

Strategi Penguatan Perlindungan Konsumen Digital Dalam Transaksi E-Commerce Berbasis Analisis UU Perlindungan Konsumen Dan UU ITE Di Indonesia

Rona Hinirim Gultom¹, Nurlia Aprianti Sinurat², Joan Agus Sirait³, Bonaraja Purba⁴

¹⁻⁴ Universitas Negeri Medan

E-mail: ronagultom.7223240011@mhs.unimed.ac.id¹, nurliasinurat@gmail.com²,
joansirait17@gmail.com³, bonarajapurba@gmail.com⁴

Article History:

Received: 03 Juni 2025

Revised: 31 Agustus 2025

Accepted: 14 September 2025

Keywords: *Perlindungan Konsumen Digital, E-commerce, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang ITE,*

Abstract: *Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam perdagangan di Indonesia, menjadikan e-commerce sebagai pilar utama kegiatan ekonomi masyarakat. Namun, kemudahan transaksi daring tersebut juga menghadirkan tantangan serius dalam perlindungan konsumen, seperti penyalahgunaan data pribadi, manipulasi informasi, dan lemahnya mekanisme penyelesaian sengketa. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 jo Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen digital. Metode yang digunakan adalah normatif dengan pendekatan analisis hukum terhadap peraturan perundang-undangan dan studi kasus empiris. Hasil penelitian menunjukkan bahwa regulasi yang ada belum mampu mengakomodir kompleksitas ekosistem e-commerce modern, terutama dalam hal kejelasan tanggung jawab platform digital dan perlindungan hak konsumen dalam transaksi lintas negara. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan reformulasi regulasi yang lebih adaptif, pengembangan sistem penyelesaian sengketa daring (online dispute resolution/ODR), peningkatan literasi hukum dan digital di masyarakat, serta kemitraan multipihak. Temuan ini menggarisbawahi perlunya tanggapan hukum yang progresif dan kolaboratif untuk menciptakan ekosistem perdagangan digital yang adil, transparan, dan aman bagi semua pemangku kepentingan.*

PENDAHULUAN

Perkembangan era digital telah mengubah secara drastis wajah perdagangan baik di

tingkat global maupun domestik, mendorong perubahan dalam preferensi dan pola belanja masyarakat. Akses yang mudah, keberagaman produk, serta harga yang kompetitif menjadikan platform e-commerce sebagai pilihan utama bagi konsumen masa kini. Meski menawarkan banyak kemudahan, transformasi digital ini juga menimbulkan tantangan baru dalam hal perlindungan konsumen, terutama terkait keamanan data pribadi, keakuratan informasi produk, dan efektivitas penyelesaian sengketa. Aspek keamanan transaksi menjadi perhatian utama, mendorong perlunya sistem perlindungan siber yang lebih canggih guna menjaga kerahasiaan dan integritas data pengguna. Di sisi lain, kualitas produk dan penetapan harga yang wajar tetap menjadi tolok ukur utama dalam menentukan kepuasan konsumen (Made & Ujjanti, 2020).

Dalam hal ini, isu perlindungan konsumen menjadi semakin penting dari sudut pandang hukum. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menekankan perlunya kepastian hukum bagi masyarakat dalam menghadapi dinamika pasar digital yang berkembang. Oleh karena itu, pembahasan mengenai perlindungan konsumen tidak bisa dilepaskan dari pemenuhan hak-hak konsumen dalam kerangka hukum yang berlaku (I Nyoman Kerthia Wahyudi et al., 2022). Seiring dengan pesatnya pertumbuhan e-commerce, muncul pula praktik manipulasi pasar yang semakin kompleks, seperti penggunaan algoritma dalam penetapan harga dan eksploitasi data konsumen untuk memengaruhi keputusan pembelian. Strategi berbasis teknologi ini sering kali sulit dipantau dan menimbulkan kekhawatiran terhadap transparansi, keadilan dalam bertransaksi, serta potensi penyalahgunaan data pribadi.

Dengan jumlah konsumen digital yang melebihi 178 juta orang pada tahun 2022 hingga awal 2023, Indonesia menjadi salah satu pasar e-commerce terbesar di Asia Tenggara. Sekitar 62,2% pengguna internet secara rutin melakukan transaksi daring mingguan, dan sekitar 70% dari mereka mencari informasi terlebih dahulu sebelum membeli produk. Hal ini menunjukkan pentingnya penegakan perlindungan hak konsumen dalam lanskap digital yang terus berevolusi. Pelaku usaha kini memiliki kemampuan besar dalam mengumpulkan serta menganalisis data pengguna untuk menyusun iklan yang disesuaikan secara personal, bahkan hingga membaca kondisi emosional pengguna melalui kecerdasan buatan. Penjual e-commerce sering kali memanfaatkan teknologi canggih, seperti penggunaan bot untuk menciptakan ulasan palsu, yang memperburuk ketimpangan informasi dan merugikan konsumen (Haqqiki Bintang Pratama et al., 2023).

Kemajuan teknologi dalam bidang machine learning dan pengenalan emosi telah membuka peluang baru sekaligus risiko dalam hubungan antara konsumen dan pelaku usaha. Teknologi semacam "pembaca pikiran" yang dapat mengenali suasana hati melalui media visual dan suara kini mulai digunakan dalam kegiatan pemasaran, memicu perdebatan mengenai batas etika, hak atas privasi, serta kerentanan konsumen terhadap manipulasi digital. Oleh karena itu, diskursus mengenai perlindungan konsumen dalam ekosistem e-commerce tidak hanya terbatas pada aspek regulasi formal, tetapi juga harus mempertimbangkan dimensi sosial, ekonomi, dan etika dari interaksi digital yang semakin kompleks.

LANDASAN TEORI

Konsep dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, perlindungan konsumen merupakan segala bentuk upaya yang dilakukan untuk menjamin adanya kepastian hukum demi memberikan perlindungan kepada konsumen. Sementara itu, Pasal 1 angka 2 undang-undang yang sama menjelaskan bahwa konsumen adalah setiap orang yang menggunakan barang dan/atau jasa yang tersedia di

masyarakat, baik untuk kepentingan pribadi, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain, dan tidak dimaksudkan untuk diperdagangkan (Republik Indonesia, 1999). Selain dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), definisi konsumen juga dapat ditemukan dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Dalam undang-undang tersebut, konsumen diartikan sebagai setiap pemakai atau pengguna barang dan/atau jasa, baik untuk kepentingan pribadi maupun untuk kepentingan orang lain (Yessy & Sharon, 2022). Secara umum, konsumen dipahami sebagai pengguna akhir dari suatu produk, yaitu individu yang menerima barang untuk digunakan sendiri tanpa niat untuk menjual atau memperdagangkannya kembali. Berdasarkan pengertian tersebut, para ahli memberikan berbagai definisi tentang konsumen. Dalam *Text Book on Consumer Law*, misalnya, konsumen diartikan sebagai seseorang yang membeli barang atau jasa. Dalam pengertian ini, konsumen adalah individu yang harus dilindungi selama mereka tidak memiliki kapasitas sebagai pelaku bisnis, produsen, atau pelaku usaha (Jhon & Hasan, 1995). Sementara itu, Philip Kotler dalam bukunya *Principles of Marketing* (2000) mendefinisikan konsumen sebagai seluruh individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang dan jasa untuk digunakan secara pribadi.

Perlindungan konsumen tidak hanya berkaitan dengan barang-barang yang berkualitas rendah, tetapi juga mencakup barang-barang yang berpotensi membahayakan keselamatan masyarakat. Menurut Business English Dictionary, perlindungan konsumen diartikan sebagai upaya untuk melindungi konsumen dari praktik perdagangan yang tidak adil atau ilegal. Sementara itu, Black's Law Dictionary mendefinisikan perlindungan konsumen sebagai undang-undang yang memberikan perlindungan kepada konsumen dalam penggunaan barang dan jasa. Secara umum, istilah perlindungan konsumen merujuk pada jaminan hukum yang diberikan kepada konsumen agar mereka terlindungi dari hal-hal yang dapat merugikan saat memenuhi kebutuhannya. Perlindungan ini mencakup berbagai aspek, termasuk keamanan dan kualitas barang serta jasa, mulai dari proses perolehan hingga dampak yang ditimbulkan dari penggunaannya. Adapun ruang lingkup perlindungan konsumen dapat dibagi menjadi dua aspek utama: pertama, perlindungan terhadap kemungkinan barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau harapan; dan kedua, perlindungan dari ketentuan-ketentuan yang merugikan atau tidak adil bagi konsumen. (Rosmawati, 2017)

Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) sejatinya bukan merupakan satu-satunya instrumen hukum yang mengatur perlindungan terhadap konsumen, maupun sebagai awal dan akhir dari regulasi tersebut. Sebelum keberadaan UUPK, berbagai peraturan perundang-undangan telah lebih dahulu mengandung ketentuan yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan perlindungan terhadap hak-hak konsumen. Beberapa regulasi tersebut antara lain:

- a) Undang-Undang Nomor 10 yang mengesahkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perppu) Nomor 1 Tahun 1961 tentang Barang sebagai undang-undang;
- b) Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1981 tentang Metrologi Legal;
- c) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2009 tentang Ketenagalistrikan, yang menggantikan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 1985 tentang Ketenagalistrikan;
- d) Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, yang merupakan revisi dari Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1992;
- e) Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan, yang menggantikan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996.

Perlindungan konsumen merupakan suatu konsep dalam ranah hukum yang bertujuan

untuk menjamin terpenuhinya hak-hak konsumen dalam memenuhi kebutuhan mereka, serta melindungi dari berbagai potensi kerugian yang dapat ditimbulkan. Ruang lingkup perlindungan ini mencakup berbagai aspek, mulai dari proses perolehan barang dan/atau jasa hingga konsekuensi yang muncul akibat penggunaan barang dan/atau jasa tersebut (Zulham, 2013). Hukum perlindungan konsumen sendiri merupakan bagian integral dari hukum konsumen yang berisi prinsip-prinsip serta ketentuan hukum yang dirancang untuk mengatur dan melindungi kepentingan konsumen, khususnya dari praktik-praktik produsen yang bertindak tidak bertanggung jawab atas produk dan/atau layanan yang mereka hasilkan (E. W. Dewi, 2015). Mengingat eratnya isu perlindungan konsumen dengan kepentingan hak-hak dasar manusia, maka sudah sepatutnya seluruh negara, termasuk Indonesia, berkomitmen dalam menghadirkan perlindungan dan kepastian hukum bagi konsumen yang mengalami kerugian, guna menjamin hak-hak tersebut dapat terpenuhi secara adil.

Konsep dan Undang Undang ITE

Berdasarkan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 sebagai perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, informasi elektronik diartikan sebagai satuan maupun kumpulan data dalam bentuk elektronik. Data tersebut dapat berupa, namun tidak terbatas pada, tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto, pertukaran data elektronik (*electronic data interchange/EDI*), surat elektronik, telegram, teleks, faksimile, serta bentuk lain yang serupa. Informasi ini juga mencakup huruf, tanda, angka, kode akses, simbol, atau perforasi yang telah diproses sedemikian rupa sehingga memiliki makna dan dapat dipahami oleh pihak yang berwenang atau memiliki kemampuan untuk menafsirkannya. Selanjutnya, Pasal 1 angka 2 dalam undang-undang yang sama mendefinisikan transaksi elektronik sebagai perbuatan hukum yang dilakukan melalui pemanfaatan perangkat komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. (Republik Indonesia, 2019)

Menurut (Raharjo, 2010), informasi elektronik mencakup satu atau serangkaian data elektronik, pesan elektronik, serta rekaman elektronik yang meliputi huruf dan angka, simbol, gambar, tanda, grafik, isyarat, tulisan, suara, bunyi, rekaman, film, fotografi, perangkat lunak (*software*), 'mask work', *electronic data interchange* (EDI), surel (*email*), telegram, teleks, telecopy atau sejenisnya, serta bentuk lain yang telah diproses untuk memiliki makna. Pengertian tersebut diharapkan mampu menampung informasi elektronik yang sudah ada namun sekaligus mengikuti perkembangan informasi elektronik yang akan datang dengan perumusan kalimat: "...dan bentuk-bentuk lain yang telah diolah sehingga memiliki makna.

Pentingnya informasi elektronik yang memiliki nilai bukti hukum berkaitan dengan keaslian. Keaslian tersebut dapat dibuktikan ketika muncul sengketa hukum. Meskipun transaksi dapat berlangsung secara elektronik, prinsip inti mengenai penerimaan bukti dan nilai validitas dokumen elektronik, yang menjadi fokus hukum, tetap tidak berubah dibandingkan dengan dokumen fisik. Ini menunjukkan bahwa harus terdapat mekanisme untuk membuktikan bahwa pesan (contohnya) yang ada, telah dikirim dan diterima, tanpa mengalami perubahan atau manipulasi selama proses pengiriman dan penerimaan, serta pesan itu tidak dapat diakses atau diartikan oleh pihak ketiga manapun yang mungkin menghalanginya atau secara sengaja menerimanya.

Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) memegang peranan krusial sebagai landasan yuridis dalam pengaturan kegiatan perdagangan elektronik (*e-commerce*) di Indonesia. Dalam konteks *e-commerce*, Pasal 1 angka 2 UU ITE mendefinisikan transaksi elektronik sebagai suatu perbuatan hukum yang dilaksanakan dengan memanfaatkan perangkat komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Menurut Soeroso (2018)

sebagaimana dikutip dalam penelitian (Azi et al., 2024), perbuatan hukum merupakan tindakan yang dilakukan secara sengaja oleh subjek hukum, yang menimbulkan konsekuensi berupa timbulnya hak dan kewajiban serta mengandung pernyataan kehendak. Dengan demikian, setiap aktivitas transaksi yang dilakukan secara elektronik dapat dikualifikasikan sebagai tindakan hukum yang memiliki akibat hukum bagi para pihak yang terlibat.

Merujuk pada Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) serta Peraturan Pemerintah tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE), aktivitas jual beli secara digital diakui sebagai transaksi elektronik yang sah dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Proses pembelian barang secara digital, yang dilakukan melalui klik pada produk yang tersedia, menandakan adanya persetujuan untuk melakukan transaksi elektronik tersebut. Sebuah kontrak elektronik dianggap sah apabila memenuhi beberapa syarat, yaitu adanya kesepakatan antara semua pihak yang terlibat; pelaksanaan transaksi oleh individu atau badan hukum yang memiliki kapasitas hukum atau mewakili pihak lain sesuai dengan ketentuan yang berlaku; terpenuhinya aspek-aspek tertentu yang diwajibkan oleh hukum; serta objek transaksi yang tidak bertentangan dengan ketentuan hukum, norma kesusilaan, dan ketertiban umum. (Oktavira, 2022)

Dalam konteks pesatnya perkembangan teknologi digital, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) berfungsi sebagai landasan hukum yang memberikan kepastian dan kejelasan bagi para pelaku usaha maupun konsumen dalam pelaksanaan transaksi elektronik. Namun demikian, peran UU ITE sebagai regulasi dalam ekosistem e-commerce di Indonesia perlu mendapat evaluasi kritis, terutama terkait efektivitas pelaksanaannya, tantangan yang dihadapi, serta kesesuaiannya dengan dinamika perubahan teknologi dan kebutuhan masyarakat yang terus berkembang. (Azi et al., 2024)

Teori Perlindungan Hak-Hak Konsumen

Menurut Philipus M. Hadjon, dalam ranah perlindungan konsumen terdapat dua pendekatan utama dalam perlindungan hukum, yaitu perlindungan hukum represif dan preventif. Perlindungan hukum represif mengacu pada mekanisme penegakan hukum yang memberikan sanksi kepada pelanggar guna menjaga kepatuhan terhadap aturan yang berlaku, umumnya melalui proses peradilan. Sebaliknya, perlindungan hukum preventif merupakan langkah-langkah hukum yang dirancang untuk mencegah munculnya konflik atau perselisihan sejak dini. (Philipus, n.d.)

Teori Caveat Emptor sebagai konsep

Tahap awal dalam perkembangan konsep perlindungan hak konsumen ditandai oleh reformasi besar terhadap kebijakan yang selama ini berlandaskan teori Caveat Emptor. Teori ini telah dikenal luas sejak masa Kekaisaran Romawi Kuno dan masih menjadi prinsip utama dalam sistem hukum Common Law di Inggris dan Amerika Serikat hingga abad ke-17. Pada masa tersebut, konsumen memiliki keterbatasan pilihan terhadap barang cacat yang diperdagangkan oleh produsen atau pelaku usaha (Curtis, 1987). Apabila pembeli tidak melakukan kewaspadaan yang cukup saat melakukan transaksi, maka seluruh risiko dan tanggung jawab atas kerugian yang timbul menjadi beban pembeli tersebut.

Teori Paternalistik sebagai justifikasi

Permasalahan yang semakin kompleks dihadapi konsumen mendorong perlunya intervensi kebijakan dari pemerintah guna mengatasi potensi kerugian yang mereka alami. Teori Paternalistik menjadi landasan bagi pemerintah dalam melakukan intervensi tersebut, dengan tujuan menciptakan keseimbangan antara hak dan kewajiban antara konsumen dan produsen. Menurut Peter Cartwright, pendekatan hukum yang bersifat paternalistik ini dirancang untuk

melindungi konsumen dari kerugian yang muncul akibat kesepakatan yang merugikan pihak konsumen. Konsumen tidak diwajibkan untuk menuntut haknya apabila tidak menghendakinya, namun mereka tetap berkewajiban memenuhi kewajiban pembayaran, yang perlindungannya dijamin oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini seharusnya memuat ketentuan yang menjamin kualitas produk serta mengatur perlunya jaminan asuransi bagi konsumen yang menerima barang yang tidak sesuai dengan standar yang berlaku. (Cartwright, 2005)

Teori Caveat Venditor sebagai antitesa teori Caveat Emptor

Adagium klasik caveat venditor mengandung makna bahwa penjual wajib bertindak dengan penuh kehati-hatian. Prinsip ini menegaskan tanggung jawab penjual untuk bersikap jujur dan bertanggung jawab saat menawarkan produk kepada pembeli atau konsumen. Berbeda dengan prinsip caveat emptor yang menempatkan kewajiban kehati-hatian pada pembeli, karena potensi penipuan oleh penjual, prinsip caveat venditor membebaskan kewajiban tersebut kepada penjual atau produsen. Dengan demikian, penjual bertanggung jawab penuh atas produk yang mereka tawarkan. Oleh karenanya, pelaku usaha harus bertindak secara transparan dan jujur, salah satunya melalui pemberian perlindungan serta edukasi kepada konsumen dengan menyajikan informasi produk secara terbuka. Dalam pelaksanaan transaksi, pelaku usaha juga perlu memiliki pemahaman yang mendalam mengenai produk mereka, menyadari kelebihan dan kekurangannya, serta merancang strategi yang efektif untuk mengedepankan keunggulan dan meminimalkan kelemahan produk tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian hukum normatif, penelitian ini berfokus pada analisis norma hukum yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dalam transaksi yang berlangsung melalui media digital. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berupa regulasi dan perundang-undangan yang relevan dengan subjek yang diteliti, dengan menerapkan metode penelitian kepustakaan yaitu dengan mengumpulkan data sekunder yang mencakup regulasi dan dokumen terkait dengan perlindungan konsumen dalam perdagangan melalui platform digital. Regulasi yang dijadikan acuan adalah undang-undang yang terkait dengan perlindungan konsumen serta transaksi elektronik, yaitu UU Nomor 8 Tahun 1999 dan UU Nomor 11 Tahun 2008. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini dikutip dari sumber internet, yakni mengenai kasus kerugian yang dialami oleh konsumen di Indonesia yang melakukan transaksi lewat media dunia maya. (R. S. Dewi & Hukum, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Undang-Undang Perlindungan Konsumen Perdagangan Elektronik

Transformasi digital yang pesat telah mengubah perilaku konsumsi masyarakat Indonesia hingga ke akar-akarnya, di mana e-commerce telah menjadi platform utama perilaku berbelanja. Kemudahan bertransaksi melalui platform virtual ini memberikan manfaat yang sangat besar bagi konsumen, tetapi di saat yang sama juga meningkatkan kemungkinan terjadinya pelanggaran hak-hak konsumen, seperti penipuan, pemalsuan produk, dan eksploitasi informasi pribadi (Putri, 2022) Dua undang-undang utama yang menjadi dasar perlindungan konsumen di dunia digital adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).

UUPK menegaskan bahwa konsumen berhak mendapatkan kenyamanan, keselamatan, keamanan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa, serta berhak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa (Pasal 4). Pelaku usaha dalam perdagangan melalui sistem elektronik wajib memberikan informasi produk yang jelas, yaitu mekanisme transaksi, pembayaran, pengembalian produk, dan penanganan pengaduan (Pasal 7). Namun, UUPK tidak mengatur secara khusus mengenai hakikat transaksi elektronik, seperti perlindungan data pribadi dan kewajiban situs web perdagangan melalui sistem elektronik (Kementerian Perdagangan RI 2020).

Sebagai pelengkap, UU ITE mengatur tentang payung hukum transaksi elektronik, perlindungan data pribadi, dan pemidanaan tindak pidana dunia maya. Pasal 26 UU ITE secara khusus mengatur tentang hak atas perlindungan data pribadi yang merupakan isu mendesak dalam transaksi digital. Selain itu, UU ITE mengatur tentang dapat diterimanya alat bukti elektronik di pengadilan (Pasal 5) yang semakin memperkuat kedudukan konsumen dalam menghadapi sengketa di lingkungan digital (Suryani, 2021).

Tabel Perbandingan UU Perlindungan Konsumen dan UU ITE dalam Konteks E-Commerce

Aspek	UUPK (UU No. 8/1999)	UU ITE (UU No. 19/2016)
Cakupan	Mengatur hak dan kewajiban konsumen dan pelaku bisnis dalam semua penjualan barang dan/atau jasa, misalnya, perlindungan konsumen dari informasi palsu, barang cacat, atau layanan yang tidak sesuai. Meliputi transaksi tradisional dan internet tetapi tidak disebutkan secara khusus. Contoh: Pembeli produk perawatan kulit di pasaran dapat mengajukan gugatan jika barang yang dikirim tidak sesuai dengan deskripsi.	Menekankan transaksi sistem elektronik, misalnya dokumen elektronik, komunikasi digital, dan transaksi elektronik. Juga mengatur keamanan sistem, keaslian bukti digital, dan data pribadi. Contoh: Pelanggan yang merasa datanya dicuri saat mengunjungi situs belanja online dapat mengajukan dugaan pelanggaran Pasal 26 tentang perlindungan data pribadi.
Kelebihan	UUPK menjamin perlindungan penuh terhadap hak konsumen, seperti hak atas informasi yang akurat, hak atas rasa aman dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa, serta hak atas ganti rugi jika terjadi kerugian. Contoh Kasus: Seorang pembeli membeli jaket kulit dari situs daring yang berlabel "100% kulit asli", tetapi saat barang diterima, ternyata bahannya terbuat dari kulit sintetis. Dalam hal ini, pembeli	UU ITE memberikan dasar hukum bagi transaksi digital di Indonesia, termasuk pengakuan dokumen dan tanda tangan elektronik sebagai alat bukti yang sah dalam proses hukum (Pasal 5). UU ini juga mengatur perlindungan data pribadi (Pasal 26) dan menetapkan sanksi pidana atas pelanggaran terkait akses ilegal, pencurian data, dan penyalahgunaan sistem elektronik (Pasal 30). Contoh Kasus: Apabila konsumen menjadi korban

	berhak mengembalikan produk dan memperoleh pengembalian uang secara penuh tanpa dan Pelanggan juga berhak melaporkan hal ini kepada Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) atau Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) dalam upaya penyelesaian konflik.	phishing saat berbelanja online misalnya, data kartu kredit dicuri melalui tautan palsu pelaku dapat dituntut karena melanggar sistem elektronik secara ilegal, dan korban dapat melaporkannya ke polisi siber atau Kementerian Komunikasi dan Informatika.
Kelemahan	Tidak secara khusus mengatur perlindungan dalam transaksi digital modern seperti pola gelap, pembelian otomatis, atau algoritma platform. Tidak secara eksplisit mencakup perlindungan data pribadi. Penegakan hukum cenderung lemah dan lambat. Contoh: Tidak ada ketentuan eksplisit mengenai hak konsumen untuk menghapus akun atau data dari platform e-commerce.	Tidak mengatur secara rinci mengenai hak konsumen e-commerce, seperti pengembalian dana otomatis, ketentuan pengembalian barang, atau perlindungan dari manipulasi harga di platform. Tidak mengatur mekanisme penyelesaian sengketa konsumen digital secara spesifik. ✗ Contoh: Jika barang gagal dikirim oleh platform asing, tidak ada prosedur penyelesaian sengketa lintas batas yang jelas dalam UU ITE.

2. Analisis Studi Kasus Sengketa Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia

Di era digital, e-commerce telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Namun, seiring dengan meningkatnya transaksi digital, potensi terjadinya sengketa konsumen juga meningkat. Berdasarkan data YLKI dan pemberitaan media, banyak konsumen yang merasa dirugikan akibat mekanisme perlindungan yang lemah, minimnya transparansi informasi, dan dominasi platform dalam mengendalikan arus transaksi. Dua studi kasus berikut dipilih untuk menggambarkan bagaimana regulasi saat ini bekerja atau gagal bekerja dalam memberikan perlindungan bagi konsumen digital.

Kasus 1. Konsumen Rugi Rp28,7 Juta dalam Transaksi di Tokopedia

Pada awal tahun 2023, seorang konsumen bernama Anita Feng mengalami kerugian sebesar Rp28,7 juta dalam pembelian genteng melalui platform Tokopedia. Setelah melakukan pembayaran, status di sistem menunjukkan bahwa barang telah diterima. Namun, pada kenyataannya, barang tersebut tidak pernah dikirim oleh penjual. Tokopedia berdalih bahwa penjual menggunakan jasa ekspedisi di luar sistem resmi mereka, sehingga tidak bertanggung jawab secara langsung atas pengiriman tersebut (Kompas.com, 2023).

Kasus ini mengungkap kelemahan dalam penerapan Pasal 4 dan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), yang menjamin hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar, serta kewajiban pelaku usaha untuk memberikan penjelasan yang lengkap dan tidak menyesatkan. Selain itu, tanggung jawab platform sebagai

penyedia jasa fasilitasi transaksi masih menjadi wilayah abu-abu hukum, karena UUPK tidak menyebutkan secara tegas kedudukan tanggung jawab platform digital sebagai pelaku usaha sekunder.

Dari perspektif UU ITE, transaksi ini seharusnya dapat dibuktikan secara hukum melalui dokumen elektronik dan jejak digital sebagaimana diatur dalam Pasal 5 UU Nomor 11 Tahun 2008 (yang telah diubah dengan UU Nomor 19 Tahun 2016). Sayangnya, belum ada mekanisme penyelesaian sengketa digital yang mengikat, sehingga konsumen seperti Anita hanya mengandalkan upaya pengaduan melalui media dan lembaga seperti YLKI.

Kasus 2. Dugaan Praktik Monopoli Jasa Kurir oleh Shopee

Kasus kedua terkait dugaan pembatasan layanan ekspedisi oleh platform Shopee pada tahun 2024. Konsumen mengeluhkan tidak diberikan kebebasan memilih kurir, dan secara otomatis diarahkan ke SPX Express, jasa kurir yang dimiliki oleh grup perusahaan yang sama dengan Shopee. Praktik ini diduga mengarah pada monopoli sistemik yang membatasi hak konsumen untuk memilih layanan sesuai dengan keinginannya (Kompas.com, 2024).

Dalam konteks perlindungan konsumen, pembatasan pilihan ini bertentangan dengan Pasal 4 huruf a UUPK yang menjamin hak konsumen untuk memilih barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginannya. Sementara itu, dari perspektif persaingan usaha, kebijakan Shopee tersebut diduga melanggar Pasal 19 huruf d Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli, karena membatasi penyaluran jasa logistik untuk kepentingan perusahaan tertentu. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) menyatakan akan mengusut dugaan praktik anti persaingan usaha ini (Reuters, 2024). Namun, hingga pertengahan 2024, belum ada langkah hukum yang signifikan, sehingga konsumen dan penyedia jasa kurir lainnya masih dirugikan oleh kebijakan internal ini.

3. Evaluasi Efektivitas Regulasi Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Perdagangan Elektronik di Indonesia

Meskipun Indonesia telah memiliki dua regulasi utama perlindungan konsumen, yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), implementasinya dalam konteks perdagangan elektronik masih menghadapi tantangan serius. Salah satu permasalahan utamanya adalah ketidakseimbangan antara norma hukum tertulis dengan kenyataan yang dihadapi konsumen di lapangan. Pasal 4 dan 7 UUPK secara tegas menyatakan hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur serta mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi tersebut secara transparan. Namun, dalam praktik perdagangan elektronik, pelanggaran terhadap ketentuan tersebut masih kerap terjadi, misalnya melalui penayangan iklan yang menyesatkan, pemberian diskon palsu, dan pengiriman produk yang berbeda dengan deskripsi yang ditayangkan di platform.

Data terkini Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) menunjukkan sepanjang tahun 2023, sektor perdagangan elektronik menempati urutan ketiga dalam jumlah pengaduan konsumen, yakni sekitar 13,1% dari total 943 pengaduan. Keluhan yang paling banyak muncul adalah pengembalian dana yang sulit (23,4%), penipuan dan peretasan akun (14,1%), serta barang tidak sampai (5,5%) YLKI dalam Berita (News, 2024). Temuan ini menunjukkan bahwa payung hukum yang tersedia belum mampu secara efektif mengatasi permasalahan riil yang dihadapi konsumen digital.

Faktor lain yang melemahkan efektivitas regulasi adalah rendahnya literasi digital di masyarakat. Banyak konsumen yang belum memahami hak-haknya, bahkan tidak tahu harus melapor ke mana ketika terjadi pelanggaran. Rendahnya kesadaran ini juga diperparah dengan

minimnya edukasi dari para pelaku e-commerce terkait hak dan kewajiban konsumen. Sementara itu, pembuktian pelanggaran dalam transaksi digital juga menjadi tantangan tersendiri, karena memerlukan data dan alat bukti elektronik yang terkadang sulit diakses konsumen atau tidak disediakan oleh platform. Dalam konteks ini, UU ITE memang telah mengakui alat bukti elektronik sebagai alat bukti yang sah (Pasal 5), namun implementasinya belum optimal.

Selain itu, mekanisme penyelesaian sengketa yang tersedia masih belum sepenuhnya adaptif terhadap kebutuhan transaksi digital. Lembaga seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) belum terintegrasi dengan sistem digital yang memungkinkan konsumen mengajukan gugatan secara daring. Padahal, mayoritas sengketa dalam transaksi e-commerce bersifat lintas daerah sehingga sistem penyelesaian konvensional menjadi tidak efisien. Menanggapi hal tersebut, YLKI bahkan mengusulkan pembentukan Sistem Layanan Informasi Keuangan (SLIK) khusus untuk sektor e-commerce agar dapat mengidentifikasi dan menindak para penjual yang terbukti melakukan tindak pidana penipuan berulang, seperti daftar hitam konsumen dalam sistem perbankan.

Jadi, meskipun payung hukumnya sudah ada, efektivitas perlindungan konsumen dalam transaksi digital masih bergantung pada pembenahan sistem penyelesaian sengketa, peningkatan literasi digital di masyarakat, serta sinergi antara regulator, platform e-commerce, dan lembaga perlindungan konsumen.

4. Strategi Penguatan Perlindungan Konsumen Digital

1) Perlunya Revisi regulasi sebagai dasar hukum khusus transaksi digital (e-commerce law)

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) merupakan landasan hukum utama transaksi digital di Indonesia. Namun, keduanya belum sepenuhnya mengatur kompleksitas perdagangan elektronik. UUPK belum secara khusus mengatur perlindungan konsumen dalam transaksi digital, sedangkan UU ITE lebih menitikberatkan pada aspek pidana, serta belum memuat mekanisme perlindungan konsumen yang bersifat preventif dan korektif (Hukumonline, 2025).

Seiring dengan pesatnya perkembangan digital, DPR RI dan pemerintah tengah mendorong reformulasi perlindungan konsumen melalui pembahasan Rancangan Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen (RUU PK) yang mencakup aspek transaksi digital, meliputi perlindungan data pribadi, sengketa daring, dan peran platform digital (Kontan, 2025). RUU ini diharapkan dapat memberikan kepastian hukum dan menciptakan sistem perlindungan konsumen yang tanggap terhadap dinamika teknologi digital.

2) Pengembangan model Online Dispute Resolution (ODR) yang cepat, murah, dan fleksibel

Penyelesaian Sengketa Daring (ODR) merupakan pendekatan penyelesaian sengketa berbasis teknologi yang memberikan solusi alternatif yang lebih cepat, lebih hemat biaya, dan lebih mudah diakses. Di Indonesia, Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) telah mengembangkan sistem ODR yang bertujuan untuk menyelesaikan sengketa secara efisien tanpa pertemuan fisik ((BPKN), 2025). Namun, implementasinya masih terbatas karena belum adanya payung hukum yang spesifik serta minimnya infrastruktur teknologi dan literasi digital di kalangan masyarakat (Aziz & Hidayah, 2020).

3) Peningkatan literasi hukum dan digital melalui edukasi publik yang massif

Permasalahan utama perlindungan konsumen digital adalah minimnya pemahaman hukum dan teknologi di kalangan pengguna. Banyak konsumen yang belum memahami hak-haknya, belum mengetahui cara mengajukan pengaduan, dan belum menyadari risiko penipuan digital (Sri Lestari Poernomo, 2023). Maka literasi hukum dan digital perlu harus ditingkatkan

melalui kolaborasi antara kementerian, lembaga pendidikan, dan sektor swasta. Program edukasi publik yang berkelanjutan, baik melalui media sosial, sekolah, maupun pelatihan masyarakat, sangat penting. Pemerintah juga dapat menjadikan modul perlindungan konsumen digital sebagai bagian dari kurikulum pendidikan kewarganegaraan digital (RI, 2025)

4) Kemitraan multi-pihak antara pemerintah, platform, masyarakat, LSM, dan akademisi

Perlindungan konsumen digital merupakan tanggung jawab bersama berbagai pemangku kepentingan. Pemerintah sebagai regulator harus memberikan kepastian hukum dan menegakkan aturan. Platform digital dituntut untuk menerapkan standar keamanan dan transparansi, sedangkan masyarakat sipil seperti LSM dan akademisi dapat berperan sebagai pengawas dan penyedia edukasi yang independen (Hukumonline, 2025). Kemitraan multipihak dapat diwujudkan dalam bentuk forum dialog rutin, perumusan kebijakan berbasis bukti, dan pelaksanaan program literasi digital terpadu. Langkah ini sejalan dengan prinsip tata kelola yang baik yang inklusif dan partisipatif dalam tata kelola ekonomi digital (CNBC, 2025).

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa sistem perlindungan konsumen di Indonesia dalam konteks transaksi e-commerce masih belum sepenuhnya efektif. Meskipun sudah terdapat dua regulasi utama, yakni Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, keduanya belum mampu menjawab tantangan spesifik dalam perdagangan digital. Ketidakjelasan tanggung jawab platform digital, lemahnya pengawasan terhadap praktik manipulatif seperti ulasan palsu dan monopoli layanan kurir, serta terbatasnya akses konsumen terhadap penyelesaian sengketa daring menjadi hambatan utama dalam menciptakan ekosistem transaksi digital yang aman dan adil. Selain itu, rendahnya literasi digital dan hukum masyarakat memperburuk posisi tawar konsumen dalam menghadapi pelaku usaha yang semakin kuat secara teknologi dan informasi.

DAFTAR REFERENSI

- (BPKN), B. P. K. N. (2025). *Penyelesaian Online Dispute Resolution BPKN RI*.
- Azi, S., Priatni, R. R. D., Pujiati, I., Wijaya, A., & Rahmani, A. D. (2024). *Peran UU ITE dalam Regulasi E -Commerce di Era Digital*. 5(1), 258–267.
- Aziz, M. F., & Hidayah, M. A. (2020). Perlunya Pengaturan Khusus Online Dispute Resolution (Odr) Di Indonesia Untuk Fasilitasi Penyelesaian Sengketa E-Commerce. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 9(2), 275. <https://doi.org/10.33331/rechtsvinding.v9i2.449>
- Cartwright, P. (2005). *The General Product Safety Regulations 2005: Implementing Directive 2001/95-EC in the UK* (1st Editio).
- CNBC. (2025). *Muncul Fenomena Barang Palsu Banjiri E-commerce, Ribuan Orang RI Korban*.
- Curtis, R. R. (1987). *Consumer Product Warranties Under Federal and State Laws*. University of Pennsylvania Law School.
- Dewi, E. W. (2015). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Graha Ilmu.
- Dewi, R. S., & Hukum, F. (2014). *PERLINDUNGAN HUKUM TRANSAKSI E-COMMERS*. 1(2).
- Haqkiki Bintang Pratama, Zainudin Hasan, Adelya Putri Utami, & Figo Putra Ranenda. (2023). Akibat Hukum Penyalahgunaan Pemakaian Kosmetik Berbahan Kimia Dengan Edar Palsu Dan Tidak Mencantumkan Nomor Badan Pengawas Obat Dan Makanan (BPOM) (Studi di

- Pasar Simpung Bandar Lampung). *Jurnal Hukum Dan Sosial Politik*, 1(2), 140–152.
<https://doi.org/10.59581/jhsp-widyakarya.v1i2.289>
- Hukumonline. (2025). *ODR: Menuju Penyelesaian Sengketa Konsumen yang Berkeadilan dan Transparan*.
- I Nyoman Kerthia Wahyudi, I Nyoman Putu Budiarta, & Ni Made Puspasutari Ujianti. (2022). Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Akibat Cacat Produk pada Saat Produksi Ditinjau dari Undang – Undang No. 8 Tahun 1999. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 3(1), 89–94.
<https://doi.org/10.22225/juinhum.3.1.4644.89-94>
- Jhon, M. E., & Hasan, S. (1995). *Kamus Inggris-Indonesia*. Gramedia.
- Kompas.com. (2023). *YLKI: Tokopedia harus bertanggung jawab soal kasus beli genteng Rp 28,7 juta tapi tak dikirim*.
- Kompas.com. (2024). *YLKI: Monopoli satu kurir di e-commerce merugikan konsumen*.
- Kontan. (2025). *RUU Konsumen Dibahas, Sengketa Konsumen Bakal Bisa Diselesaikan Secara Online*.
- Made, N., & Ujianti, S. (2020). Penegakan hukum dalam penyelesaian sengketa transaksi. *Jurnal Interoretasi Hukum*, 1(1), 173–178.
- News, A. (2024). *YLKI sarankan pembuatan SLIK e-commerce atasi penipuan belanja daring*.
- Oktavira, B. A. (2022). *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Belanja Online*. Hukum Online. <https://www.hukumonline.com/klinik/a/perlindungan-hukum-terhadap-konsumen-lt50bf69280b1ee/>
- Philipus, M. H. (n.d.). *Perlindungan Hukum Bagi Masyarakat di Indonesia*. Graha Ilmu.
- Putri, S. A. (2022). Dampak Digitalisasi terhadap Hak Konsumen di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 10(3), 220–234.
- Raharjo, S. (2010). EFEKTIVITAS UU ITE DALAM PENYELESAIAN SENGKEYA E-COMMERCE. *Hukum Bisnis*, 29(1). <https://e-journal.uajy.ac.id/15988/1/InformasiElektronik.pdf>
- Republik Indonesia. (1999). Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen. *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*, 8, 1–19.
<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/45288/uu-no-8-tahun-1999>
- Republik Indonesia. (2019). Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2006 Informasi dan Transaksi Elektronik. *Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2006*, 1–21.
- Reuters. (2024). *Indonesia's Shopee accused of antitrust behaviour in delivery services*.
- RI, K. P. (2020). *Kementerian Perdagangan Republik Indonesia*.
- RI, K. P. (2025). *Sengketa Konsumen Bakal Bisa Diselesaikan Secara Online Pakai Sistem Ini*.
- Rosmawati. (2017). *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Prenadamedia Group.
https://www.google.co.id/books/edition/Pokok_Pokok_Hukum_Perlindungan_Konsumen/3BVNDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Sri Lestari Poernomo. (2023). Analisis Kepatuhan Regulasi Perlindungan Konsumen dalam E-Commerce di Indonesia. *Review-Unes.Com*, 6(1), 1772–1782.
- Suryani, L. (2021). enguatan Posisi Konsumen dalam Sengketa Transaksi Digital Melalui UU ITE. *Jurnal Hukum Dan Masyarakat*, 15(1), 45–59.
- Yessy, K., & Sharon, dan G. (2022). *Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta*.
- Zulham. (2013). *Hukum Perlindungan Konsumen (Pertama)*. Kencana Prenada Media Group.