. 183/Pdt.G/2018/PN Mdn and other consumer complaints on major platforms, highlight the limited legal recourse available to consumers. This study recommends strengthening sectoral regulations, enhancing consumer legal literacy, and establishing a more responsive and professional supervisory body for digital transactions.

Keywords: *Consumer Protection, E-Commerce, Online Transaction Disputes.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong pesatnya pertumbuhan perdagangan elektronik (*e-commerce*) di Indonesia. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2023, sekitar 77% masyarakat Indonesia aktif bertransaksi secara online, yang menunjukkan tingginya antusiasme konsumen dalam memanfaatkan kemudahan *e-commerce*. Transaksi *e-commerce* menawarkan kemudahan dan kecepatan bagi konsumen dalam memperoleh berbagai produk dan jasa tanpa harus datang langsung ke toko fisik. Namun, di balik kemudahan tersebut, muncul berbagai tantangan terkait perlindungan hak konsumen, terutama terkait produk yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi yang dijanjikan oleh pelaku usaha. Masalah produk tidak sesuai deskripsi ini sering terjadi dan menjadi salah satu keluhan konsumen paling umum dalam transaksi online. Produk yang diterima tidak sesuai dapat berupa kualitas, spesifikasi, fungsi, maupun kondisi fisik barang yang berbeda dengan informasi yang disampaikan pada saat pembelian.

Internet yang sebelumnya digunakan terutama untuk keperluan akademik dan ilmiah, kini telah merambah ke hampir semua aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam transaksi jual beli secara elektronik (*e-commerce*). Transaksi *e-commerce* adalah jenis transaksi yang dapat dilakukan tanpa adanya pertemuan langsung antara penjual dan pembeli. *E-commerce* memberikan banyak keuntungan baik bagi penjual maupun pembeli. Di era ekonomi digital saat ini, sektor *e-commerce* telah berkembang pesat. Tidak hanya

terbatas pada bidang fashion, sektor *e-commerce* juga terlihat dalam transportasi *online* (seperti Gojek, Grab, dan sejenisnya), perjalanan *online*, dan bahkan telah merambah ke sektor pendidikan. Sektor ini juga memberikan peluang dalam perdagangan internasional, karena transaksi tidak hanya terjadi di satu negara saja, melainkan melibatkan berbagai negara.

Ekonomi digital di Indonesia, yang meliputi jasa transportasi *online*, media *online*, travel, dan perdagangan elektronik terus mengalami kenaikan yang signifikan. Pada tahun 2024, nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia diperkirakan mencapai Rp487 triliun. Angka ini setara dengan 6,7% dari total pengeluaran konsumsi rumah tangga yang mencapai Rp6.812 triliun. Pada tahun 2024, situs *e-commerce* terpopuler adalah Shopee kemudian diikuti oleh Tokopedia dan Lazada ID berada di peringkat kedua dan ketiga. Selain itu Blibli dan Bukalapak juga merupakan platform *e-commerce* terpopuler di Indonesia.

Penjualan *online* akan selalu berkaitan dengan system pembayaran *online*, dimana *e-payment* menjadi salah satu pilihan utama sebagai system pembayaran transaksi. Himbauan pemerintah untuk melakukan *stay at home* serta *social distancing* mendorong masyarakat untuk sering melakukan belanja *online* dibandingkan dengan berbelanja secara langsung. Peran *e-commerce* mulai terlihat menjadi penting, dari yang awalnya berfokus pada penjualan produk mulai dari kebutuhan sekunder dan tersier, sekarang mulai menjalar ke kebutuhan primer seperti makanan. Transaksi belanja *online* dilakukan tanpa kontak manusia secara langsung, bahkan juga tidak melalui hubungan personal. Hampir semua proses transaksi dalam belanja *online* menggunakan transaksi pembayaran digital (*E-Payment*). Oleh karena itu, layanan pembayaran digital memegang peranan penting dalam proses transaksi jual beli pada belanja *online*.

Kemajuan teknologi internet berfungsi sebagai kekuatan utama di balik ekspansi *e-commerce*. Undang-Undang ITE mengatur pengembangan *e-commerce* melalui Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Konsumen perlu tetap waspada saat mereka melakukan pembelian. Transaksi *e-commerce* yang umum antara pelaku bisnis dan konsumen melibatkan kesepakatan mutual. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata mengatur perjanjian jual beli tetapi *e-commerce* merupakan model jual beli kontemporer yang menggunakan teknologi internet sebagai platform transaksinya. Kemauan yang dinyatakan oleh para pihak dalam kesepakatan mereka berfungsi sebagai dasar untuk mengikat kontrak dan kemauan ini dapat terwujud melalui ungkapan lisan atau tertulis yang menciptakan kewajiban hukum bagi semua pihak yang terlibat.

Perjanjian yang terjadi di platform e-commerce termasuk dalam kategori perjanjian elektronik karena menggunakan media elektronik seperti komputer atau ponsel yang terhubung ke internet. Dengan begitu, kesepakatan antara para pihak terjadi secara online. Hal ini berbeda dengan perdagangan tradisional, di mana para pihak dalam perjanjian jual-beli bertemu langsung dan berkomunikasi secara tatap muka.

Di Indonesia, kegiatan perdagangan sudah diatur melalui Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, yang juga mencakup perdagangan elektronik. Dalam undang-undang ini, pemerintah mengatur bagaimana transaksi elektronik harus bisa dipertanggungjawabkan oleh semua pihak yang terlibat, sekaligus memberikan perlindungan hukum bagi konsumen. Menurut Pasal 65 UU Perdagangan, pelaku usaha yang menjual barang atau jasa lewat sistem elektronik wajib memberikan data dan informasi yang lengkap dan akurat. Informasi tersebut setidaknya harus mencakup identitas dan status hukum penjual, persyaratan serta kualitas barang atau jasa yang ditawarkan, harga, cara pembayaran, dan metode pengiriman barang.

UU ITE menjelaskan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya (Pasal 1 Angka 2 UU ITE). Transaksi elektronik terjadi pada saat penawaran transaksi yang dikirim Pengirim telah diterima dan disetujui Penerima (Pasal 20 Ayat 1 UU ITE). Jelas bahwa transaksi dalam platform *e-commerce* merupakan transaksi elektronik, yaitu suatu perbuatan hukum yang dilakukan menggunakan komputer, jaringan komputer, atau media elektronik lainnya. Transaksi ini didasarkan pada adanya perjanjian atau kontrak elektronik. Dalam Pasal 1 angka 17 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), kontrak elektronik didefinisikan sebagai perjanjian yang dibuat oleh para pihak melalui sistem elektronik.

Meski dilakukan secara digital, kontrak elektronik tetap harus memenuhi syarat sah sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata), sama seperti kontrak pada umumnya. Jika kontrak telah memenuhi syarat sah, maka terbentuklah perikatan yang mengikat para pihak. Hal ini ditegaskan dalam Pasal 18 ayat (1) UU ITE yang menyatakan bahwa kontrak elektronik mengikat para pihak yang membuatnya. Ketentuan ini sejalan dengan Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata yang menegaskan bahwa setiap perjanjian berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.

Dengan demikian, kontrak elektronik menciptakan hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh masing-masing pihak sesuai dengan isi perjanjian yang telah disepakati.

*E-commerce* telah merevolusi cara orang melakukan transaksi jual beli, yang sebelumnya dilakukan secara langsung kini bisa dilakukan kapan saja dan dari mana saja. Meski

dilakukan secara digital, perjanjian dalam transaksi *e-commerce* tetap memiliki kekuatan hukum yang sama dengan perjanjian dalam transaksi konvensional. Artinya, perjanjian tersebut tetap mengikat para pihak dan menimbulkan hak serta kewajiban bagi masing-masing pihak yang terlibat.

Namun demikian, meskipun platform *e-commerce* mempermudah proses transaksi, masih terdapat berbagai kekurangan, terutama dalam hal kepercayaan, perlindungan privasi, dan keamanan data pengguna. Ketiga aspek ini menjadi tantangan utama dalam menciptakan ekosistem perdagangan elektronik yang aman dan dapat dipercaya.

Perlindungan terhadap hak dan kewajiban para pihak dalam transaksi *e-commerce* telah diatur dalam berbagai regulasi, salah satunya adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Selain itu, Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE) sebagai peraturan pelaksana dari UU ITE juga memberikan pedoman yang lebih teknis.

PP PSTE mewajibkan penyelenggara sistem elektronik untuk memastikan sistem yang digunakan bersifat andal, aman, dan bertanggung jawab (Pasal 3). Penyelenggara juga diwajibkan untuk mendaftarkan sistem elektroniknya (Pasal 6). Selain itu, perlindungan data pribadi pengguna menjadi tanggung jawab penyelenggara, dan mereka harus mencegah serta menanggulangi kerugian yang timbul dari penggunaan sistem elektronik (Pasal 14 dan 31).

Edukasi kepada pengguna juga merupakan kewajiban penting, seperti dijelaskan dalam Pasal 28, di mana penyelenggara harus memberikan informasi minimal terkait hak, kewajiban, tanggung jawab masing-masing pihak, dan mekanisme pengaduan. Sementara itu, tugas dan tanggung jawab agen elektronik diatur dalam Pasal 39 dan 40, serta persyaratan teknis penyelenggaraan transaksi elektronik diuraikan dalam Pasal 42 hingga Pasal 50.

Perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE) diatur secara khusus dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE). PMSE didefinisikan sebagai kegiatan perdagangan yang proses transaksinya dilakukan melalui perangkat dan prosedur berbasis elektronik, sebagaimana tercantum dalam Pasal 1 angka 2 PP PMSE. Dalam pelaksanaannya, pelaku usaha yang terlibat dalam PMSE diwajibkan memiliki izin usaha, sebagaimana diatur dalam Pasal 15. Pengajuan izin tersebut dilakukan melalui sistem Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik (*Online Single Submission/OSS*).

Salah satu platform *e-commerce* yang populer di Indonesia adalah Shopee. Shopee menawarkan beragam produk yang menyesuaikan dengan kebutuhan dan gaya hidup

masyarakat Indonesia, baik untuk pria maupun wanita. Keunggulan utama Shopee terletak pada kemampuannya dalam menyediakan produk-produk yang sedang tren, sehingga selalu relevan dengan perkembangan gaya hidup modern. Produk yang ditawarkan mencakup berbagai kategori, seperti pakaian pria dan wanita, elektronik, perlengkapan rumah tangga, kebutuhan olahraga, dan masih banyak lagi. Ketersediaan produk yang lengkap dan mengikuti tren inilah yang membuat banyak konsumen tertarik dan gemar berbelanja melalui platform Shopee.

Meskipun kehadiran e-commerce seperti Shopee membawa banyak kemudahan dalam berbelanja, namun tidak menutup kemungkinan terjadinya pelanggaran yang dapat merugikan konsumen. Dalam transaksi e-commerce, pihak penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung, sehingga potensi terjadinya kesalahan atau kecurangan menjadi lebih besar dan perlu mendapat perhatian khusus. Beberapa permasalahan yang kerap muncul dalam transaksi digital ini antara lain kualitas produk yang rendah, pelayanan penjual yang kurang memuaskan, barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi, kesalahan dalam proses pembayaran, keterlambatan pengiriman, atau ketidaksesuaian lainnya dengan perjanjian awal antara penjual dan pembeli.

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, salah satu hak mendasar konsumen yang wajib dijamin adalah kepastian hukum. Dalam konteks *e-commerce*, kepastian hukum masih menjadi tantangan, terutama terkait keabsahan transaksi secara hukum perdata. Selain itu, sejumlah isu lain juga muncul, seperti keaslian data, perlindungan kerahasiaan dokumen, kewajiban perpajakan, penentuan hukum yang berlaku jika terjadi pelanggaran kontrak, yurisdiksi hukum, hingga penentuan sistem hukum yang digunakan apabila terjadi sengketa. Oleh karena itu, jaminan keamanan dalam transaksi *e-commerce* sangat penting guna melindungi hak konsumen serta membangun kepercayaan. Kepercayaan inilah yang pada akhirnya dapat mendorong peningkatan volume transaksi secara daring.

Apabila masyarakat atau konsumen mengalami ketidakadilan yang dilakukan oleh pelaku usaha, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan hukum guna melindungi hak-hak yang dimilikinya sebagai konsumen. Undang-undang No. 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang disingkat menjadi UUPK pada Pasal 1 angka (1), menyebutkan bahwa "Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen". Dengan adanya UUPK tersebut, masyarakat memiliki payung hukum untuk melindungi haknya. Sedangkan pelaku usaha bisa dituntut apabila barang/jasa yang diinginkan oleh konsumen tidak sesuai dengan perjanjian jual beli, sesuai yang tercantum di dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan

Konsumen di dalam Pasal 8 Ayat (2) menyatakan bahwa: "Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud".

Kemajuan dalam perkembangan ini memberi dampak positif bagi penjual yakni memudahkan pemasaran produk sehingga dapat menghemat biaya, sedangkan untuk pembeli memudahkan dalam mencari barang dan tidak perlu keluar rumah. Sebaliknya karena kedua belah pihak secara fisik tidak bertemu maka kemungkinan terjadi bentuk-bentuk kecurangan atau kekeliruan menjadi perhatian utama yang perlu penanganan lebih besar.

Perkembangan pesat *e-commerce* telah mengubah cara konsumen berbelanja, menawarkan kemudahan akses dan beragam pilihan produk. Namun, fenomena ini juga diiringi dengan munculnya berbagai sengketa, salah satunya adalah sengketa jual beli yang tidak sesuai dengan yang dipesan. Masalah ini sering kali timbul akibat perbedaan ekspektasi antara konsumen dan penjual, seperti produk yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi, kualitas, atau spesifikasi yang dijanjikan.

Dalam konteks ini, faktor-faktor seperti kurangnya regulasi yang jelas, praktik penipuan, serta komunikasi yang buruk antara pihak-pihak terlibat menjadi penyebab utama sengketa. Selain itu, tingginya tingkat persaingan di platform *e-commerce* mendorong beberapa penjual untuk mengedepankan strategi pemasaran yang agresif, meskipun terkadang mengabaikan aspek transparansi dan kejujuran.

Kasus seperti ini terjadi pada seorang konsumen *e-commerce* bernama Sapto Hadi. Dia membeli satu unit TV melalui toko *online*. Dalam deskripsi barang yang dijual, ditulis bahwa TV tersebut memiliki fitur wifi, sehingga Sapto Hadi tergiur membeli TV tersebut. Sapto Hadi langsung melakukan check out, dan membayar lunas harga TV yang dimaksud. Beberapa hari kemudian barang yang dipesan, telah sampai diantar oleh kurir. Tetapi ketika TV tersebut dioperasikan ternyata fitur wifi seperti yang tertera dalam deskripsi penjual tidak terdapat dalam barang yang diterima oleh konsumen.

Kasus Putusan Perdata Gugatan Nomor 183/Pdt.G/2018/PN Mdn bermula dari pembeli Ibu Rukiah pada tanggal 15 Februari 2018 melakukan proses pembelian sebuah Macbook Pro 13" melalui marketplace Tokopedia sehingga diterbitkan invoice dengan No.INV/20180215/XVIII/II/136434679 tanggal 15 Februari 2018 seharga Rp. 22.369.400,-. Berdasarkan pada invoice tersebut, pembeli telah membayar kepada Tokopedia dengan rincian Rp. 22.200.834,- dan Rp.500.000,-. Akan tetapi Tokopedia membatalkan transaksi dengan Ibu Rukiah dengan keterangan pembayaran dibatalkan (PYM.20180215.XVIII.II.14888711) tanggal 16 Februari 2018 dan mengembalikan dana

pembeli sebesar Rp.500.000,- dengan keterangan Payment Refund (148871263). Akan tetapi dana sebesar Rp.22,200.834,- malah dicairkan Tokopedia ke pihak-lain, sehingga Tokopedia tidak bisa lagi melakukan pengembalian-dana kepada pembeli.

Akibat tidak dikembalikannya dana pembeli tersebut, pembeli melalui kuasa hukumnya telah mengirimkan dua kali Surat Panggilan/Surat Peringatann yang kemudian dibalas oleh Tokopedia dimana pada pokoknya tidak bersedia-untuk dimintakan pengembalian sebesar Rp.22.200.834,- dengan alasan sebagai berikut :

- a. Pembeli telah melakukan kesalahan pembayaran jumlah yang seharusnya dibayar sebesar Rp.22.370.263,- bukan sebesar Rp.22.200.834 sebagaimana yang dihitung oleh penjual "ELIPA STORE".
- b. Pembeli melakukan kesalahan dengan mengirimkan buktii transfer kepada penjual "ELIPA STORE" sehingga uang yang ditransfer Pembeli ke rekening Tokopedia dapat dicairkan Tokopedia kepada pihak lain.
- c. Bahwa Pembeli telah meminta pertanggung -jawaban yang salah alamat (error-in-persona) karena yang seharusnya bertanggung-jawabb atas kerugian Pembeli adalah pihak ELIPAaSTORE bukan pihak Tokopedia.

Namun Pembeli menganggap bahwa argumen Tokopedia tidaklah berdasarkan hukum dengan alasan sebagai berikut :

- a) Pembeli telah melunasi kekurangan transfer atas tagihan Invoice dari Tokopedia.
- b) Pembeli memberikan bukti bayar kepada pihak penjual ELIPA STORE karena penjual merupakan penjual yang terdaftar dalam sistem Tokopedia dengan predikat Gold Merchant, sehingga toko in casu ELIPA-STORE menjadi terpercayaa dan profesionall di hadapan pembeli.
- c) Bahwa perlu diperhatikan Tokopedia merupakan sebuah *e-commerce* marketplace yang merupakan sebuah lokasii jual-beli produk dimana penjual serta pembeli bertemu di suatuu tempat in casu Tokopedia.

Model transaksi yang dilakukan oleh Tokopedia adalah model marketplace, dimana Tokopedia merupakan pemilik dan pengelola portal/situs web [www.tokopedia.com](http://www.tokopedia.com) yang menyediakan layanan berupa tempat transaksi kepada para penggunanya, baik sebagai penjual maupun sebagai pembeli. Untuk membuat fasilitas layanan Tokopedia menjadi nyaman bagi para penggunanya baik sebagai pembeli maupun penjual, Tokopedia membuat dan memberlakukan sebuah aturan main yang disebut "Syarat dan Ketentuan" mengenai bagaimana cara bertransaksi yang baik dan benar yang wajib dipatuhi oleh para penggunanya. Syarat dan Ketentuan ini diberikan kepada setiap pengguna Tokopedia ketika melakukan pendaftaran menjadi pengguna marketplace Tokopedia untuk dibaca dan

dipahami terlebih dahulu. Apabila calon pengguna setuju, ia harus memberikan persetujuannya dengan menandai kolom persetujuan dan pernyataan bahwa ia telah menelaah dan mengetahui syarat dan ketentuan yang berlaku.

Jika pembayaran dilakukan melalui transfer-bank, Tergugat menerapkan aturan khusus, ketika terjadi transaksi jual beli, sistem menerbitkan tagihan untuk pembayaran barang sebesar nilai harga barang ditambah dengan 3 digit Kode Unik dibelakang harga barang, kode ini tidak akan secara material menambah nilai transaksi/barang (jumlahnya selalu lebih sedikit dari Rp 1.000,-) namun sangat penting dengan tujuan untuk membentuk identitas yang mewakili suatu transaksi tertentu (in casu antara penjual dan pembeli tertentu, pada waktu tertentu dan untuk barang tertentu).

Tokopedia menyatakan bahwa tidak ada kesalahan dalam sistem Tokopedia dan sebaliknya sistem berjalan dengan seharusnya dan tanpa gangguan.

Kasus yang lain seorang konsumen bernama Rona Afdilla melakukan pembelian sepatu melalui platform *e-commerce* Tokopedia. Namun, setelah menerima barang, Rona mendapati bahwa sepatu yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi yang tertera di halaman produk. Barang tersebut ternyata bukan sepatu original seperti yang dijanjikan, melainkan produk palsu. Rona merasa dirugikan dan mengajukan klaim kepada pihak Tokopedia. Namun, proses penyelesaian sengketa melalui platform belum sepenuhnya efektif, dan beberapa konsumen merasa dirugikan.

Maraknya kasus barang tidak sesuai gambar yang terjadi di *e-commerce* menunjukkan lemahnya kedudukan konsumen dalam jual beli *online*, meskipun demikian bukan berarti penjual bebas menjual barang mereka tanpa mematuhi regulasi yang berlaku. Konsumen berhak untuk memperoleh informasi gambar yang jelas terkait barang yang akan dibeli. Pedagang pada *e-commerce* harus mengetahui bagaimana tanggung jawab mereka dalam melakukan transaksi elektronik di *e-commerce* sehingga tidak menimbulkan kerugian bagi konsumen.

Dengan keadaan yang seperti ini, mendorong banyak intelektual yang mengadakan penelitian sehubungan dengan *e-commerce*, diantaranya :

- a) Yanci Libria Fista, Aris Machmud, Suartini, yang meneliti bagaimana pengaturan perlindungan hukum konsumen dalam transaksi *e-commerce* dan permasalahan yang dihadapinya. Dengan menggunakan pendekatan yuridis normatif, metode penelitian mengkaji hukum tertulis dan literatur, menghubungkannya dengan kejadian nyata. Kesimpulannya adalah peraturan perlindungan hukum konsumen belum efektif dalam mencegah penipuan yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam transaksi elektronik

- b) Irsan Rahman, Sahrul, Riezka Eka Mayasari, Tia Nurapriyanti, Yuliana. Penelitian mereka membahas tantangan perlindungan konsumen dalam konteks perdagangan elektronik (*e-commerce*) di Indonesia. Pertumbuhan perdagangan digital yang pesat telah membawa peluang sekaligus kompleksitas dalam melindungi hak-hak konsumen. Melalui pendekatan metode campuran yang menggabungkan analisis kualitatif, survei, dan wawancara, penelitian ini mengidentifikasi tantangan-tantangan konsumen, menilai efektivitas undang-undang perlindungan yang ada, dan mengajukan rekomendasi untuk kerangka kerja perlindungan konsumen yang tangguh di era digital.
- c) Fenny Bintarawati, yang dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa dalam pelaksanaannya Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak dapat mengakomodir berbagai macam permasalahan yang terjadi pada era ekonomi digital saat ini seperti dan konsumen dalam rangka memenuhi hak-hak konsumen. Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini juga sudah berusia 25 tahun, sehingga sangat tertinggal jauh dari perkembangan teknologi digital yang berkembang pesat saat ini, bahkan regulasi ini sudah tidak mampu lagi mewujudkan perlindungan hukum konsumen di era serba digital saat ini.

Ketidakpuasan konsumen akibat sengketa ini tidak hanya merugikan pihak konsumen tetapi juga dapat berimplikasi pada reputasi penjual dan platform *ECommerce* itu sendiri. Oleh karena itu penting untuk memahami aspek hukum, dan mekanisme penyelesaian sengketa dalam konteks jual beli *e-commerce* agar dapat menciptakan belanja yang transparan, jujur serta adil.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum yuridis normatif yang berfokus pada studi kepustakaan melalui penelusuran terhadap bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Pendekatan yang digunakan antara lain yaitu Pendekatan Perundang-undangan (*Statute Approach*) dan Pendekatan Konsep (*Conceptual Approach*). Penelitian ini juga merupakan penelitian bersifat deskriptif, yaitu menggambarkan dan menguraikan data secara sistematis serta menganalisisnya untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder, diperoleh dari berbagai dokumen hukum, buku, jurnal, artikel ilmiah, serta sumber dari internet yang membahas tentang hukum perlindungan konsumen, e-commerce dan penyelesaian sengketa. Teknik pengumpulan dan analisis data dilakukan melalui studi kepustakaan, dengan cara melakukan inventarisasi dan selanjutnya mengkaitkan isinya dengan bahan-bahan hukum

berupa literatur hukum.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Pengaturan Hukum *E-Commerce* di Indonesia dalam Melindungi Hak-hak Konsumennya

Pengaturan awal tentang *e-commerce* di Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 yang telah dirubah dalam Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang merupakan cyber law pertama yang dimiliki Indonesia. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik bertujuan mengatur hukum diranah internet, baik yang berkaitan dengan aspek pidana, aspek perdata, aspek administrasi negara, dan beberapa aspek lainnya yang berkenaan dengan perbuatan hukum di ranah *cyber*. Perdagangan melalui sistem elektronik masuk ke dalam aspek perdata.

Pengaturan hukum *e-commerce* yang berkaitan dengan konsumen juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pengaturan *e-commerce* dalam undang-undang ini ditujukan agar dapat memberikan kepastian dan kesepahaman mengenai apa yang dimaksud dengan *e-commerce* dan memberikan perlindungan, kepastian kepada pelaku usaha elektronik, penyelenggaraan *e-commerce*, dan konsumen dalam melakukan kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik.

Pengaturan hukum *e-commerce* di Indonesia secara umum diatur dalam beberapa undang-undang dan peraturan pemerintah, seperti Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP 80/2019), dan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga mengatur perlindungan bagi konsumen dalam *e-commerce*.

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 menjelaskan detail tentang perdagangan melalui sistem elektronik, mencakup jual-beli, mekanisme pengiriman, pembayaran, iklan, dan kontrak elektronik. Undang-undang ITE mengakui kekuatan hukum kontrak elektronik dan alat bukti digital, serta mengatur tindak pidana seperti penipuan online. Undang-undang Perlindungan Konsumen memberikan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce*, termasuk hak dan kewajiban konsumen. Ketentuan hukum tentang *e-commerce* penting sebagai perlindungan terhadap konsumen dari praktek bisnis yang tidak adil, seperti penipuan, penyalahgunaan data pribadi, dan produk yang tidak sesuai dengan deskripsi. Adanya aturan yang jelas memberikan kepastian hukum bagi pelaku bisnis dan konsumen, sehingga mengurangi risiko sengketa. Konsumen

memiliki hak untuk mengetahui apa yang mereka beli, kualitas produk atau jasa yang mereka terima, serta prosedur pengembalian jika terjadi masalah. Selain itu, konsumen dan penjual dapat memahami hak dan kewajibannya masing-masing.

Aturan hukum terkait *e-commerce* dibutuhkan untuk menciptakan ketertiban dan keamanan dalam dunia perdagangan online. Selain itu, jelas terkait pengenaan sanksi bagi pihak yang melanggar ketentuan hukum. Selain penegakan dan kepastian hukum, diciptakannya aturan hukum *e-commerce* ini juga untuk mendukung dan mendorong pertumbuhan industri *e-commerce* yang sehat dan berkelanjutan. Aturan *e-commerce* tentunya harus selaras dengan sistem hukum yang berlaku, sehingga tidak menimbulkan konflik hukum. Sehingga, pelaksanaan *e-commerce* tidak menyalahi ketentuan hukum lainnya.

Ketentuan hukum tentang *e-commerce* terdapat dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Pembentukan Peraturan Pemerintah ini memang sudah dimandatkan sejak terbitnya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan tepatnya diatur dalam Pasal 66.

Ruang lingkup ketentuan hukum tentang *e-commerce* dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 cukup luas, sebab tidak hanya fokus pada kegiatan transaksi *e-commerce*, namun hingga pada ranah perlindungan data pribadi. Sebagai catatan, pada saat terbitnya Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 belum ada Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi, namun masih dalam tahap pembahasan draft UU oleh pemerintah. Pengaturan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tidak hanya mengatur terkait jual-beli, namun juga mencakup mekanisme pengiriman, payment, iklan, kontrak elektronik, dll. Dengan demikian, pendekatan dalam implementasi Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 perlu dilakukan secara komprehensif karena menyangkut banyak aspek.

Di dalam perlindungan konsumen, terdapat dua istilah hukum yakni hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen. Hukum konsumen (*consumer law*) dan hukum perlindungan konsumen (*consumer protection law*) merupakan bidang hukum baru dalam akademik dan praktik penegakan hukum di Indonesia. Namun, saat ini masih belum jelas apa yang masuk ke dalam materi keduanya serta apakah kedua cabang hukum itu identik.

Menurut Yusuf Sofie perbedaan hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen terletak pada objek yang dikaji. Hukum konsumen wilayah hukumnya lebih banyak menyangkut pada transaksi-transaksi konsumen (*consumer transactions*) antara pelaku usaha dan konsumen yang berobyekan barang dan/atau jasa. Sedangkan dalam hukum perlindungan konsumen, kajian mendalam terletak pada perlindungan hukum yang

diberikan kepada konsumen dalam melakukan transaksi-transaksi tersebut. Selanjutnya dalam hukum konsumen bukannya tidak ada perlindungan hukum terhadap konsumen, namun perlindungan hukumnya berwujud hak-hak dan/atau kewajiban pelaku usaha dan konsumen. Sedangkan perlindungan hukum dalam hukum perlindungan konsumen merupakan campur tangan negara untuk melindungi individu konsumen dari praktik-praktik bisnis yang tidak *jujur (unfair business practices)*.

Berdasarkan beberapa pengertian hukum perlindungan konsumen di atas jika dikaitkan dengan definisi hukum menurut Mochtar Kusumaatmadja, maka hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas atau kaidah-kaidah, lembaga dan proses yang mengatur kegiatan manusia dalam kaitannya dengan upaya perlindungan terhadap konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, maka hukum perlindungan konsumen pada dasarnya merupakan bagian khusus dari hukum konsumen, di mana tujuan hukum perlindungan konsumen secara khusus mengatur dan melindungi kepentingan konsumen atas barang dan/atau jasa yang ada di masyarakat. Ketentuan-ketentuan hukum perlindungan konsumen tersebut terdapat dalam beberapa ketentuan peraturan perundang-undangan dalam hukum perdata, hukum pidana, hukum administrasi.

Keterkaitan aspek-aspek hukum publik (hukum pidana, hukum administrasi) dan hukum privat (perdata) dalam hukum perlindungan konsumen menunjukkan bahwa kedudukan hukum perlindungan konsumen berada dalam kajian hukum ekonomi. Hukum ekonomi merupakan kaidah-kaidah dan putusan-putusan hukum yang secara khusus mengatur kegiatan dalam kehidupan ekonomi. Sehingga dalam hukum ekonomi tidak perlu diadakan pembedaan apakah kaidah-kaidah itu merupakan kaidah hukum perdata atau kaidah hukum publik.

Tujuan perlindungan konsumen tertuang dalam Pasal 3 UUPK menetapkan 6 (enam) tujuan perlindungan konsumen, yakni :

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/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.

Pasal 3 Undang-undang Perlindungan Konsumen ini, merupakan isi pembangunan nasional sebagaimana disebutkan dalam Pasal 2 sebelumnya, karena tujuan perlindungan konsumen yang ada itu merupakan sasaran akhir yang dicapai dalam pelaksanaan pembangunan di bidang hukum perlindungan konsumen. Menurut Achmad Ali, masing-masing undang-undang memiliki tujuan khusus, hal itu juga tampak dan pengaturan Pasal 3 Undang-undang Konsumen, sekaligus membedakan dengan tujuan umum sebagaimana dikemukakan berkenaan dengan ketentuan Pasal 2 di atas.

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang satu pasalnya mengatur tentang kewajiban bagi pelaku usaha Pasal 7 untuk memberikan informasi yang benar, jelas, jujur mengenai kondisi produk tersebut, maka kita sebagai konsumen harus teliti sebelum membeli.

Kebenaran atas informasi produk makanan disarankan sangatlah penting bagi konsumen khususnya konsumen muslim tentang halal atau tidak suatu produk makanan itu, label halal pada suatu produk makanan merupakan sebuah informasi yang berguna bagi konsumen muslim, serta adanya ketentuan pada Pasal 8 yang menerangkan tentang perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha yaitu tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label. Selama ini penelitian terhadap halal atau haramnya suatu produk baru sebatas melayani permintaan saja, belum adanya kewajiban untuk mencantumkan label halal ataupun jika produk tersebut tidak halal maka dapat ditulis dengan jelas menggunakan bahasa yang dapat dimengerti oleh konsumen dari berbagai kalangan sebagai bahan informasi bagi masyarakat khususnya konsumen muslim.

Yang dimaksud dengan sumber hukum adalah tempat dimana HPK itu dapat ditemukan. Dengan demikian, untuk memahami HPK dapat mencari dan menemukan tempat atau instrumen tersebut. Pada prinsipnya sumber-sumber hukum tersebut terdiri dari perundang-undangan, perjanjian, traktat, yurisprudensi, kebiasaan atau pendapat para sarjana. Tingkat kepentingan dan penggunaan sumber-sumber tersebut sangat bergantung pada kekhususan masing-masing masalah hukum atau sistem hukumnya yang dianut suatu negara. Beberapa sumber hukum perlindungan konsumen sebagai berikut :

## Peraturan Perundang-undangan

Hal ini sesuai dengan perkembangan kebutuhan masyarakat antara lain :

- a. Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- b. Undang-undang Nomor 2 Tahun 1981 tentang Metrologi Lega.
- c. Undang-undang Nomor 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian.
- d. Undang-undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta.
- e. Undang-undang Nomor 14 Tahun 2001 tentang Paten.
- f. Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merk.
- g. Undang-undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan.
- h. Undang-undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan.
- i. Undang-undang Nomor 27 Tahun 2014 tentang Perdagangan.
- j. Undang-undang Nomor 2 Tahun 2017 tentang Jasa Konstruksi.
- k. Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.
- l. Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.
- m. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2019 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

Konsumen sebagai subjek dalam UUPK mempunyai hak dan kewajiban yang tentunya harus dilaksanakan dan dijalankan. Secara hukum dan hak kewajiban konsumen telah diatur dalam UUPK yaitu seperti yang ada di bawah ini :

### 1. Hak Konsumen

Tertuang dalam Pasal 4 Undang-undang Perlindungan Konsumen menyebutkan hak konsumen :

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa.
- b. Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan dan/atau jasa.
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian perlindungan konsumen secara patut.

- f. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian perlindungan konsumen secara patut.
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
- i. Hak- hak yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan lainnya.

## 2. Kewajiban Konsumen

Tertuang dalam Pasal 5 Undang-undang Perlindungan Konsumen menyebutkan tentang kewajiban konsumen, yaitu :

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan atau jasa demi keamanan dan keselamatan.
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Kewajiban pelaku usaha untuk menyediakan data dan/atau informasi yang lengkap dan benar, dimaksudkan untuk memberi perlindungan kepada konsumen *e-commerce* agar konsumen memiliki kepastian hukum atas kesepakatan yang diberikannya kepada pelaku usaha. Dalam hal ini konsumen memiliki kesempatan yang luas untuk mempertimbangkan sebelum transaksi disepakati oleh kedua pihak. Kewajiban pelaku usaha ini merupakan salah satu hak konsumen yang diakui secara internasional. *Guidelines for Consumer Protection of 1985*, yang dikeluarkan oleh Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB) menyebutkan bahwa konsumen di manapun mereka berada, dari segala bangsa, mempunyai hak-hak dasar sosialnya yang antara lain berupa hak untuk mendapatkan informasi yang jelas, benar, dan jujur. PBB juga menghimbau seluruh anggotanya untuk memberlakukan hak-hak konsumen tersebut di negara masing-masing.

Tujuan pedoman perlindungan konsumen sebagaimana tercantum dalam Resolusi PBB tersebut adalah memperhatikan kepentingan dan kebutuhan konsumen di berbagai negara. Khususnya konsumen di negara berkembang, mengingat bahwa konsumen seringkali menghadapi posisi sulit yang tidak seimbang di bidang ekonomi dan tingkat pendidikan, daya tawar konsumen dan mengingat kembali bahwa konsumen harus memiliki hak untuk mendapatkan produk-produk yang tidak membahayakan hak untuk mendapatkan produk-

produk yang tidak menbahayakan sekaligus mempromosikan pengembangan sosial ekonomi yang wajar dan layak.

Di Indonesia hak konsumen untuk memperoleh data dan/atau informasi secara benar, jelas dan jujur diatur secara tegas dijamin dalam Undang-undang Perlindungan konsumen. Seperti diketahui Pasal 8 UU Perlindungan konsumen menentukan 9 (sembilan) hak konsumen, yaitu :

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/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 konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapatkan 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 lainnya yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan.

Dalam implementasinya, perlindungan preventif yang diberikan oleh undang-undang sebagai langkah pencegahan terhadap tindakan yang dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen, belum dapat dilaksanakan secara maksimal. Hasil penelitian di Surabaya menunjukkan bahwa transaksi dagang elektronik belum memberikan perlindungan kepada konsumen, khususnya terkait transaksi jual beli barang yang dilakukan pelaku usaha perorangan. Masih ditemui pelaku usaha perorangan yang sulit dideteksi identitasnya secara akurat sehingga menimbulkan permasalahan pada pasca-transaksi seperti: barang tidak dikirim, penjual "menghilang", alamat penjual tidak jelas, akun tidak aktif, dan nomor kontak tidak bisa dihubungi. Kondisi tersebut menunjukkan, regulasi yang tersedia dalam penyelenggaraan transaksi dagang melalui sistem elektronik belum sepenuhnya ditaati oleh pelaku usaha, sehingga berdampak pada munculnya penipuan atau kecurangan yang dilakukan oleh pelaku usaha.

Dampak lain yaitu terjadinya kasus: *non-delivery of goods ordered* (barang yang dipesan tidak dikirim); *long delivery delays* (lamanya keterlambatan pengiriman barang);

*slow reimbursement deposit or amounts paid* (lambatnya penggantian uang muka atau seluruh jumlah yang telah dibayarkan); dan *inadequate nature of good delivered* (barang pesanan tidak sesuai dengan gambar atau keinginan konsumen).

Praktek jual beli pada saat ini tidak lagi mengharuskan penjual dan pembeli bertemu pada suatu tempat dan ruang. Transaksi jual beli pada saat ini dapat dilakukan secara *online* dengan media internet dan situs *konsumen e-commerce* yang telah tersedia berupa aplikasi yang dapat di download oleh semua orang. Jual beli *online* dapat memberikan dampak positif kepada pelaku usaha, dimana konsumen *e-commerce* membuat pelaku usaha dapat menghemat pengeluaran baik berupa sewa tempat maupun karyawan.

Praktek *konsumen e-commerce* bukan hanya dapat membawa dampak positif bagi pelaku usaha akan tetapi juga dapat membawa dampak positif bagi konsumen atau pembeli, dimana pembeli tidak harus bersusah payah untuk datang ke suatu toko atau pasar dalam meneari kebutuhan yang diinginkan, dan hal tersebut juga dapat menghemat waktu. Keuntungan-keuntungan inilah yang membuat transaksi *konsumen e-commerce* banyak diminat para pihak dan semakin pesat.

Minat yang semakin banyak dalam transaksi *online* ini, juga sebenarnya dapat berdampak buruk dan dapat menimbulkan suatu tindak pidana digital *e-commerce* dalam bidang hukum pidana digital *e-commerce* salah satunya adalah tindak pidana digital *e-commerce* penipuan, sehingga negara hadir melalui instrument hukumnya untuk melindungi warga negara dan masyarakat yang menggunakan transaksi *online*.

## B. Implementasi Regulasi *E-commerce* Terkait Perlindungan Konsumen

Platform *e-commerce* sebagai sarana bertransaksi masih memiliki berbagai kekurangan, terutama dalam hal kepercayaan, privasi, dan keamanan. Keamanan dalam transaksi *e-commerce* merupakan komponen penting. Baik konsumen maupun penyedia layanan harus yakin bahwa transaksi tersebut hanya diketahui oleh kedua belah pihak saja dan tidak ada pihak ketiga yang dapat melakukan intervensi, mencuri data penting, atau bahkan memanipulasi informasi.

Perlindungan konsumen dalam perdagangan elektronik tentunya memerlukan perhatian. Adanya peraturan Undang-Undang memberikan ketenangan bagi konsumen atau pembeli ketika terjadi suatu permasalahan (kerugian), karena setidaknya terdapat peraturan dan sanksi yang akan diberikan kepada pelaku usaha yang melakukan kecurangan. Penerapan regulasi perlindungan konsumen pada *e-commerce* di Indonesia telah mengalami kemajuan yang signifikan seiring dengan pesat pertumbuhan industri ini.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen merupakan landasan hukum utama dalam melindungi hak-hak konsumen dalam transaksi elektronik.

Beberapa aspek penting dari undang-undang ini adalah hak-hak konsumen yang mana diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dimana pasal tersebut menyebutkan bahwa konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam menggunakan barang dan/atau jasa (Pasal 4 huruf a), berhak untuk memilih dan mendapatkan barang/jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi yang dijanjikan (Pasal 4 huruf b), serta berhak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa (Pasal 4 huruf c). Undang-undang ini juga mengatur kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang akurat dan lengkap serta bertanggung jawab atas kerugian konsumen yang timbul dari penggunaan barang/jasa yang diproduksi atau diperdagangkan. Namun nampaknya masih banyak masyarakat (konsumen) yang belum pernah mendengar tentang keberadaan UUPK dan belum memahami sepenuhnya mengenai hak-haknya sebagai konsumen.

Dalam segi hukum, telah diatur di dalam Kitab Undang-undang Hukum Dagang pada Pasal 246 KUHD, yang menyebutkan asuransi atau pertanggungjawaban adalah suatu perjanjian, dengan mana seorang penanggung mengikatkan diri kepada seorang tertanggung, dengan menerima suatu premi, untuk memberikan penggantian kepadanya karena suatu kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan yang mungkin akan dideritanya karena suatu peristiwa yang tak tertentu.

Pasal 1 Undang-undang Nomor 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian menyebutkan bahwa asuransi adalah perjanjian antara dua pihak, yaitu perusahaan asuransi dan pemegang polis, yang menjadi dasar bagi penerimaan premi oleh perusahaan asuransi sebagai imbalan untuk :

1. Memberikan penggantian kepada tertanggung atau pemegang polis karena kerugian, kerusakan, biaya yang timbul, kehilangan keuntungan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin diderita tertanggung atau pemegang polis karena terjadinya suatu peristiwa yang tidak pasti.
2. Memberikan pembayaran yang didasarkan pada meninggalnya tertanggung atau pembayaran yang didasarkan pada hidupnya tertanggung dengan manfaat yang besarnya telah ditetapkan dan/atau didasarkan pada hasil pengelolaan dana.

Asuransi ditinjau dari segi ekonomi, adalah suatu sarana yang ada di dalam masyarakat untuk mengalihkan suatu risiko yang belum pasti terjadi dengan biaya yang sekecil-kecilnya yaitu berupa premi yang relatif murah/rendah untuk mendapatkan hasil yang maksimal yaitu suatu kepastian apabila risiko tersebut terjadi.

Di Indonesia belum ada peraturan khusus yang mengatur mengenai asuransi bagi konsumen yang ada hanyalah peraturan tentang perasuransian. Di peraturan perasuransian hanya dijelaskan terkait konsumen/pemakai asuransi, bukan asuransi kepada konsumen, sehingga hal ini masih diperlukan peraturan pelaksana terkait asuransi bagi konsumen sebagai wujud perlindungan hukum konsumen. Sementara ini biaya ganti rugi oleh konsumen masihlah mengacu pada ketentuan KUHPerdara dan UUPK, dimana apabila konsumen mengalami kerugian maka yang bertanggungjawab adalah produsen.

## SIMPULAN

Hasil kajian terhadap penelitian yang telah dilakukan, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa:

1. Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) hadir untuk melindungi hak-hak konsumen dan memastikan pelaku usaha bertanggung jawab atas produk dan jasa yang diperdagangkan. Perlindungan ini mencakup prinsip-prinsip tanggung jawab, baik karena kelalaian (negligence), wanprestasi (breach of warranty), maupun tanggung jawab mutlak (strict liability). Selain itu, UUPK mengatur secara tegas larangan-larangan terhadap pelaku usaha, baik dalam kegiatan produksi, pemasaran, maupun periklanan, untuk mencegah praktik usaha yang dapat merugikan konsumen. Larangan ini bertujuan menciptakan transparansi, kejujuran, dan keadilan dalam aktivitas perdagangan demi terwujudnya kepastian hukum dan perlindungan maksimal bagi konsumen.
2. Dengan regulasi yang jelas dan penerapan yang efektif, perlindungan hukum di bidang e-commerce di Indonesia diharapkan semakin kuat, sehingga transaksi online dapat berlangsung aman, nyaman, dan adil bagi semua pihak. Namun, implementasinya menghadapi beberapa tantangan utama, antara lain rendahnya kesadaran konsumen terhadap hak-hak mereka, keterbatasan dalam penegakan hukum terhadap pelaku usaha yang melanggar aturan, serta kebutuhan untuk terus memperbaiki regulasi seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi di bidang e-commerce.

## DAFTAR PUSTAKA

Buku

Abdul Halim Barkatullah, *Framework Sistem Perlindungan hukum bagi konsumen di Indonesia*, Nusa Media, Bandung, 2016.

Adrianus Meliala, *Praktik Bisnis Curang*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 2013.

- Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, *Perlindungan Hukum Konsumen*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2017.
- Asnawi Haris Maulidi, *Transaksi Bisnis E-commerce Dalam Prespektif Islam*, Magistra Insania. Yogyakarta, 2014.
- AZ. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Mediam, Jakarta, 2014.
- Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Hukum*, Raja Frafindo Persada, Jakarta, 2019.
- Bryan A. Garner, *Black's Law Dictionary*, Eight Edition, St. Paul Minnesota, 2014.
- Carl Joachim Friedrich, *Filsafat Hukum Perspektif Historis*, Nuansa dan Nusamedia. Bandung.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cet. 2, Sinar Grafika, Jakarta, 2010.
- Dewi, Eli Wurua, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2015.
- Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, Penerbit Andi, Yogyakarta, 2010.
- Friedrich, Carl Joachim, *Filsafat Hukum: Perspektif Historis*, Nusa Media, Bandung.
- Hamdi Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cet-5, Rajawali Pers, Jakarta 2010.
- Hans Kelsen, *General Theory of Law and State*, diterjemahkan oleh Rasisul Muttaqien, Bandung, Nusa Media, 2011.
- Hartono Suanryati, *Hukum Ekonomi Pembangunan Indonesia*, Cipta, Bandung.
- Ignatius Rusman Y.S., *Pengantar Asuransi*, ACA Asuransi, Bekasi, 2018.
- Indrajit R.E. *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*. PT. Ekx Komputindo, Jakarta. 2011. hlm. 27
- Izazi, F.S., Sajena, P., Kirana, R.S., & Marsaulina, K, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-commerce Melalui Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*.
- Jannus Sibadolok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT Citra Aditya Bhakti, Bandung, 2010.
- John Rawls, *A Theory of Justice*, diterjemahkan oleh Uzair Fauzan dan Heru Prasetyo, *Teori Keadilan*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi keduabelas, Jilid 1, Erlangga, Jakarta, 2010.
- Kusumadewi, Yessy dan Grace Sharon, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Lembaga Fatimah Azzahrah, Yogyakarta, 2012.
- L. J. Van Apeldoorn, *Pengantar Ilmu Hukum*, cet. Ke 35 , Balai Pustaka, Jakarta, 2011.

- Mariam Badruzaman, *Pembentukan Hukum Nasional dan Permasalahannya*, Alumni, 2011, Jakarta.
- Nasution Az., *Hukum Perlindungan Konsumen (Suatu Pengantar)*, Diadit Media, Jakarta, 2011.
- P.A.F Lamintang, *Dasar-dasar Hukum Pidana Indonesia*, Cet. 5, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2013.
- Padmo Wahyono, *Guru Pinandita*, Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Pan Mohamad Faiz, *Teori Keadilan John Rawls*, dalam Jurnal Konstitusi, Volume 6 Nomor 1, 2010.
- Peter Colin, *Business English Dictionary*, Linguaphone, London, 2016.
- Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Prenada Media Group, Jakarta, 2011.
- Philip Kotler, *Principles of Marketing*, Erlangga, Jakarta, 2018.
- Samsul, Inosentius, *Perlindungan Konsumen Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, Universitas Indonesia Fakultas Hukum Pascasarjana, Jakarta, 2014.
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, PT Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta, 2014.
- Shofie Yusuf, *Tanggung jawab Korporasi dalam Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2011.
- Sinaga Aman. *Pemberdayaan Hak-Hak Konsumen di Indonesia*, Direktorat Perlindungan Konsumen DITJEN Perdagangan dalam Negeri Departemen Perindustrian dan Perdagangan Bekerjasama dengan Yayasan Gemainti, Jakarta, 2011.
- Soerjono Soekanto & Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)* Rajawali Pers, Jakarta, 2011.
- Stanton, William, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid Kedua, Edisi Ketujuh, Erlangga, Jakarta, 2016.
- Subekti, *Hukum Perjanjian*, Cet. 23, Intermedia, Jakarta, 2010.
- Sudikno Mertokusumo, *Bab-Bab Tentang Penemuan Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2020.
- ....., *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*, Liberty, Yogyakarta, 2010.
- Suharnoko, *Hukum Perjanjian: Teori dan Analisa Kasus*, Cetakan 8, Kencana, Jakarta, 2014.
- Suhrawardi K. Lunis, *Etika Profesi Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, 2012.
- Suyanto, M, *Strategi Periklanan Pada E-commerce Perusahaan Top Dunia*, Andi, Yogyakarta, 2013.
- Utrecht, *Pengantar Hukum Administrasi Negara Indonesia*, Ichtiar, Jakarta.

Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Kencana, Jakarta, 2013.

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-undang No. 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Jurnal

Alfia Utami and Muhammad Irwan Padli Nasution, 'Perkembangan Pasar Online (*E-Commerce*) Di Era Modern Dan Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan Konsumen', *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1.2 (2023), 126–28.

Ayuningtyas Rovita, *Perlindungan Konsumen Asuransi Pasca Terbentuknya Undang-undang Nomor 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan*, *Jurnal Repertorium*, Volume 3 Nomor 1, 2015.

Boy Suzanto, Iwan Sidartha. "Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Serta Perilaku Konsumen Pada *E-commerce*". *Jurnal Computech & Bisnis*, 2015.

Defitria Gultom and others, 'Dampak Positif Digitalisasi Terhadap Perekonomian Indonesia', *Jurnal Konstanta: Ekonomi Pembangunan*, 3.1 (2024), 108.

Deky Pariadi, *Pengawasan E-commerce Dalam Undang-Undang Perdagangan dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen* (*Jurnal Hukum & Pembangunan* Tahun 48 No.3 2018).

Dr. C.Maya Indah S.,SH.MHum, *Refleksi Pemikiran O. Notohamidjojo Untuk Mewujudkan Cara Berhukum Humanis*, Disajikan dalam Seminar Nasional Refleksi pemikiran O.Notohamidjojo Terhadap Perkembangan Hukum di Indonesia", Salatiga, Balairung Utama UKSW, 24 Nopember 2011.

Fenny Bintarawati, *Efektivitas Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam Menangani Sengketa E-Commerce di Indonesia*, *Risalah Hukum*, Volume 4, Nomor 1, 2025

Hamid, Abd Haris, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Vol. 1. Sah Media, 2017.

Haposan Siallagan, *Penerapan Prinsip Negara Hukum Di Indonesia*, *Sosiohumaniora*, Volume 18 No. 2 Juli 2016 : 131 – 137

Himie, Farkhan. *Perspektif GCG Atas Perlindungan Konsumen (Studi Tentang Prinsip GCG Dalam Forum Komunikasi Pelanggan PDAM Tirta Moedal Kota Semarang)*. *Jurnal Media Administrasi* 7, Nomor 1 (2022): 8-19.

- Irsan Rahman, Sahrul, Riezka Eka Mayasari, Tia Nurapriyanti, Yuliana, *Hukum Perlindungan Konsumen di Era E-Commerce: Menavigasi Tantangan Perlindungan Konsumen dalam Lingkungan Perdagangan Digital*, Jurnal Hukum dan Ilmu Sosial, Volume 2, Nomor 8, 2023
- Jimly Asshiddiqie, Cita Negara Hukum Indonesia Kontemporer, *Papper. Disampaikan dalam Wisuda Sarjana Hukum Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya Palembang*, 23 Maret 2004 dalam *Simbur Cahaya No. 25 Tahun IX Mei 2004 ISSN No. 14110-0614*
- Mariam Darus Badruzaman, *E-Commerce: Tinjauan dari Hukum Kontrak Indonesia*, Jurnal Hukum Bisnis, Volume 12, 2015.
- Masintosh Indriyani, 'Perlindungan Privasi Dan Data Pribadi Konsumen Daring Pada Online Marketplace Sistem', *Justitia Jurnal Hukum*, 1.2 (2017), 8.
- Mewu, Marina Yetrin Sriyati, dan Kadek Julia Mahadewi. Perlindungan Konsumen Dalam Pembelian Produk Online: Analisis Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia. *Jurnal Kewarganegaraan* 7, Nomor 1 (2023): 441-450.
- Mutiara Puspa Gariani, Muhammad Iqbal Fasa, dan Suharto. "Pemanfaatan *E-commerce* Dalam Pengembangan Bisnis Menurut Perspektif Ekonomi Islam di Era Covid 19". *Jurnal Ekonomika* Vol. 15, No.01, 2022.103
- Rini Fitriani, *Kajian Hukum terhadap Konsumen yang Dirugikan dalam Transaksi Jual Beli di Platform Shopee*, Jurnal Karimah Tauhid Vol. 3 No. 11 (2024)
- S. Haryati, "Rancang Bangun Sistem Informasi *E-commerce* Untuk Usaha Fashion Studi Kasus Omah Mode Kudus". *Journal Speed-Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi*, 2011.
- Sally, Elfrida Ratnawati Gultom., *Perlindungan Konsumen Platform E-Commerce Atas Itikad Tidak Baik Penjual (Studi Kasus Tokopedia)*, INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research Volume 3 Nomor 2 Tahun 2023 Page 5153-5166
- Sutan Remy Sjahdeny, *E-commerce Dari Perspektif Hukum*, Jurnal Hukum Bisnis. Vol. 12. (2001). hal. 16-27.
- Thorfiani, Suarsa, dan Oscar, "Teknologi *E-commerce* dan Pengalaman Konsumen". *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 2021.
- Usmany, Tatianna Daniella, dan Rianda Dirkareshza. Penerapan Jalan Berbayar di Provinsi DKI Jakarta yang Dianggap Merugikan Masyarakat. *Jurnal Interpretasi Hukum* 4, Nomor 3 (2023): 411-421.
- Valentin, "*Studi Deskriptif Motivasi Belanja Hedonis Pada Konsumen Toko Online Shoope*", Jurnal EMBA, Volume 6, No 4.

Yanci Libria Fista, Aris Machmud, Suartini, *Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, Binamulia Hukum, Volume 12, Nomor 1, Juli 2023

Internet

[https://databoks.katadata.co.id/ekonomi-makro/statistik/67db8ff8a391f/porsi-belanja-rumah-tangga-ri-untuk-e-commerce-meningkat-pada-2024#:~:text=Tahun%202024%20\\*%20Nilai%20pengeluaran%20konsumsi%20rumah,Rp487%20triliun.%20\\*%20Proporsi%20transaksi%20e%2Dcommerce:%206%2C7%25](https://databoks.katadata.co.id/ekonomi-makro/statistik/67db8ff8a391f/porsi-belanja-rumah-tangga-ri-untuk-e-commerce-meningkat-pada-2024#:~:text=Tahun%202024%20*%20Nilai%20pengeluaran%20konsumsi%20rumah,Rp487%20triliun.%20*%20Proporsi%20transaksi%20e%2Dcommerce:%206%2C7%25)

<https://edot.id/articles/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-di-indonesia-pada-awal-2024-siapa-juaranya#:~:text=Berdasarkan%20laporan%20SimilarWeb%20yang%20dikutip,jumlah%20pengunjung%20dibandingkan%20bulan%20sebelumnya.>

<https://industri.kontan.co.id/news/jumlah-transaksi-di-shopee-lebih-dari-28-juta-transaksi-per-hari>. Diakses pada tanggal 10 Mei 2022 pukul 19:05 Wita.

<https://industri.kontan.co.id/news/riset-snapcart-shopee-paling-diminati-dan-jadi-pilihan-konsumen-berlanja>. Diakses pada tanggal 10 Mei 2022 pukul 18:59 Wita.

<https://inside.kompas.com/surat-pembaca/read/54923/Barang-yang-Dikirim-Tidak-Sesuai-Deskripsi>

<https://konsultaniso.web.id/sistem-manajemen-mutu-iso-90012008/pengendalian-produk-tidak-sesuai-non-conforming-product/>

<https://mh.uma.ac.id/jenis-jenis-putusan-hakim/>

Teori-Teori      Perlindungan      Hukum      Menurut      Para      Ahli,  
<https://www.hukumonline.com/berita/a/teori-perlindungan-hukum-menurut-para-ahli-lt63366cd94dcbc/>