

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM  
TRANSAKSI MELALUI *E-COMMERCE* MENURUT  
UNDANG – UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG  
PERLINDUNGAN KONSUMEN**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar**

**Sarjana Hukum**



**Disusun Oleh:**

**IBRAHIM YOGANTARA  
211200028**

**PEMINATAN  
PERDATA**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA  
2025**

**LEGAL PROTECTION FOR CONSUMERS IN  
E-COMMERCE TRANSACTIONS ACCORDING TO LAW NUMBER 8  
OF 1999 CONCERNING CONSUMER PROTECTION**

**THESIS**

**Submitted as one of the requirements for obtaining a Bachelor of Law degree**



**Ibrahim Yogantara**

**211200028**

**SATYA NEGARA UNIVERSITY INDONESIA  
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES  
JAKARTA  
2025**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ibrahim Yogantara  
NIM : 211200028  
Fakultas/Prodi : ISIP/Hukum  
Angkatan : 2021

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Dengan demikian saya menyatakan bahwa tugas akhir ini bebas dari unsur-unsur plagiasi dan apabila dokumen ini di kemudian hari terbukti merupakan plagiasi dari hasil karya penulis lain, maka penulis bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

**UNIVERSITAS SATYA  
NEGARA INDONESIA**

Jakarta, 13 Agustus 2025

Yang Membuat Pernyataan



(Ibrahim Yogantara)  
211200028

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : IBRAHIM YOGANTARA  
NIM : 211200028  
JUDUL : Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam  
Transaksi Melalui *E-Commerce* Menurut Undang –  
Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan  
Konsumen

PROGRAM : ILMU HUKUM  
STUDI :  
PEMINATAN : PERDATA

  
usni

Jakarta, 13 Agustus 2025  
UNIVERSITAS SATYA  
NEGARA INDONESIA

Menyetujui,

Pembimbing I



(Dr. Ernawati, S.H.I., M.H.)

Pembimbing II



(Dr. Untoro, S.H., M.H.)

Mengetahui,

Kepala Program Studi



(Burhanudin Yusuf, S.H., M.H., C.Med.)

Dekan FISIP



(Fahlesa Munabari, M.A., Ph.D.)

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA MAHASISWA : IBRAHIM YOGANTARA  
NIM : 211200028  
JUDUL : PERLINDUNGAN HUKUM BAGI  
KONSUMEN DALAM TRANSAKSI  
MELALUI *E-COMMERCE* MENURUT  
UNDANG – UNDANG NOMOR 8 TAHUN  
1999 TENTANG PERLINDUNGAN  
KONSUMEN  
PROGRAM STUDI : ILMU HUKUM  
PEMINATAN : PERDATA

Jakarta, 13 Agustus 2025

Menyetujui,

Ketua Penguji : Dr. Ernawati, S.H.I., M.H.

Penguji I : Retno Untari, S.H., M.H.

Penguji II : Burhanudin Yusuf, S.H., M.H., C.Med.

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Dekan FISIP

(Burhanudin Yusuf, S.H., M.H., C.Med.)

(Fahlesa Munabari, M.A., Ph.D.)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT sebab atas berkat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Melalui *E-Commerce* Menurut Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen” yang merupakan salah satu syarat untuk tugas akhir skripsi Prodi Hukum Universitas Satya Negara Indonesia.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Sihar P.H Sitorus B.S.B. A., M.BA selaku Rektor Universitas Satya Negara Indonesia.
2. Bapak Fahlesa Munabari, M.A., Ph.D. selaku Dekan FISIP Universitas Satya Negara Indonesia.
3. Bapak Burhanudin Yusuf, S.H., M.H. C.Med. selaku Ketua Program Studi Hukum Universitas Satya Negara Indonesia.
4. Ibu Dr. Ernawati, S.H.I., M.H. selaku Dosen Pembimbing I yang telah senantiasa meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Untoro, S.H., M.H. selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Segenap Dosen Jurusan Hukum Universitas Satya Negara Indonesia yang telah memberikan ilmu-ilmunya kepada penulis yang sebagian besar tertuang di dalam skripsi ini.
7. Teristimewa untuk istri, ibu dan anak yang selalu mendukung dan membantu, selaku penyemangat hidup serta doa-doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
8. Untuk teman-teman seperjuangan di kampus tercinta Prodi Hukum Universitas Satya Negara Indonesia.
9. Untuk teman-teman di kantor PT Pupuk Indonesia (Persero) khususnya di Departemen Administrasi Korporat.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang tidak mungkin disebutkan satu persatu dan diharapkan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan, terkhusus kepada penulis sendiri dan para pengajar dibidang hukum sebagai bahan pertimbangan dalam penerapan dan pengembangan Ilmu Hukum di Indonesia.

Jakarta, 13 Agustus 2025

Penulis



Ibrahim Yogantara

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Sivitas akademik Universitas Satya Negara Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ibrahim Yogantara  
NIM : 211200028  
Program Studi : Ilmu Hukum  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Non-esklusif (*Non-exclusive Royalty Fee Right*) kepada Universitas Satya Negara Indonesia atas karya ilmiah saya yang berjudul: “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Melalui *E-commerce* Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen” beserta kelengkapan lainnya (jika diperlukan).

Selain itu, Universitas Satya Negara Indonesia berhak menyimpan, mengalih media atau format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta dan bertujuan untuk pengembangan ilmu pengetahuan yang digunakan secara etis.

Saya juga memberikan izin kepada pembimbing Skripsi untuk menjadikan penulis kedua dari karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 13 Agustus 2025

Yang menyatakan



Ibrahim Yogantara

## ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji bentuk perlindungan hukum bagi konsumen yang dirugikan akibat penipuan dalam transaksi jual beli melalui *e-commerce*, dengan berlandaskan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Fenomena yang melatarbelakangi studi ini adalah maraknya keluhan dari konsumen yang mengalami kerugian dalam transaksi daring, yang dipicu oleh lemahnya posisi konsumen serta minimnya kesadaran hukum. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkap jenis-jenis perlindungan hukum yang tersedia dan menilai sejauh mana efektivitas penerapan regulasi dalam menjamin keadilan hukum di sektor perdagangan digital. Metode yang digunakan adalah pendekatan yuridis normatif dengan menganalisis ketentuan perundang-undangan dan referensi pustaka terkait. Temuan menunjukkan bahwa meskipun regulasi perlindungan konsumen telah disusun, pelaksanaannya masih lemah akibat minimnya pengawasan, rendahnya literasi hukum, serta belum optimalnya sistem pengaduan dan penegakan hukum. Penelitian ini menekankan pentingnya pembaruan kebijakan yang responsif terhadap era digital, peningkatan edukasi hukum kepada masyarakat, serta pengawasan aktif terhadap pelaku usaha demi terciptanya iklim transaksi yang adil, transparan, dan aman bagi konsumen.

Kata Kunci: Konsumen, transaksi elektronik, perlindungan hukum, *e-commerce*, penipuan.

## ABSTRACT

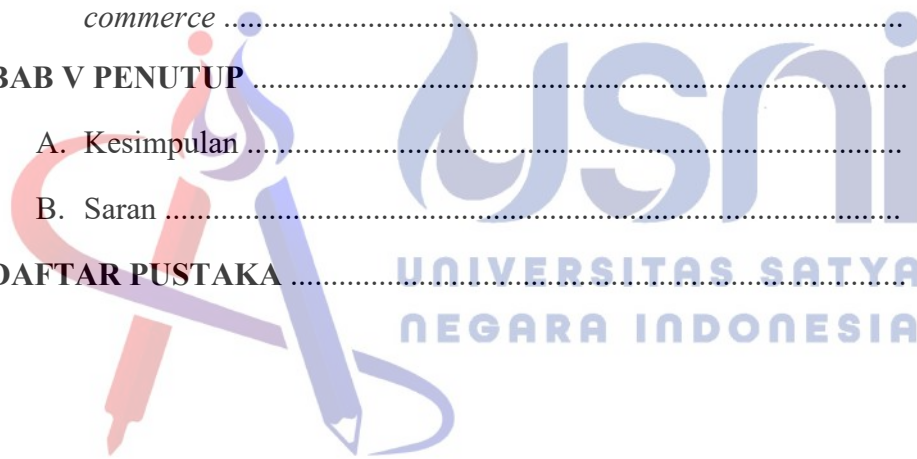
*This research explores the legal safeguards available to consumers who suffer losses due to fraud in online transactions, particularly in the context of e-commerce, referring to Law Number 8 of 1999 on Consumer Protection. The background of this research arises from the increasing number of complaints by consumers affected by unfair practices in digital commerce, often caused by weak legal awareness and unbalanced power between parties. The research aims to examine the types of legal protections granted to consumers and to assess how effectively the current laws are being implemented to provide fairness and legal certainty in electronic commerce. A normative juridical approach is adopted, using statutory review and literature analysis. The findings reveal that while regulations exist, enforcement remains suboptimal due to weak supervision, limited consumer legal literacy, and underdeveloped complaint resolution systems. This research emphasizes the importance of updating policies to be responsive to the digital era, enhancing legal education for the public, and actively monitoring business actors to create a fair, transparent, and secure transaction environment for consumers.*

*Keywords: Consumer, electronic transactions, legal protection, e-commerce, fraud.*

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	i
<b>TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMISI</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	14
C. Tujuan Penelitian .....	15
D. Manfaat Penelitian .....	15
E. Sistematika Penulisan .....	16
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	18
A. Penelitian Terdahulu .....	18
B. Landasan Teori .....	22
C. Landasan Konseptual .....	34
D. Alur Pemikiran ( <i>Flowchart</i> ) .....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	41
A. Metode Penelitian .....	41
B. Sumber Bahan Hukum .....	43

C. Teknik Pengumpulan Data .....	44
D. Teknik Analisis Data .....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
A. Bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen yang menjadi korban penipuan dalam transaksi <i>e-commerce</i> menurut Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen .....	46
B. Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam menjamin keadilan hukum bagi konsumen yang menjadi korban penipuan transaksi <i>e-</i> <i>commerce</i> .....	63
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>108</b>
A. Kesimpulan .....	109
B. Saran .....	108
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>111</b>



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 .....	18
Tabel 1.2 .....	20



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini dunia mengalami kemajuan di bidang teknologi yang telah membawa perubahan dan pergeseran yang sangat cepat dalam suatu kehidupan. Pemanfaatan teknologi tersebut telah mendorong kegiatan perdagangan dan pertumbuhan ekonomi melalui bisnis yang berkembang sangat pesat di masyarakat. Hal ini salah satunya dipengaruhi dengan adanya perkembangan teknologi digital yang berbasis internet. Internet sebagai suatu media informasi dan komunikasi elektronik yang telah banyak dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan, antara lain untuk mencari data dan info berita, saling mengirim pesan melalui email, dan perdagangan atau bisnis. Layanan digital yang menjamur pada saat ini memiliki banyak keunggulan yang menjadikan sesuatu hal yang rumit bisa menjadi lebih mudah dan cepat. Kehadiran layanan digital ini sangat berpengaruh besar di dalam dunia perdagangan pada masa sekarang terutama di masa pandemi yang menjadikan setiap kegiatan transaksi baik itu promosi/pemasaran produk atau jasa, penjualan dan pembelian bisa dilakukan secara elektronik. Kegiatan ini kita kenal dengan istilah atau sering kita dengar dengan singkatan *e-commerce*.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Fista, Yanci Libria, Aris Machmud, and Suartini Suartini. "Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi *E-commerce* Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen." *Binamulia Hukum* 12.1 (2023) hal. 177

Transaksi *e-commerce* telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat modern, memberikan kemudahan dan kecepatan dalam berbelanja. Namun, seiring dengan pertumbuhan *e-commerce*, perlindungan konsumen menjadi isu yang semakin penting. Di Indonesia, perlindungan hukum bagi konsumen dalam kegiatan transaksi diatur melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 memberikan landasan hukum yang kuat bagi perlindungan konsumen secara umum, termasuk dalam konteks *e-commerce*. Beberapa poin penting dalam undang-undang ini mencakup hak-hak konsumen, seperti hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam menggunakan barang dan/atau jasa, hak untuk memilih dan mendapatkan barang/jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi yang dijanjikan, serta hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Undang-undang ini juga menetapkan kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar dan lengkap, serta bertanggung jawab atas kerugian konsumen akibat penggunaan barang/jasa yang diproduksi atau diperdagangkan.<sup>2</sup>

*E-commerce* merupakan proses jual beli barang maupun jasa yang dilakukan melalui jaringan internet. Transaksi secara *online* ini memberikan

---

<sup>2</sup> Izazi, Firyaaal Shabrina, et al. "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." *Leuser: Jurnal Hukum Nusantara* 1.2 (2024) hal. 8

efektivitas dan efisiensi dalam penggunaan waktu, karena memungkinkan seseorang untuk melakukan jual beli dengan siapa saja, di mana pun dan kapan pun. Seluruh proses transaksi yang berlangsung secara daring ini tidak melibatkan pertemuan langsung antara para pihak, melainkan didasarkan pada saling percaya. Oleh karena itu, perjanjian jual beli dilakukan secara elektronik. Perkembangan *e-commerce* tidak hanya memberikan kemudahan bagi konsumen, tetapi juga membantu produsen dalam memasarkan produknya secara lebih praktis, sehingga dapat menghemat biaya dan waktu.

Isu perlindungan hukum dalam transaksi *e-commerce* tidak hanya menyangkut hak-hak konsumen, tetapi juga berkaitan dengan tanggung jawab pelaku usaha. Dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha diwajibkan untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang dan/atau jasa yang ditawarkan. Namun, dalam praktiknya, banyak ditemukan kasus di mana konsumen dirugikan akibat informasi yang tidak sesuai atau promosi yang menyesatkan. Ketidakjelasan aturan mengenai siapa yang bertanggung jawab dalam transaksi lintas batas juga menjadi permasalahan utama, mengingat banyak platform *e-commerce* yang beroperasi secara global.

Kesenjangan pengetahuan hukum di kalangan konsumen juga menjadi isu yang perlu mendapatkan perhatian. Banyak konsumen yang tidak mengetahui hak-hak mereka atau mekanisme pengaduan yang tersedia ketika mereka dirugikan dalam transaksi *e-commerce*. Rendahnya

kesadaran ini tidak jarang membuat konsumen enggan melaporkan kerugian yang dialami, sehingga pelaku usaha tidak mendapatkan sanksi yang memadai. Hal ini menunjukkan pentingnya edukasi dan literasi hukum bagi konsumen sebagai bagian dari strategi perlindungan yang lebih efektif.

Dari perspektif pelaku usaha, penerapan perlindungan konsumen sering kali dianggap sebagai beban tambahan, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menggunakan *e-commerce* sebagai platform bisnis. Sebagian besar pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) belum sepenuhnya memahami kewajiban mereka di bawah undang-undang perlindungan konsumen, sehingga sering kali tidak mampu memberikan standar perlindungan konsumen yang memadai. Hal ini menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih inklusif dalam memberikan pemahaman hukum kepada pelaku usaha, terutama di sektor digital.<sup>3</sup>

Pembangunan hukum di Indonesia diharapkan dapat menciptakan kepastian investasi terkait dengan penegakan dan perlindungan hukum bagi investor yang akan melakukan investasi di Indonesia. Perdagangan adalah salah satu bagian dari bidang perekonomian yang diharapkan dapat memperoleh perlindungan hukum. Adapun perdagangan secara *online* adalah perdagangan yang dilakukan dengan menggunakan sarana internet, itulah yang kemudian dikenal dimasyarakat sebagai istilah *e-commerce*.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Nasution, Muhammad Fadly, et al. "Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi *E-commerce* Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen." *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora* 4.2 (2025) hal. 1931

<sup>4</sup> Basri, Herlina. "Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam melakukan transaksi *e-commerce* ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 (Studi Kasus Kerudungbyramana Bandung). *Pamulang Law Review*" 2020 hal. 131

Kementerian Perdagangan (Kemendag) mencatat lonjakan signifikan dalam jumlah pengaduan konsumen, dengan lebih dari 92% kasus terkait perdagangan daring (*e-commerce*) dari total 20.942 pengaduan yang masuk antara tahun 2022 hingga Maret 2025. Direktur Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (PKTN), Moga Simatupang, menjelaskan bahwa perkembangan teknologi dan digitalisasi mendorong perubahan besar dalam sektor perdagangan, namun juga memunculkan tantangan serius seperti penipuan transaksi, pelanggaran data pribadi, dan beredarnya barang ilegal serta palsu. Moga menambahkan bahwa sistem penyelesaian sengketa yang ada belum sepenuhnya efektif karena keputusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang dapat diajukan ke pengadilan negeri serta kurangnya saluran pengaduan yang terintegrasi.

Transaksi elektronik yang dilakukan dalam jual beli *online* menciptakan ketimpangan dalam posisi tawar antara pelaku usaha dan konsumen. Hal ini tampak dari kecenderungan pelaku usaha yang menawarkan barang dan/atau jasa secara daring untuk menggunakan kontrak baku, yang pada akhirnya memperkuat posisi mereka. Ketidakseimbangan kedudukan ini tentu merugikan konsumen dan berpotensi melanggar hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Kemendag mendorong pengesahan Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang baru untuk menggantikan UU No. 8 Tahun 1999 yang sudah berusia 26 tahun. Meski kesadaran konsumen mulai

meningkat, data menunjukkan masih banyak konsumen yang belum berani melapor ketika dirugikan. Indeks Keberdayaan Konsumen 2024 tercatat 60,11, menandakan bahwa konsumen Indonesia mulai aktif memperjuangkan haknya. Kemendag juga menekankan pentingnya penguatan regulasi dan peran negara dalam menciptakan sistem perdagangan yang adil, aman, dan transparan di tengah berkembangnya ekosistem digital.<sup>5</sup>

Selain itu, pada tahun 2023, Komdigi mengungkapkan bahwa mereka telah menerima lebih dari 500.000 aduan terkait nomor rekening dan penipuan transaksi *e-commerce*. Kasus-kasus ini meliputi penjualan barang palsu, barang tidak dikirim setelah pembayaran, hingga phishing akun konsumen.

Kasus-kasus ini membuktikan bahwa meskipun perlindungan konsumen sudah diatur dalam undang-undang perlindungan konsumen dan informasi dan transaksi elektronik, penerapan pengawasan terhadap pelaku usaha di *e-commerce* masih membutuhkan perbaikan, termasuk memperkuat sistem verifikasi merchant dan meningkatkan edukasi konsumen terkait langkah-langkah keamanan bertransaksi *online*.<sup>6</sup>

Dalam Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan

---

<sup>5</sup> Jakarta, CNBC Indonesia “Muncul Fenomena Barang Palsu Banjiri Ecommerce, Ribuan Orang RI Korban”, <https://www.cnbcindonesia.com/news/20250424155517-4-628483/muncul-fenomena-barang-palsu-banjiri-ecommerce-ribuan-orang-ri-korban>, (diakses pada tanggal 25 April 2025, pukul 09.30 WIB)

<sup>6</sup> Media Indonesia, "Kementerian Kominfo Catat Sebanyak 572 Ribu Aduan Nomor Rekening Terkait Penipuan *Online*", <https://mediaindonesia.com/politik-dan-hukum/697954/kementerian-kominfo-catat-sebanyak-572-ribu-aduan-nomor-rekening-terkait-penipuan-online>, (diakses pada tanggal 25 April 2025, pukul 09.40 WIB)

Konsumen berbunyi “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”. Seorang pembeli atau konsumen wajib melakukan, diantaranya :

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan;
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
4. Mengikuti upaya hukum penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Kegiatan jual beli *online* sebenarnya sangat menguntungkan bagi para pihak. Seperti dari pihak penjual, mereka bisa menyebarluaskan serta mempromosikan toko maupun produknya di internet, sehingga banyak orang atau konsumen yang dapat mengetahui toko tersebut. Sedangkan dari pihak konsumen, mereka bisa menemukan serta mengakses barang yang ingin dibeli serta dapat membandingkan anatara satu toko dengan toko lain untuk mendapatkan harga yang lebih terjangkau sesuai dengan kemampuan dan juga jarak dari rumah terdekat. Pada dasarnya setiap penjual dan pembeli memiliki tanggungjawab atas barang yang dijual dan dibelinya, para pihak juga berhak untuk mendapatkan perlindungan atas tindakan pembeli atau konsumen yang beritikad tidak baik dalam melaksanakan transaksi jual beli

secara *online* ini.<sup>7</sup>

Pada saat ini jumlah transaksi jual beli *e-commerce* meningkat sangat pesat karena perkembangan teknologi dan faktor bisnis khususnya di Indonesia, untuk dapat memahami perkembangan tersebut, terdapat Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen di Indonesia sendiri. Tidak seperti pemilik bisnis yang bukan pembeli dan penjual *e-commerce* resmi, konsumen memiliki beberapa aturan perlindungan konsumen khusus. Khusus untuk konsumen: Ketika baik konsumen maupun pengusaha mengalami kesulitan dalam melakukan transaksi pembelian dan penjualan di toko *online*, maka dapat menggunakan undang-undang perlindungan konsumen sebagai landasan hukum untuk memperjuangkan hak-haknya sebagai konsumen. undang-undang perlindungan konsumen juga tidak mengecualikan kontraktor. undang-undang perlindungan konsumen dapat digunakan ketika pengusaha *e-commerce* menarik konsumen yang tidak serius dalam melakukan transaksi jual beli.<sup>8</sup>

Adanya *e-commerce* ini memberikan dampak yang positif dan juga negatif. Sisi positifnya konsumen dapat memilih barang/jasa sesuai dengan apa yang diinginkan, selain itu juga dapat menentukan jenis dan kualitas barang/jasa yang dikehendaki. Sedangkan dampak negatifnya adalah posisi

---

<sup>7</sup> Puspitasari, Rahmadany Jiyani, and Al-Qodar Purwo Sulistyono. "Perlindungan Hukum Bagi Korban Penipuan *Online shop* Dengan Merujuk Pada Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016." *Eksaminasi: Jurnal Hukum* 3.2 (2024) hal. 53

<sup>8</sup> Lestari, Endang, Gabriel Ngadio, dan Kunto Fitricia Elfisa Iriani. "perlindungan hukum bagi konsumen dalam penipuan jual beli *online* melalui *e-commerce*." *nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 10.6 (2023) hal. 2879

konsumen berada pada posisi yang lebih lemah dari pelaku usaha yang sering mengakibatkan kerugian/kekecewaan. Seiring berjalannya waktu permasalahan yang timbul diantara konsumen dan pelaku usaha di era digital ini sering kali terjadi. Salah satu contohnya adalah kebocoran data konsumen, penipuan dalam jual beli melalui media *e-commerce*, ketidaktahuan konsumen mengenai hak-haknya dalam jual beli *online*, dan lain sebagainya. Padahal, salah satu hak yang sangat penting namun belum dapat terlindungi dengan baik dalam transaksi digital adalah hak akan jaminan terhadap kerahasiaan data pribadi para pihak meliputi data pribadi penjual maupun pembeli, undang-undang perlindungan konsumen belum mengatur terkait perlindungan hak tersebut, perlindungan kerahasiaan data tersebut sangat penting demi keamanan dan kenyamanan para pihak, untuk menghindari perbuatan curang berupa penyalahgunaan data pribadi maupun jual beli data pribadi untuk kepentingan salah satu pihak.<sup>9</sup>

Perkembangan *e-commerce* telah mereformasi perdagangan yang bersifat tradisional menjadi digital. Hal ini membuat konsumen dalam transaksi *e-commerce* menghadapi risiko yang lebih besar, dan konsumen memiliki posisi tawar yang lemah dalam hal hak-hak mereka. Dengan berbagai permasalahan di dunia *e-commerce* yang semakin kompleks, sebaiknya konsumen berhati-hati dan meneliti tentang toko *online* yang aman agar tidak pernah melakukan penipuan atau potensi penipuan dan agar

---

<sup>9</sup> Bintarawati, Fenny, dan Daud Rismana. "Efektifitas Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Bagi Pengguna *E-commerce* Di Era Ekonomi Digital." *Risalah Hukum* 20.2 (2024) hal. 102

konsumen tidak kecewa ketika melakukan transaksi *online* dan konsumen diharapkan mengetahui tentang undang-undang yang melindunginya adalah Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pentingnya dalam peraturan perlindungan hukum terhadap konsumen ini tidak bermaksud mempersulit ataupun memberikan kelemahan bagi pelaku usaha tersebut tetapi diperlukan untuk memajukan persaingan pelaku usaha yang baik dan sehat.<sup>10</sup>

Konsumen Menurut ketentuan Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, Tentang Perlindungan Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Menjamurnya *Online Shop* membuka peluang usaha dalam bidang produk *fashion* di internet yang banyak membidik semua kalangan namun pada umumnya adalah remaja sebagai konsumennya. Keunggulan bisnis *Online Shop* selain mudah dalam melakukan promosi, juga sangat efisien karena hanya membutuhkan biaya berlangganan internet untuk dapat menjalankan bisnisnya.<sup>11</sup>

Perlindungan terhadap konsumen yang lebih kuat diharapkan dapat menciptakan perdagangan yang lebih adil, aman, dan transparan. Bahwa dengan mempelajari dan menganalisis penerapan perlindungan hukum

---

<sup>10</sup> Sulistianingsih, Dewi, Melliniarini Dibura Utami, dan Yuli Prasetyo Adhi. "Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi *E-commerce* sebagai Tantangan Bisnis di Era Global." *Jurnal Mercatoria* 16.2 (2023) hal. 119

<sup>11</sup> Ahmad, Ahmad, Johamran Pransisto, dan Muh Akbar Fhad Syahril. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi *E-commerce*." *Jurnal Litigasi Amsir* 10.3 (2023) hal. 222

terhadap transaksi penipuan di *e-commerce*, Penulis berharap penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman mengenai hak-hak konsumen dan cara yang lebih efektif untuk menanggulangi penipuan *online* di Indonesia.

Dalam konteks perlindungan konsumen, Pasal 49 Ayat (1) Peraturan Pemerintah tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PSTE) menyatakan bahwa pelaku usaha yang memasarkan produk melalui sistem elektronik wajib memberikan informasi yang benar dan lengkap terkait syarat-syarat kontrak, identitas produsen, serta produk yang ditawarkan. Apabila barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan kesepakatan, terdapat cacat tersembunyi, atau tidak sesuai dengan gambar pada iklan *online*, maka pelaku usaha berkewajiban memberikan jangka waktu tertentu kepada konsumen untuk melakukan pengembalian sesuai ketentuan perjanjian.

Konsumen dapat menggugat pelaku usaha (penjual *online*) secara perdata dengan dalih wanprestasi atas transaksi jual beli yang anda lakukan dengan penjual. Berdasarkan pengamatan prinsip utama transaksi secara *online* di Indonesia masih lebih mengedepankan aspek kepercayaan terhadap penjual maupun pembeli. Prinsip keamanan infrastruktur transaksi secara *online* seperti jaminan atas kebenaran identitas penjual/pembeli, jaminan ini belum belum menjadi perhatian utama bagi penjual/pembeli terlebih pada transaksi berkala kecil (misalnya jual beli *online*). Karna dilihat dari banyaknya laporan pengaduan tentang penipuan melalui media internet dan lainnya yang diterima oleh kepolisian maupun penyidik.

Salah satu hal yang menjadi perhatian bagi para pelaku usaha perdagangan melalui internet adalah terjadinya resiko penipuan. Penipuan yang sering terjadi antara lain berupa penjual yang tidak memberikan informasi secara lengkap dan benar adanya mengenai barang yang akan dijual, penjual yang tidak mengirimkan barang setelah terlaksananya pembeli melakukan transaksi pembayaran, atau penjual mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan kesepakatan.

Bentuk penipuan seperti ini sangat mudah terjadi karena transaksi tidak dilakukan secara tatap muka. Transaksi yang dimana pembeli tidak dapat melihat secara langsung barang yang akan dibeli dapat menimbulkan resiko kerugian yang lebih besar yang akan ditanggung oleh pihak pembeli. Dalam hal ini pembeli sebagai konsumen harus mendapatkan perlindungan dalam melakukan transaksi jual beli, sekalipun dilakukan melalui media internet. Bentuk-bentuk penipuan tersebut pun seringkali terjadi didalam proses jual beli.

Di tengah pesatnya perkembangan transaksi perdagangan elektronik atau *e-commerce*, masih banyak konsumen yang menghadapi persoalan klasik berupa ketidaksesuaian antara barang yang dipesan dan barang yang diterima. Sebagai contoh yang sederhana namun sering terjadi, seorang konsumen melakukan pembelian pakaian melalui platform *marketplace* daring dengan ketentuan bahwa pakaian tersebut memiliki ukuran tertentu, warna sesuai yang tertera di katalog digital, serta bahan dan kualitas sebagaimana dijanjikan dalam deskripsi produk. Namun, setelah barang

diterima, konsumen mendapati bahwa ukuran tidak sesuai, warna berbeda dari foto produk, bahkan bahan yang digunakan tidak sesuai dengan informasi yang diberikan dan ditemukan adanya cacat pada produk tersebut. Ketika konsumen berupaya menghubungi penjual untuk mengajukan keluhan atau permohonan pengembalian barang, penjual tidak memberikan tanggapan atau bahkan menghilang dari platform, sehingga konsumen tidak memperoleh penyelesaian yang adil.

Kasus tersebut mencerminkan lemahnya posisi tawar konsumen dalam transaksi elektronik, khususnya dalam hubungan kontraktual tanpa tatap muka yang sangat mengandalkan kepercayaan dan kejelasan informasi. Secara yuridis, pelaku usaha telah melanggar ketentuan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi secara benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Pelaku usaha juga berkewajiban untuk memberikan kompensasi atau ganti rugi apabila produk yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau mengandung cacat tersembunyi.

Sementara dari sisi konsumen, kasus ini menunjukkan rendahnya literasi hukum, di mana banyak konsumen yang tidak mengetahui hak-haknya atau mekanisme penyelesaian sengketa yang dapat ditempuh, seperti mengajukan gugatan perdata atas dasar wanprestasi atau melapor ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Situasi ini menggambarkan secara nyata bahwa meskipun telah ada

perangkat hukum seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, implementasinya masih menghadapi berbagai tantangan dalam praktik. Salah satunya adalah kesenjangan antara norma hukum yang ideal dengan kenyataan di lapangan, yang ditandai dengan maraknya pelanggaran yang merugikan konsumen, baik secara materiil maupun immateriil.

Tidak hanya itu, ketiadaan sistem verifikasi identitas pelaku usaha secara ketat di sejumlah platform daring juga menjadi salah satu penyebab utama terjadinya transaksi yang tidak aman dan merugikan konsumen. Hal ini menegaskan pentingnya perlindungan hukum yang adaptif dan responsif, serta penguatan regulasi dan edukasi publik terhadap hak dan kewajiban hukum dalam ruang transaksi digital. Oleh karena itu, ketertarikan Penulis dalam mengangkat judul "**Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Melalui *E-commerce* Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen**" bertujuan untuk memberikan kontribusi dalam pengembangan hukum perlindungan konsumen di era digitalisasi, dengan memperhatikan kebutuhan akan regulasi yang adaptif dan responsif terhadap dinamika teknologi.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian penjelasan latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen yang menjadi korban penipuan dalam transaksi *e-commerce* menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimana implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam menjamin keadilan hukum bagi konsumen yang menjadi korban penipuan transaksi *e-commerce*?

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menjawab seluruh rumusan masalah pada penelitian ini, diantaranya:

1. Untuk mengetahui bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen yang menjadi korban penipuan dalam transaksi *e-commerce* menurut Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
2. Untuk mengetahui implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam menjamin keadilan hukum bagi konsumen yang menjadi korban penipuan transaksi *e-commerce*.

### D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan isu yang menjadi pusat kajian dalam penelitian ini serta

tujuan yang hendak dicapai, maka diharapkan hasil penelitian ini mampu memberikan manfaat sebagai berikut:

#### 1. Manfaat Secara Teoritis

Sebagai bahan masukan bagi ilmu pengetahuan hukum, khususnya dalam bidang hukum perdata dan ilmu pengetahuan hukum pada umumnya serta dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai perlindungan konsumen terhadap perjanjian jual beli secara *online* (*E-commerce*) di Indonesia.

#### 2. Manfaat Secara Akademis

Secara akademik, penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia, serta diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dalam bidang hukum dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

### E. Sistematika Penulisan

Secara garis besar untuk dapat memberikan gambaran mengenai penulisan ini maka Penulis menyusun sistematika penulisan untuk memperjelas materi-materi yang akan dibahas yang dibagi dalam setiap bab, yaitu sebagai berikut :

**BAB I PENDAHULUAN** Pada bab ini dikemukakan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian,

dan sistematika penulisan skripsi.

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA** Dalam bab ini berisikan tentang teori-teori yang berhubungan dengan topik pembahasan, serta merupakan penyebab-penyebab terjadinya perlindungan konsumen.

**BAB III METODE PENELITIAN** Didalam bab ini membahas tentang metodologi penelitian yang menggunakan suatu metode penelitian yang diantaranya merupakan tipe penelitian. Sumber bahan dan menggunakan analisa hukum.

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN** Pada bab ini akan dikemukakan pemecahan masalah dan pembahasan dengan menggunakan deskripsi hasil penelitian dan analisa mengenai Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

**BAB V PENUTUP** Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari seluruh penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan dapat dikemukakan masalah yang ada pada penelitian serta hasil dari penyelesaian penelitian. Sedangkan saran berisi tentang jalan keluar untuk mengatasi masalah dan kelemahan yang ada. Saran ini tidak lepas ditujukan untuk ruang lingkup penelitian.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan serta acuan dan untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka Penulis mencantumkan hasil-hasil dari penelitian terdahulu sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu**

No.	Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Pembahasan
1	Yanci Libria Fista, Aris Machmud, Suartini (2023)	Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi <i>E- Commerce</i> Ditinjau Dari Undang- Undang Perlindungan Konsumen	Undang-Undang Perlindungan Konsumen Mengatur Perlindungan Konsumen, Tetapi Implementasinya Dalam Transaksi <i>E- commerce</i> Belum Efektif.
2	Rosyadah Novia Permata Sari (2023)	Perlindungan Hukum Terhadap Korban Tindak Pidana Penipuan Yang	Penipuan Dapat Ditindak Melalui Undang-Undang

		Mengatasnamakan <i>E-Commerce</i>	Perlindungan Konsumen Dan Uu Ite; Korban Memiliki Hak Untuk Menuntut Ganti Rugi.
3	Zamada Yoga Permanadiva, Diana Setiawati (2023)	Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi <i>E-Commerce</i> (Studi Kasus Di Indonesia)	Undang-Undang Perlindungan Konsumen Belum Spesifik Dalam Perlindungan Konsumen <i>E-Commerce</i> , Menyulitkan Penegakan Hukum.
4	A. Ashrie Ainun, Hasbuddin Khalid, Rasma Samma (2023)	Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Secara Elektronik	Penipuan Dalam <i>E-Commerce</i> Masih Tinggi Meski Hukum Sudah Mengatur; Konsumen Berhak Menuntut Ganti Rugi.
5	Winda Marlina,	Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli	Hukum Belum Sepenuhnya Mengikuti

	Kadek Agus Sudiarawan (2024)	Melalui <i>E-commerce</i>	Perkembangan Teknologi, Sehingga Konsumen Masih Rentan.
--	------------------------------------	---------------------------	--

Yang membedakan penelitian yang akan dilakukan penulis dengan penelitian sebelumnya ini adalah dimana penelitian lain lebih mengarah terhadap aspek hukum yang berlaku. Dalam penelitian ini penulis menjelaskan berbagai kasus yang terjadi dalam transaksi *e-commerce* yang menjadi permasalahan baru dalam lingkungan perdagangan dan menjelaskan bagaimana Undang-Undang yang telah ada memberikan perlindungan terhadap konsumen yang menjadi korban dalam penipuan jual beli *online* dan Penulis juga menjelaskan alternatif apa saja yang dapat dilakukan dalam menyelesaikan sengketa tersebut sehingga dapat terwujud perlindungan bagi konsumen dalam hal transaksi melalui *e-commerce*. Penulis juga akan menjelaskan dari berbagai aspek, diantaranya dijelaskan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 1.2 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu**

Aspek	Persamaan	Perbedaan
Segi aspek dasar hukum	Sudah ada undang-undang perlindungan konsumen dan	Tidak ada perbedaan signifikan pada aspek ini. Kemudian pada materi

	informasi dan transaksi elektronik yang mengatur perlindungan konsumen <i>e-commerce</i>	yang belum dibahas adalah tentang peraturan turunan atau Teknik (PP, Peraturan Menteri)
Segi aspek kondisi di lapangan	Pelaksanaan belum maksimal dan masih banyak pelanggaran pelaku usaha	ada beberapa bagian yang lebih fokus kepada kualitas barang, dan fokus ketidakresponsifan pelaku usaha. Kemudian pada materi yang belum dibahas adalah belum terdapat statistic atau data jumlah kasus nyata
Segi aspek tanggung jawab pelaku usaha	Pelaku usaha wajib bertanggung jawab apabila wanprestasi (ganti rugi)	Salah satu bagian lebih fokus pada ancaman penipuan (pidana) dan ganti rugi (perdata). Kemudian pada penelitian ini belum membahas tentang sanksi administratif

## B. Landasan Teori

Landasan teori adalah kumpulan konsep, prinsip, atau generalisasi yang terorganisasi secara sistematis yang berfungsi untuk menjelaskan fenomena tertentu dan menjadi dasar berpikir dalam sebuah penelitian. Landasan teori memberikan kerangka acuan konseptual yang membantu peneliti memahami, menganalisis, serta menginterpretasikan masalah penelitian dengan lebih terarah dan logis.<sup>12</sup>

Selain itu, landasan teori juga berperan untuk menunjukkan posisi penelitian terhadap penelitian sebelumnya, mempertegas keunikan penelitian, dan menghindari terjadinya duplikasi. Dengan menggunakan landasan teori yang kuat, peneliti dapat menyusun hipotesis, memilih metode penelitian yang sesuai, serta menarik kesimpulan secara objektif berdasarkan kerangka yang sudah ada.<sup>13</sup>

Dengan berlakunya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, telah menjadikan masalah perlindungan konsumen menjadi masalah yang penting, yang artinya kehadiran undang-undang tersebut tidak saja memberikan posisi tawar yang kuat pada konsumen untuk menegakkan hak-haknya, melainkan juga agar dapat tercipta aturan main yang lebih adil bagi semua pihak. Dalam penjelasan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa piranti hukum yang melindungi konsumen tidak

---

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2021), hal. 57.

<sup>13</sup> Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2020), hal. 80.

dimaksudkan untuk mematikan pelaku usaha, tetapi justru sebaliknya, karena perlindungan konsumen akan dapat mendorong iklim berusaha yang sehat serta lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/jasa yang berkualitas.

#### 1. Teori Perlindungan Hukum menurut Philipus M. Hadjon

Perlindungan Hukum menurut Philipus M. Hadjon menekankan perlindungan hukum sebagai prinsip yang menjamin hak-hak individu diakui dan dilindungi, serta memberikan perlindungan terhadap kesewenangan. Hadjon juga mengklasifikasikan dua bentuk perlindungan hukum: preventif dan represif. Kemudian menurut Satjipto Rahardjo, memandang perlindungan hukum sebagai upaya melindungi kepentingan seseorang dengan mengalokasikan kekuasaan kepadanya untuk bertindak demi kepentingannya. Teori Rahardjo terinspirasi dari tujuan hukum menurut Fitzgerald, yang menekankan perlindungan dan pembatasan kepentingan masyarakat.

Menurut Setiono, perlindungan hukum adalah tindakan atau upaya untuk melindungi masyarakat dari perbuatan sewenang-wenang oleh penguasa yang tidak sesuai dengan aturan hukum. Lebih lanjut, fungsi perlindungan hukum menurut Setiono adalah untuk mewujudkan ketertiban dan ketentraman sehingga memungkinkan manusia untuk menikmati martabatnya sebagai manusia. *FE-commerce* ada 4 (empat) materi yang perlu diatur dalam rangka perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce*, yaitu:

a. Perlindungan hukum dari sisi pelaku usaha

Dalam hal ini, pelaku usaha memiliki kewajiban untuk mencantumkan identitas secara jelas di dalam *website* mereka. Namun, berdasarkan hasil penelitian terhadap pelaku usaha toko *online*, ditemukan bahwa beberapa toko hanya mencantumkan nomor telepon dan alamat *email* tanpa menyertakan alamat fisik atau identitas lengkap lainnya. Pencantuman identitas yang lengkap diharapkan dapat memberikan jaminan keadilan hukum bagi konsumen dalam melakukan transaksi. Selain itu, berdasarkan penelitian, belum terdapat lembaga resmi di Indonesia yang menjamin keabsahan toko *online*, sehingga membuka kemungkinan konsumen melakukan transaksi dengan toko *online* fiktif. Menanggapi hal ini, pemerintah melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika tengah mempersiapkan pendirian *Certification Authority (CA)*, sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri Nomor 291/PER/M.Kominfo/11/2006 tentang Pedoman Penyelenggaraan *Certification Authority* dan Peraturan Menteri Nomor 30/PER/M.Kominfo/11/2006 tentang Badan Pengawas *Certification Authority*. *CA* merupakan badan hukum yang berfungsi sebagai pihak ketiga terpercaya yang menerbitkan *Sertifikat Digital (SD)* serta menyediakan jaminan keamanan informasi. Fungsi utama *CA* adalah menjamin aspek keamanan dalam transaksi digital, yaitu: menjaga kerahasiaan informasi agar hanya dapat diakses oleh pihak

yang berwenang (*privacy/confidentiality*), memastikan keaslian identitas pihak-pihak yang terlibat (*authentication*), menjamin bahwa informasi tidak mengalami perubahan (*integrity*), dan memastikan bahwa pihak yang terlibat tidak dapat menyangkal keterlibatannya dalam transaksi (*non-repudiation*). Dengan adanya CA, diharapkan keabsahan operasional toko *online* dapat lebih terjamin melalui penerbitan *sertifikat digital*.

b. Perlindungan hukum dari sisi konsumen

Adanya jaminan terhadap kerahasiaan data pribadi konsumen menjadi hal yang sangat penting, karena apabila tidak dijaga dengan baik oleh pelaku usaha, data tersebut berpotensi disalahgunakan atau diperjualbelikan oleh pihak lain untuk tujuan promosi. Perlindungan konsumen sendiri merupakan serangkaian upaya yang dilakukan guna menjamin kepastian hukum serta memberikan perlindungan yang adil kepada konsumen. Ketentuan mengenai perlindungan konsumen sebagaimana tercantum dalam Pasal 1 angka (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut *Undang-Undang Perlindungan Konsumen/UUPK*) telah dianggap cukup memadai. Frasa “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum” diharapkan dapat menjadi tameng untuk mencegah tindakan sewenang-wenang yang merugikan pelaku usaha dengan alasan perlindungan konsumen semata.

Konsumen sendiri diartikan sebagai setiap individu yang menggunakan barang dan/atau jasa yang tersedia di masyarakat, baik untuk kepentingan pribadi, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lainnya, dan bukan untuk diperjualbelikan kembali.<sup>14</sup> Penggunaan istilah “pemakai” dalam rumusan Pasal 1 angka (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) sebenarnya kurang tepat. Frasa yang menyatakan bahwa “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa untuk kepentingan sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain” menunjukkan adanya ambiguitas. Sebab, jika seseorang disebut sebagai "pemakai", maka secara logis penggunaannya ditujukan untuk kepentingan pribadi, bukan untuk keluarga, pihak lain (*bystander*), atau makhluk hidup lainnya. Selain itu, istilah “pemakai” juga dapat menimbulkan persepsi bahwa barang tersebut bukanlah milik sendiri, meskipun sebelumnya telah terjadi transaksi jual beli. Akan lebih tepat secara hukum apabila digunakan istilah “setiap orang yang memperoleh”, karena istilah ini mencakup kepemilikan hasil dari suatu transaksi dan memungkinkan penggunaan barang atau jasa tersebut untuk kepentingan pribadi maupun untuk orang lain.<sup>15</sup>

Aspek lain yang perlu dikritisi adalah bahwa ruang lingkup pengertian konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan

---

<sup>14</sup> *Ibid* hal. 12

<sup>15</sup> *Ibid* hal. 13

Konsumen (UUPK) masih tergolong sempit. Definisi konsumen dalam UUPK hanya merujuk pada subjek hukum berupa “orang”, padahal dalam praktiknya terdapat subjek hukum lain, seperti “badan hukum”, yang juga bertindak sebagai konsumen akhir, yakni pihak yang menggunakan barang dan/atau jasa tanpa tujuan untuk diperjualbelikan kembali. Oleh karena itu, akan lebih tepat apabila ketentuan tersebut merumuskan konsumen sebagai “setiap pihak yang memperoleh barang dan/atau jasa”. Poin penting yang harus ditekankan dalam definisi konsumen adalah syarat “tidak untuk diperdagangkan”, yang menandai bahwa pihak tersebut adalah konsumen akhir, sekaligus membedakannya dari konsumen antara (*derived/intermediate consumer*). Dalam posisinya sebagai *derived* atau *intermediate consumer*, pihak tersebut tidak memiliki dasar hukum untuk mengajukan tuntutan terhadap pelaku usaha berdasarkan ketentuan dalam undang-undang ini.

c. Perlindungan hukum terhadap konsumen dari sisi pelaku usaha

Pelaku usaha adalah individu atau badan usaha, baik yang berbadan hukum maupun yang tidak, yang didirikan, berkedudukan, atau menjalankan kegiatan usaha di dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia. Pelaku usaha tersebut dapat beroperasi secara mandiri maupun bersama pihak lain melalui suatu perjanjian untuk menjalankan aktivitas usaha di berbagai sektor ekonomi. Berdasarkan pengertian tersebut, eksportir atau pelaku usaha yang

berkedudukan di luar negeri tidak termasuk dalam cakupan UUPK, karena undang-undang ini secara tegas membatasi subjek hukumnya pada orang perseorangan atau badan usaha yang beroperasi di dalam yurisdiksi Indonesia. Dalam kegiatan penawaran produk, pelaku usaha memiliki kewajiban untuk:

- 1) Memberikan informasi yang jelas dan lengkap mengenai produk yang ditawarkan sehingga konsumen tidak disesatkan terutama informasi yang sifatnya mendasar (kualitas produk apakah asli, imitasi, baru, bekas, jenis produk, ukuran) disamping informasi-informasi lain yang relevan seperti keunggulan produk. Hal ini sangat penting untuk membantu konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli atau tidak. Berdasarkan hasil penelitian untuk pelaku usaha di Indonesia dalam mendeskripsikan produk sangat minim informasi, hanya menyebutkan harga dan penjelasan sedikit mengenai produk. Sedangkan untuk pelaku usaha di luar negeri sangat jelas menginformasikan mengenai produknya dan mencantumkan *rating poll* untuk kualitas produk tersebut.
- 2) Informasi produk mengenai produk harus diberikan melalui bahasa yang mudah dimengerti dan tidak menimbulkan penafsiran lain. Dalam hal ini mengingat *e-commerce* merupakan perdagangan yang melintasi batas negara dan pelaku usaha bisa darimana saja maka untuk penggunaan bahasa disesuaikan dengan negara asal pelaku usaha tersebut. Jadi dalam hal ini

menuntut konsumen dalam bertransaksi dengan pelaku usaha yang bahasanya dapat dipahaminya.

- 3) Memberikan jaminan bahwa produk yang ditawarkan aman atau nyaman untuk dikonsumsi atau dipergunakan.
- 4) Memberi jaminan bahwa produk yang ditawarkan sesuai dengan apa yang dipromosikan oleh pelaku usaha.

d. Perlindungan hukum terhadap konsumen dari sisi transaksi

Tidak semua konsumen paham akan cara bertransaksi melalui media internet sehingga dalam hal ini pelaku usaha perlu mencantumkan dengan jelas dan lengkap mengenai mekanisme transaksi serta hal-hal lain berkenaan dengan transaksi.

2. Teori keadilan menurut Aristoteles merupakan suatu gejala yang tergantung secara inheren pada suatu komunitas yang lebih besar dan pada hukum atau norma-normanya. Hukum adalah kerangka acuan bagi keadilan, yang dalam hal ini dapat dilihat pada Buku V (Lima) Ethics yang menceritakan tentang hubungan seseorang dengan lingkungannya. Keadilan tidak dapat dikategorikan sebagai sebuah keutamaan apabila dalam dimensinya tidak berhubungan dengan aspek sosial khususnya dalam hubungannya dengan relasi manusia. Aristoteles lebih mementingkan keaktifan sebagai unsur yang harus dipenuhi dalam keadilan guna menjadi sebuah keutamaan. Selain hukum khusus yang dibuat oleh manusia, ada suatu hukum umum yang sesuai dengan alam. Terkait konsep Aristoteles, Kamarusdiana dalam

Filsafat Hukum menerangkan bahwa Aristoteles menanggapi hukum alam sebagai suatu hukum yang berlaku dengan sendirinya. Hukum merupakan suatu instrumen atau alat kemasyarakatan yang mana diharapkan dapat berlaku dan bekerja di lingkungan masyarakat sebagaimana tujuan hukumnya itu sendiri.

Berlakunya hukum dalam lingkungan masyarakat sebenarnya merupakan hal yang sama pentingnya dengan pembuatan hukum, penemuan hukum, dan penegakan hukum. Berlakunya hukum di lingkungan masyarakat diharapkan agar hukum terlaksana sesuai dengan fungsinya yaitu untuk menciptakan ketertiban dan kedamaian yang didasarkan pada keadilan. Pendapat Aristoteles ini saat ini dikenal sebagai teori Etis. Selain itu, fungsi hukum juga berkaitan erat dengan keadilan untuk menekan kekacauan dalam sebuah tatanan negara dan masyarakat. Dengan adanya hukum, setiap kekacauan bisa terkendali. Biasanya, setiap negara memiliki hukum yang berbeda-beda, sesuai dengan tradisi dan kebiasaan masyarakatnya. Teori-teori mengenai keutamaan moralitas yang dipaparkan oleh Aristoteles tidaklah secara langsung menyinggung dan membahas kaitannya dengan teori hukum.<sup>16</sup>

Hal tersebut dapat dipahami karena pada zaman itu paradigma hukum belum seluas dan sekompleks saat ini. Pada saat itu teori hukum hanyalah dalam ruang lingkup polis atau lingkup negara kota yang cenderung lebih kecil. Walaupun demikian, konsep keadilan dan juga keutamaan moralitas

---

<sup>16</sup> Sembiring Riky. *Keadilan pancasila dalam perspektif Teori keadilan Aristoteles*. *Aktual Justice. Jurnal Ilmiah Hukum*. (2024), hal 24.

yang berasal dari akal budi dan berperan sebagai penengah bagi manusia dalam kehidupan manusia sangat mempengaruhi para pemikir-pemikir selanjutnya seperti Thomas Aquinas yang pada akhirnya mengaitkan moralitas dalam ruang lingkup yang lebih konkret yakni hukum. Aristoteles hanya memberikan penjelasan untuk ruang lingkup luas yakni kehidupan manusia mengenai arti penting keutamaan moral. Apabila kemudian ditarik secara lebih mendalam dan mengartikan hukum sebagai produk interaksi manusia, maka dapat disimpulkan bahwa keutamaan moral berperan sangat penting baik di dalam proses pembentukan perundang-undangan maupun proses peradilan yang kerap dihadapkan para pemangku kepentingan menggunakan keutamaan moral sebagai jalan tengah untuk mengambil kebijakan yang diperlukan. Konsep ini tidak dapat diterapkan tanpa adanya keaktifan dari aktor-aktornya sebagaimana juga telah dijelaskan Aristoteles pada Buku V (Lima) Ethics. Pada Buku Ethics keadilan diterima secara umum sebagai keutamaan moral. Hal tersebut dapat dipahami dengan cara, bahwa keadilan didefinisikan sebagai suatu keutamaan moral yang dalam Bab 6 Buku ke-11 Ethics didefinisikan sebagai jalan tengah antara dua ekstrem yang saling berlawanan, antara yang berlebihan dan yang kekurangan dan jalan tengah itu merupakan bagian integral dari definisi tentang keutamaan moral itu sendiri.<sup>17</sup>

Ada beberapa pendapat yang menganggap bahwa keadilan secara umum

---

<sup>17</sup> Mustamilinda indah rizcha. *Ketidakadilan Hukum Bagi Masyarakat Miskin Dihubungkan dengan Teori Keadilan Menurut Aristoteles*. Jurnal Kajian Kontemporer Hukum dan Masyarakat. (2024), hal 30.

adalah keutamaan moral yang berimplikasi pada peran keadilan sebagai faktor penyebab yang penting dalam tindakan-tindakan yang adil dan hubungan antara keadilan sebagai keutamaan moral dan tindakan yang adil akan menjelaskan tindakan itu kepada kita. Masyarakat dapat menganggap bahwa sifat keadilan yang berdimensi sosial itu membuat keadilan menjadi sebuah keutamaan moral. Konsep keadilan dalam dimensi sosial sebagai sebuah keutamaan moral sepertinya tidak begitu saja dapat diterima sebab pada hakikatnya seluruh keutamaan moral mempunyai dimensi sosialnya sendiri, kendati berbeda tingkatan satu dengan lainnya. Beberapa keutamaan seperti keberanian, misalnya dipandang kurang mengarah kepada orang lain dan lebih mengarah kepada diri sendiri daripada kemurahan hati. Terkait hal ini Aristoteles memperkenalkan ajaran tentang “ketimbal balikan keutamaan-keutamaan”.

Banyak ahli memandang keutamaan-keutamaan moral terhubung satu dengan lainnya dan juga dengan keutamaan intelektual. Hubungan masing-masing keutamaan dan semua keutamaan adalah sedemikian sehingga seorang hanya dapat disebut memiliki satu keutamaan sepenuhnya bila dia juga memiliki semua keutamaan lainnya. Dengan demikian keadilan bisa disamakan dengan nilai-nilai dasar sosial. Keadilan yang lengkap bukan hanya mencapai kebahagiaan untuk diri sendiri, tetapi juga kebahagiaan orang lain. Keadilan yang dimaknai sebagai tindakan pemenuhan kebahagiaan diri sendiri dan orang lain, adalah keadilan sebagai sebuah nilai-nilai. Keadilan dan tata nilai dalam hal ini adalah sama tetapi memiliki

esensi yang berbeda. Sebagai hubungan seseorang dengan orang lain adalah keadilan, namun sebagai suatu sikap khusus tanpa kualifikasi adalah nilai. Ketidakadilan dalam hubungan sosial terkait erat dengan keserakahan sebagai ciri utama tindakan yang tidak fair. Keadilan sebagai bagian dari nilai sosial memiliki makna yang amat luas, bahkan pada suatu titik bisa bertentangan dengan hukum sebagai salah satu tata nilai sosial. Suatu kejahatan yang dilakukan adalah suatu kesalahan, Namun apabila hal tersebut bukan merupakan keserakahan tidak bisa disebut menimbulkan ketidakadilan. Sebaliknya suatu tindakan yang bukan merupakan kejahatan dapat menimbulkan ketidakadilan.

Keadilan dan ketidakadilan selalu dilakukan atas kesukarelaan. Kesukarelaan tersebut meliputi sikap dan perbuatan. Pada saat orang melakukan tindakan secara tidak sukarela, maka tindakan tersebut tidak dapat dikategorikan sebagai tidak adil ataupun adil, kecuali dalam beberapa cara khusus. Melakukan tindakan yang dapat dikategorikan adil harus ada ruang untuk memilih sebagai tempat pertimbangan. Sehingga dalam hubungan antara manusia ada beberapa aspek untuk menilai tindakan tersebut yaitu, niat, tindakan, alat, dan hasil akhirnya. Tidak mungkin diperlakukan secara tidak adil apabila orang lain tidak melakukan sesuatu secara tidak adil. Mungkin seseorang rela menderita karena ketidakadilan, tetapi tidak ada seorang pun yang berharap diperlakukan secara tidak adil. Dengan demikian memiliki makna yang cukup luas, sebagian merupakan keadilan yang telah ditentukan oleh alam, sebagian merupakan hasil

ketetapan manusia (keadilan hukum).

Keadilan alam berlaku universal, sedangkan keadilan yang ditetapkan manusia tidak sama di setiap tempat. Keadilan yang ditetapkan oleh manusia inilah yang disebut dengan nilai, Akibat adanya ketidaksamaan ini maka ada perbedaan kelas antara keadilan universal dan keadilan hukum yang memungkinkan pembenaran keadilan hukum. Bisa jadi semua hukum adalah universal, tetapi dalam waktu tertentu tidak mungkin untuk membuat suatu pernyataan universal yang harus benar. Adalah sangat penting untuk berbicara secara universal, tetapi tidak mungkin melakukan sesuatu selalu benar karena hukum dalam kasus-kasus tertentu tidak terhindarkan dari kekeliruan. Saat suatu hukum memuat hal yang universal, namun kemudian suatu kasus muncul dan tidak tercantum dalam hukum tersebut. Karena itulah persamaan dan keadilan alam memperbaiki kesalahan tersebut<sup>18</sup>

### C. Landasan Konseptual

Beberapa dasar hukum yang menjadi landasan dalam penelitian ini antara lain:

1. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE);
3. Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) – Pasal 378; Peraturan

---

<sup>18</sup> Febrian Duta Pratama, Rafly Pebriansya, Mohammad Alvi Pratama. *Konsep Keadilan dalam Pemikiran Aristoteles*. Jurnal Filsafat Terapan. (2024), hal 30.

Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.<sup>19</sup>

a. Perlindungan Konsumen dalam Transaksi *E-commerce*

Perlindungan konsumen merupakan bagian penting dalam hukum yang menjamin hak-hak konsumen atas keamanan, kenyamanan, dan keselamatan dalam bertransaksi. Dalam konteks digital, bentuk perlindungan ini juga harus mampu menanggapi perkembangan *e-commerce* yang semakin pesat, *e-commerce* menimbulkan tantangan baru dalam perlindungan konsumen, seperti kurangnya informasi, kelemahan dalam sistem pengawasan, dan kerentanan terhadap penipuan digital. Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen masih relevan, namun perlu diperkuat dengan pengawasan terhadap pelaku usaha berbasis digital dan platform *e-commerce*.<sup>20</sup>

b. Tanggung Jawab Pelaku Usaha dalam *E-commerce*

Tanggung jawab pelaku usaha dijelaskan dalam Pasal 19 undang-undang perlindungan konsumen, yakni mengenai kewajiban pelaku usaha memberikan ganti rugi atas kerugian yang diderita konsumen. Masih banyak pelaku usaha dalam *e-commerce* yang menghindari tanggung jawab hukum, terutama yang tidak memiliki entitas hukum

---

<sup>19</sup> Kristiyanti, C. T. S. (2022). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika hal. 47

<sup>20</sup> *Ibid*, hal. 103

atau alamat fisik yang jelas.<sup>21</sup>

c. Bentuk Penipuan dalam Transaksi *E-commerce*

Penipuan dalam *e-commerce* dapat terjadi dalam berbagai bentuk, seperti pengiriman barang tidak sesuai, barang tidak dikirimkan, atau penggunaan identitas palsu oleh penjual, kasus penipuan *online* yang melibatkan platform *e-commerce* semakin marak dan sulit dilacak karena banyaknya pelaku yang menggunakan identitas fiktif dan metode pembayaran tidak resmi. Dalam penelitian lain, menyatakan bahwa konsumen sering kali tidak memahami ketentuan hukum atau mekanisme penyelesaian sengketa, sehingga menyebabkan kerugian lebih besar dalam transaksi *e-commerce*.<sup>22</sup>

d. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Menurut undang-undang perlindungan konsumen, pelaku usaha memiliki tanggung jawab hukum atas kerugian yang dialami konsumen akibat penggunaan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Pasal 19 undang-undang perlindungan konsumen menyatakan bahwa pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi apabila konsumen mengalami kerugian akibat transaksi yang dilakukannya. Bentuk tanggung jawab ini mencakup penggantian barang, pengembalian uang, dan/atau

---

<sup>21</sup> Marlina, W., & Sudiarawan, K. A. (2024). *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui E-commerce: Perspektif UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN*. Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum, 12(6), hal. 1364.

<sup>22</sup> Prayuti, Y., Herlina, E., & Rasmiaty, M. (2022). *Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Perdagangan di E-commerce di Indonesia*. Jurnal Hukum Mimbar Justitia, 10(1), hal. 49.

pemberian kompensasi.<sup>23</sup>

e. Relevansi Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik

Undang-undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik memberikan dasar hukum transaksi digital, Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik belum cukup kuat untuk menjamin perlindungan konsumen secara menyeluruh tanpa sinergi dengan undang-undang perlindungan konsumen. Oleh karena itu, kombinasi perlindungan dari kedua regulasi tersebut diperlukan untuk menjamin keadilan dalam transaksi *e-commerce*.

f. Perkembangan Bisnis dan Teknologi Informasi

Teknologi diciptakan berkembang seiring dengan kebutuhan manusia untuk memudahkan hidup dari sebelumnya. Kegiatan teknologi informasi dapat dimanfaatkan untuk saling berkomunikasi, untuk penyebaran dan pencarian data, untuk kegiatan belajar mengajar, untuk memberi pelayanan serta dapat dimanfaatkan untuk melakukan transaksi bisnis. Manusia selalu memperoleh perangkat atau perlengkapan baru ketika muncul kebutuhan atau sarana-sarana tersebut sepanjang perangkat tersebut dapat disediakan. Dalam kenyataannya, sejarah umat manusia sering pula dikatakan sebagai sejarah perkembangan peralatan atau sejarah perkembangan

---

<sup>23</sup> Barkatullah, A. H. (2019). *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia: Sebagai Pedoman Dalam Menghadapi Era Digital Bisnis E-commerce di Indonesia*. Bandung: Nusa Media hal. 12

teknologi.<sup>24</sup>

Secara fungsional, teknologi informasi dalam suatu teknologi digital tertentu, memungkinkan penghematan waktu dan ruang kenyamanan atau bahkan hiburan bagi penggunanya. Hal ini menimbulkan kerentanan terhadap akses yang tidak sah pada informasi yaitu melalui pencurian, penyadapan, pembajakan, atau penyalahgunaan telah menjadi ancaman yang nyata. Berbagai permasalahan yang dimunculkan oleh teknologi informasi dan harus dihadapi oleh hukum, semestinya telah cukup luas dan dapat diduga.

g. Penipuan Dalam Transaksi *e-commerce*

Penipuan dalam hukum pidana Indonesia diatur dalam Pasal 378 Kitab Undang-undang Hukum Pidana, yang menyebutkan bahwa seseorang dikatakan melakukan penipuan apabila dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum, menggunakan tipu muslihat, kebohongan, atau nama palsu untuk menggerakkan orang lain supaya menyerahkan barang. Dalam konteks *e-commerce*, penipuan bisa berupa:

- 1) Penjual fiktif;
- 2) Barang tidak sesuai deskripsi;
- 3) Penggunaan platform *e-commerce* untuk tujuan kriminal.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> Krista Yitawati, Anik Tri Haryani, Sigit Sapto Nugroho, *Hukum Dan Teknologi, Perlindungan Hukum Jual Beli Melalui Transaksi Elektronik (E-commerce)* (Solo: Pustaka Iltizam), hal. 7

<sup>25</sup> Saragih, A. E., Bagaskara, M. F., & Mulyadi. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi *E-commerce*. *Civilia: Jurnal Kajian Hukum dan Pendidikan Kewarganegaraan*, 2(1), hal. 145.

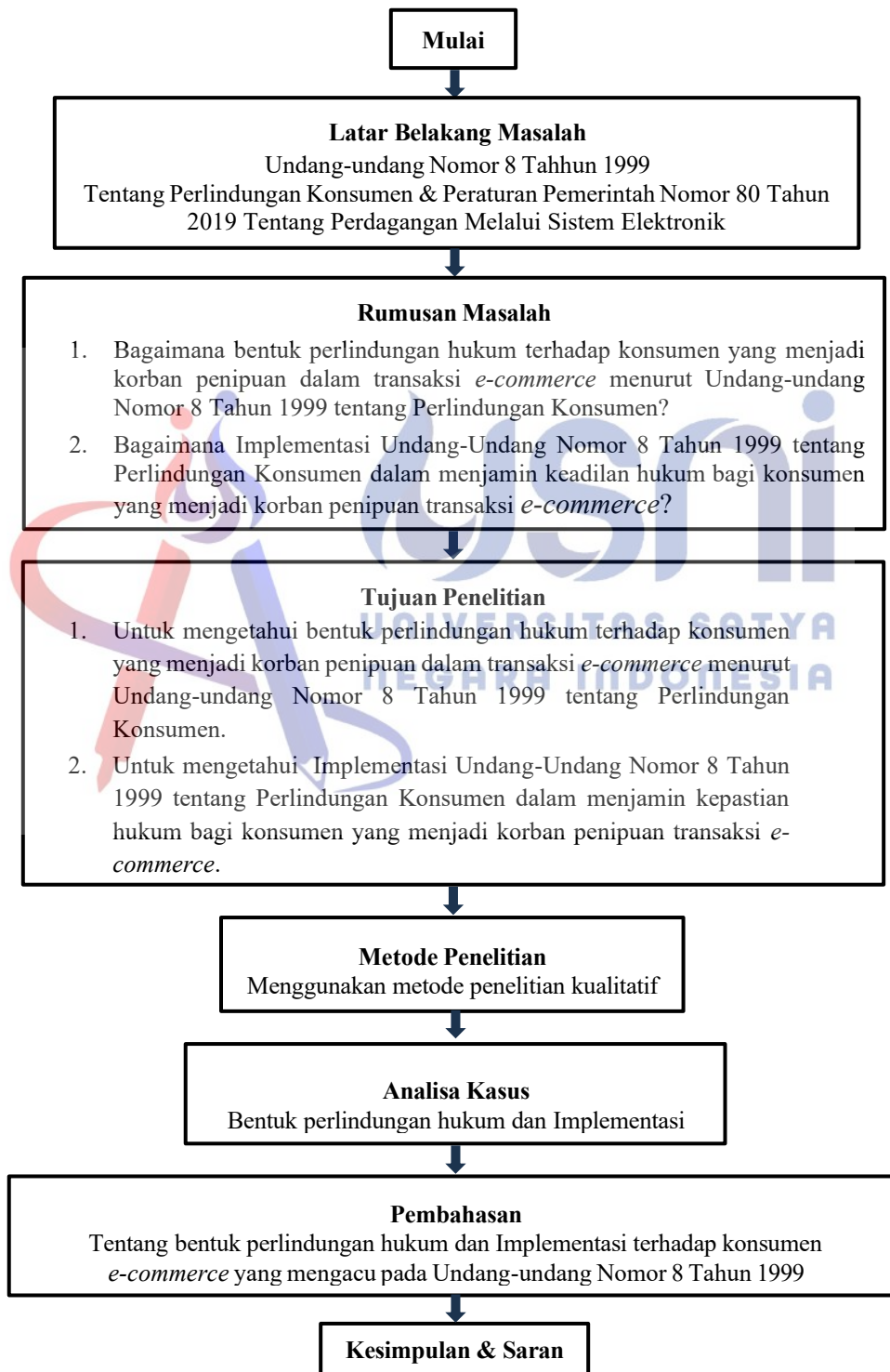
Polda Metro Jaya mengungkap sindikat penipuan transaksi jual beli *online* dengan modus menawarkan penjualan barang namun tidak tersedia barangnya. Hal ini berdasarkan 93 laporan polisi yang diterima selama tahun 2015. Para tersangka dalam perbuatannya berpura-pura memasang iklan penjualan barang secara *online* seperti mobil, motor, barang elektronik, jam tangan, sepatu, pakaian dan aksesoris. Saat calon pembeli menghubungi, pelaku berupaya membuat kesepakatan harga kemudian menyuruh korban mengirim sejumlah uang sesuai harga barang yang dipesan. Pelaku pada akhirnya tidak mengirimkan barang kepada pembeli meskipun sudah menerima sejumlah uang dari korban.

Penipuan secara *online* pada prinsipnya sama dengan penipuan konvensional. Perbedaan penipuan secara *online* dengan penipuan konvensional yaitu pada sarana perbuatannya yakni menggunakan sistem elektronik dengan melalui komputer, internet dan perangkat telekomunikasi. Jual beli *online* merupakan sebuah kegiatan bisnis perdagangan melalui internet atau istilah lainnya adalah *Electronic Commerce (E-commerce)*. Menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, di dalam Pasal 1 angka 2 menjelaskan mengenai Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya.

#### D. Alur pemikiran (*Flowchart*)

Berikut ini merupakan langkah-langkah selama penelitian berlangsung.

*Flowchart* dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Metode Penelitian**

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Secara umum tujuan penelitian ada tiga macam, yaitu:

Bersifat penemuan, artinya data yang diperoleh dari penelitian itu adalah data yang sebelumnya belum pernah diketahui.

1. Bersifat pembuktian, merupakan data yang diperoleh digunakan untuk membuktikan adanya keragu-raguan terhadap informasi atau pengetahuan tertentu.
2. Bersifat pengembangan, yang dimaksud adalah memperdalam dan memperluas pengetahuan yang telah ada.

Berdasarkan Kutipan di atas, tujuan penelitian adalah untuk mencari masalah yang sedang terjadi, menganalisis penyebab masalah tersebut, kemudian mencari solusi untuk menyelesaikan masalah tersebut dan mengantisipasi masalah tersebut muncul kembali. Penelitian juga bertujuan untuk menambah pengetahuan, kecerdasan, dan keterampilan. Dengan penelitian, dapat memastikan data atau informasi yang masih ragu dalam tujuan dan gunanya. Dapat di tarik suatu kesimpulan secara singkat bahwa metode penelitian diartikan sebagai pengetahuan yang mempelajari tentang cara kerja untuk memecahkan suatu masalah, sehingga dapat menemukan

kebenaran suatu hal dalam rangka mencapai suatu tujuan tertentu. Pendek kata metodologi penelitian adalah ilmu berisikan cara, jalan atau teknik menemukan dan mengembangkna kebenaran ilmu pengetahuan.<sup>26</sup>

a. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian data yang dilakukan secara kualitatif, yaitu penelitian yang dilakukan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, pendapat para ahli dan pengetahuan umum guna menjawab permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini yang bersifat yuridis normatif.

b. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: Pendekatan Perundang-undangan (*Statute Approach*) Pendekatan ini dilakukan dengan mengkaji peraturan perundang-undangan yang relevan, diantaranya Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik beserta perubahannya, Peraturan pelaksana lainnya yang mengatur transaksi elektronik dan perlindungan konsumen.<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup> Suranto, Metodologi Penelitian dalam Pendidikan dengan Program SPSS. Penerbit Loka Aksara, Tangerang. 2019, hal 12.

<sup>27</sup> Hidayati, "Perlindungan Hukum Terhadap Para Pihak Antara Pelaku Usaha dan Konsumen *E-commerce* Akibat Cedera Janji (Wanprestasi)," *Constitutum: Jurnal Ilmiah Hukum*, Vol. 2, No. 1, 2023, hal. 1.

## B. Sumber Bahan Hukum

Bahan hukum merupakan sarana atau kebutuhan dari penelitian dalam memecahkan suatu permasalahan beserta memberikan preskripsi tentang apa yang seharusnya. Sumber bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer.

### 1. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer yang digunakan dalam penelitian ini, penulis menggunakan bahan hukum primer yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat, yang terdiri atas peraturan perundang-undangan yang mengikat. Dalam penelitian ini bahan Hukum Primer, sebagai berikut:

- a. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- b. Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- c. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang- Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik.
- d. Kitab Undang-Undang Hukum Pidana – Pasal 378; Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

### 2. Bahan Hukum Sekunder

Yaitu bahan hukum yang tidak hanya mengikat pada peraturan Perundang- Undangan saja, akan tetapi juga menjelaskan mengenai

bahan hukum primer yang merupakan hasil olahan pendapat para pakar atau para ahli yang mempelajari suatu bidang tertentu secara khusus yang akan memberikan petunjuk kemana penulis akan mengarah. Yang penulis maksud dalam bahan sekunder disini adalah hasil penelitian yang berkaitan dengan perlindungan dan keadilan hukum di dalam buku, jurnal hukum dan internet.

### **C. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan studi kepustakaan (*library research*). Teknik ini dilakukan dengan menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang akan atau sedang diteliti yang dapat diperoleh dari buku-buku ilmiah, tesis dan disertasi, peraturan-peraturan, dan sumber-sumber tertulis baik yang tercetak maupun elektronik yang dapat dijadikan referensi dalam penelitian ini. teknik ini digunakan untuk memperoleh dasar-dasar dan pendapat secara tertulis yang dilakukan dengan cara mempelajari berbagai literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dalam penelitian ini.

### **D. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis, yaitu metode analisis yang dilakukan dengan menggambarkan, menjelaskan, dan menguraikan peraturan perundang-undangan, doktrin hukum, dan hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan

dengan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce*. Pendekatan ini bertujuan untuk menyajikan pemahaman yang menyeluruh terhadap isu hukum yang diteliti, sekaligus menarik kesimpulan berdasarkan logika hukum yang relevan dan data- data yang diperoleh dari hasil studi pustaka.<sup>28</sup>



---

<sup>28</sup> Falah Al Ghozali & Try Hardyanthi, “Perlindungan Konsumen pada Platform E-Commerce: Regulasi dan Peran Pemerintah,” *Ethics and Law Journal: Business and Notary*, Vol. 2, No. 3, 2024, hal. 136.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen yang menjadi korban penipuan dalam transaksi *e-commerce* menurut Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Hukum perlindungan konsumen dibentuk guna untuk mengangkat harkat dan martabat konsumen yang memiliki kedudukan lemah. Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga membantu para konsumen yang diragukan untuk menyampaikan suara ketika pelaku usaha dinyatakan bersalah dan melanggar kewajibannya. Konsumen merupakan salah satu faktor penting dalam keterlibatan jual beli. Jika tidak adanya konsumen, maka jual beli tidak dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Melihat dari kasus yang akan dijelaskan oleh penulis, transaksi yang merugikan konsumen, yang kemudian mengakibatkan munculnya ketakutan konsumen lain dalam menjalankan transaksi oleh pelaku usaha. Pelaku usaha yang tidak baik akan melegalkan segala macam cara demi terpenuhi hak-haknya tanpa melihat pihak yang dirugikan, untuk itu diperlukan perlindungan hukum bagi konsumen. Adapun bentuk perlindungan hukum yang bisa di berikan kepada konsumen meliputi:<sup>29</sup>

1. Hak-Hak Konsumen Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 mengatur

---

<sup>29</sup> Wahyu Simon Tampubolon, SH, MH. *Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang Undang Perlindungan Konsumen. Jurnal ilmiah advokasi.* (2023), hal. 11

berbagai hak konsumen yang harus dihormati dan dilindungi oleh pelaku usaha. Hak-hak ini meliputi:

a. Hak atas Keamanan dan Keselamatan

Konsumen berhak mendapatkan barang dan jasa yang aman digunakan dan tidak membahayakan kesehatan atau keselamatan mereka. Pelaku usaha wajib memastikan bahwa produk yang dijual memenuhi standar keamanan yang ditetapkan.

b. Hak atas Informasi

Konsumen berhak mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang dan jasa yang akan dibeli. Ini mencakup informasi tentang kualitas, harga, cara penggunaan, dan risiko produk.

c. Hak untuk Memilih

Konsumen berhak untuk memilih barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka tanpa adanya tekanan atau penipuan.

d. Hak untuk Didengar

Konsumen memiliki hak untuk menyampaikan keluhan atau pengaduan terhadap barang atau jasa yang tidak memuaskan atau tidak sesuai dengan perjanjian.

e. Hak atas Ganti Rugi

Konsumen berhak mendapatkan kompensasi atau ganti rugi jika mereka mengalami kerugian akibat barang atau jasa yang tidak sesuai atau cacat.

2. Kewajiban Pelaku Usah atau Produsen Undang-Undang No. 8 Tahun 1999

juga menetapkan kewajiban-kewajiban yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha untuk melindungi hak-hak konsumen, antara lain:

- a. Kewajiban Menyediakan Informasi yang Jelas: Pelaku usaha wajib memberikan informasi yang akurat dan jelas tentang barang dan jasa, termasuk harga, kualitas, dan cara penggunaan.
- b. Kewajiban Menjamin Kualitas: Pelaku usaha harus memastikan bahwa barang dan jasa yang mereka tawarkan memenuhi standar kualitas dan keamanan yang telah ditetapkan.
- c. Kewajiban Menghormati Hak Konsumen: Pelaku usaha harus menghormati hak-hak konsumen, termasuk hak untuk mengajukan keluhan dan mendapatkan ganti rugi.
- d. Kewajiban Mematuhi Perjanjian: Pelaku usaha wajib memenuhi semua ketentuan yang tercantum dalam perjanjian atau kontrak dengan konsumen.

### 3. Sanksi dan Penegakan Hukum bagi Produsen

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 juga menetapkan sanksi bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan perlindungan konsumen. Adapun sanksi-sanksinya tersebut adalah sebagai berikut :

#### a. Sanksi Administratif

Sanksi administratif adalah sanksi yang dikenakan terhadap pelanggaran administrasi atau ketentuan undang-undang yang bersifat administratif. Pelaku usaha yang melanggar ketentuan dapat dikenakan sanksi administratif seperti peringatan tertulis, denda, atau

pencabutan izin usaha.

b. Sanksi Pidana

Sanksi Pidana adalah suatu hukuman sebab akibat, sebab adalah kasusnya dan akibat adalah hukumnya, orang yang terkena akibat akan memperoleh sanksi baik masuk penjara ataupun terkena hukuman lain dari pihak berwajib. Sanksi Pidana merupakan suatu jenis sanksi yang bersifat nestapa yang diancamkan atau dikenakan terhadap perbuatan atau pelaku perbuatan pidana atau tindak pidana yang dapat mengganggu atau membahayakan kepentingan hukum. Sanksi pidana pada dasarnya merupakan suatu penjamin untuk merehabilitasi perilaku dari pelaku kejahatan tersebut, namun tidak jarang bahwa sanksi pidana diciptakan sebagai suatu ancaman dari kebebasan manusia itu sendiri. Pidana adalah penderitaan atau nestapa yang sengaja dibebankan kepada orang yang melakukan perbuatan yang memenuhi unsur syarat-syarat tertentu. (Tri Andarisman, 2009). Pelanggaran tertentu dapat dikenakan sanksi pidana sesuai dengan ketentuan yang berlaku, seperti denda atau hukuman penjara.

c. Ganti Rugi

Ganti rugi adalah Sanksi hukum perdata yang pertama Sanksi ini merupakan sanksi yang paling umum dalam hukum perdata yaitu kewajiban membayar ganti rugi kepada pihak yang dirugikan akibat pelanggaran. (Maksum Rangkuti, 2023).

4. Pengaduan dan Penyelesaian Sengketa

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 memberikan mekanisme bagi konsumen untuk mengajukan pengaduan dan menyelesaikan sengketa:

- a. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK): UU ini mengatur pembentukan BPSK sebagai lembaga yang dapat menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha secara cepat dan efisien melalui mediasi atau arbitrase.
- b. Pengaduan Konsumen: Konsumen dapat mengajukan pengaduan kepada pelaku usaha atau BPSK jika mereka merasa hak-hak mereka dilanggar atau mengalami kerugian.

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 ini juga menekankan pentingnya pendidikan dan penyuluhan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk meningkatkan pemahaman tentang hak dan kewajiban masing-masing pihak. Ini bertujuan untuk menciptakan pasar yang lebih transparan dan adil.

- 1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- 2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi 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 keadilan hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;

- 5) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha;
- 6) Meningkatkan kualitas barang dan/jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Dengan pendekatan Undang-undang Perlindungan Konsumen, kedua kasus yang terjadi tersebut dapat disimpulkan sebagai salah satu pelanggaran terhadap hak konsumen. Untuk melindungi hak-hak konsumen, Undang-Undang Perlindungan Konsumen menjelaskan beberapa hal mengenai hak konsumen dalam Pasal 4:<sup>30</sup>

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- 2) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa;
- 5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;

---

<sup>30</sup> Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

- 6) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- 9) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Demi terwujudnya hak-hak konsumen, ada beberapa kewajiban yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha. Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 7, dijelaskan secara rinci mengenai kewajiban pelaku usaha dalam mengantisipasi terjadinya kerugian pada konsumen:<sup>31</sup>

- 1) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 4) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/jasa yang berlaku;
- 5) Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau

---

<sup>31</sup> Pasal 7 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;

6) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;

7) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

#### 1. Tujuan Perlindungan Konsumen (Pasal 3 UUPK)

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri. Poin ini memiliki arti bahwa perlindungan konsumen tidak hanya bergantung pada pemerintah atau lembaga penegak hukum, tetapi juga pada kesadaran konsumen itu sendiri. Konsumen harus memiliki pengetahuan yang cukup mengenai hak dan kewajibannya dalam setiap transaksi. Misalnya, konsumen harus mampu membaca dan memahami informasi yang tercantum pada label suatu produk, termasuk tanggal kedaluwarsa, kandungan bahan, atau cara penggunaan. Dengan kesadaran yang tinggi, konsumen dapat menghindarkan diri dari potensi kerugian yang mungkin timbul akibat kelalaian atau kecurangan pelaku usaha. Kemampuan ini juga mencakup keterampilan untuk memilih barang atau jasa secara tepat, membandingkan kualitas dan harga, serta

berani menuntut haknya apabila terjadi pelanggaran. Konsumen yang mandiri akan lebih sulit ditipu karena memiliki informasi yang memadai dan keberanian untuk mengambil langkah hukum ketika diperlukan.

- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksese negatif pemakaian barang dan/atau jasa. Poin ini menegaskan bahwa konsumen berhak mendapatkan perlakuan yang bermartabat dan tidak dijadikan sebagai objek yang hanya dimanfaatkan untuk keuntungan pelaku usaha. Produk atau jasa yang dipasarkan harus aman, layak pakai, dan sesuai dengan janji yang diberikan oleh pelaku usaha. Apabila barang atau jasa yang diberikan justru merugikan konsumen, baik secara finansial maupun kesehatan, maka secara tidak langsung harkat konsumen telah direndahkan. Dengan memberikan perlindungan yang memadai, konsumen akan diperlakukan sebagai subjek utama dalam kegiatan ekonomi, bukan sekadar objek transaksi. Hal ini sejalan dengan prinsip bahwa perlindungan konsumen juga bertujuan untuk memberikan rasa aman, nyaman, dan adil kepada seluruh pihak yang terlibat dalam kegiatan perdagangan.
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen. Poin ini menekankan bahwa konsumen harus memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan yang tepat sebelum melakukan transaksi.

Pemberdayaan konsumen berarti memberikan mereka akses terhadap informasi yang akurat, transparan, dan mudah dipahami sehingga dapat menentukan pilihan yang paling sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan mereka. Konsumen yang berdaya juga mampu menolak produk yang tidak sesuai, serta memiliki keberanian untuk menuntut haknya ketika terjadi pelanggaran. Misalnya, ketika barang yang diterima tidak sesuai dengan spesifikasi yang dijanjikan, konsumen yang memahami haknya akan segera mengajukan pengaduan atau meminta ganti rugi kepada pelaku usaha. Dengan demikian, pemberdayaan konsumen akan menciptakan hubungan yang lebih seimbang antara pelaku usaha dan konsumen.

- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi. Kepastian hukum merupakan salah satu pilar utama dalam perlindungan konsumen. Tanpa kepastian hukum, konsumen akan ragu untuk melaporkan pelanggaran karena tidak tahu apakah kasusnya akan diselesaikan dengan adil atau tidak. Oleh karena itu, sistem perlindungan konsumen harus menjamin bahwa setiap konsumen memiliki jalur yang jelas untuk menuntut haknya, baik melalui mekanisme non- litigasi seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), maupun melalui jalur litigasi di pengadilan. Selain itu, keterbukaan informasi juga sangat penting

agar konsumen mengetahui hak, kewajiban, serta prosedur yang harus ditempuh ketika mengalami kerugian. Dengan sistem yang jelas dan transparan, kepercayaan konsumen terhadap hukum akan meningkat, sehingga pelaku usaha juga terdorong untuk lebih berhati-hati dalam menjalankan usahanya.

- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha. Perlindungan konsumen tidak hanya tentang memberikan hak kepada konsumen, tetapi juga tentang membangun kesadaran moral dan etika bisnis di kalangan pelaku usaha. Pelaku usaha yang sadar akan pentingnya perlindungan konsumen akan selalu menjaga kualitas produk dan memberikan layanan yang baik. Dengan sikap jujur dan bertanggung jawab, pelaku usaha akan lebih memperhatikan kepuasan konsumen, karena mereka menyadari bahwa keberlangsungan bisnis bergantung pada tingkat kepercayaan masyarakat. Dalam jangka panjang, kesadaran ini akan menciptakan iklim usaha yang sehat, di mana praktik curang semakin berkurang dan persaingan menjadi lebih adil.
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen Perlindungan konsumen juga berfungsi sebagai dorongan bagi pelaku usaha untuk terus meningkatkan

kualitas produk atau jasa yang ditawarkan. Dengan adanya aturan hukum yang jelas, pelaku usaha tidak hanya berfokus pada keuntungan semata, tetapi juga memperhatikan aspek keselamatan, kenyamanan, dan kesehatan konsumen. Produk yang berkualitas akan menciptakan kepercayaan, yang pada akhirnya menguntungkan pelaku usaha itu sendiri karena konsumen cenderung setia terhadap merek yang dipercaya. Selain itu, peningkatan kualitas barang/jasa akan mendukung keberlanjutan usaha produksi, karena hanya produk yang memenuhi standar yang dapat bersaing di pasar jangka Panjang.

Jika digabungkan, seluruh tujuan ini menunjukkan bahwa perlindungan konsumen bukan hanya upaya melindungi pihak yang lemah, tetapi juga untuk menciptakan sistem perdagangan yang adil, transparan, dan berkelanjutan. Konsumen yang terlindungi akan lebih percaya untuk melakukan transaksi, sedangkan pelaku usaha yang patuh akan mendapatkan keuntungan berupa reputasi baik dan loyalitas konsumen. Pada akhirnya, perlindungan konsumen memberikan manfaat ganda: melindungi hak konsumen sekaligus mendorong pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas, etika, dan tanggung jawab dalam menjalankan usahanya.

Selain memberikan perlindungan terhadap konsumen, keberadaan Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 juga merupakan perwujudan dari asas keadilan hukum sebagaimana yang diuraikan dalam teori keadilan

hukum aristoteles.. Pasal-pasal yang terdapat dalam Undang- Undang Perlindungan Konsumen memberikan pedoman yang konkret mengenai bagaimana konsumen dapat menuntut haknya ketika dirugikan, serta apa konsekuensi yang akan diterima pelaku usaha apabila melanggar kewajibannya.

Dengan adanya aturan ini, konsumen tidak berada dalam posisi yang lemah atau tidak memiliki pegangan hukum, melainkan memiliki dasar yang kuat untuk memperjuangkan kepentingannya. Penerapan teori kepastian hukum juga terlihat dari adanya Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang dibentuk sebagai lembaga penyelesaian sengketa di luar pengadilan. Lembaga ini menjadi sarana yang lebih mudah diakses oleh masyarakat untuk menyelesaikan sengketa secara cepat, sederhana, dan biaya ringan. Hal ini memberikan kejelasan jalur hukum yang dapat ditempuh konsumen, sehingga mereka tidak kebingungan ketika menghadapi masalah dengan pelaku usaha.

Dengan aturan yang tegas, pelaku usaha mengetahui konsekuensi hukum apabila mereka melanggar kewajiban, seperti kewajiban memberi kompensasi atau ganti rugi. Hal ini menciptakan iklim usaha yang lebih sehat karena adanya prediktabilitas hukum, di mana pelaku usaha dapat memperkirakan akibat dari setiap tindakannya berdasarkan aturan yang berlaku. Ketidakpastian ini dapat menimbulkan praktik usaha yang sewenang-wenang, di mana pelaku usaha hanya berorientasi pada keuntungan tanpa memperhatikan hak konsumen. Oleh karena itu, hukum

perlindungan konsumen menjadi instrumen penting untuk menjaga keseimbangan kepentingan, memberikan kepastian, dan memastikan keadilan bagi kedua belah pihak. Dengan demikian, Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk melindungi konsumen, tetapi juga sebagai perwujudan nyata dari asas keadilan hukum. Keberadaan aturan yang jelas, tegas, dan dapat diprediksi memberikan fondasi bagi terciptanya keteraturan dalam hubungan hukum, sekaligus meningkatkan kesadaran hukum masyarakat. Hal ini sejalan dengan tujuan hukum yang dikemukakan Radbruch, yakni tercapainya keadilan, kemanfaatan, dan keadilan hukum secara seimbang dalam kehidupan bermasyarakat.

Jika langkah-langkah penyempurnaan sistem ini dapat diterapkan secara konsisten, maka akan terbentuk sebuah ekosistem perdagangan digital yang tidak hanya lebih sehat dan transparan, tetapi juga mampu memberikan keadilan hukum yang kuat bagi seluruh pihak yang terlibat. Dengan adanya sistem yang terintegrasi dan berbasis teknologi, konsumen tidak lagi berada pada posisi lemah karena mereka memiliki sarana yang jelas, mudah diakses, dan efisien untuk memperjuangkan hak-haknya. Jalur pengaduan yang cepat, sederhana, dan transparan akan meningkatkan rasa percaya masyarakat terhadap sistem hukum dan mekanisme perdagangan *online*. Kepercayaan ini pada akhirnya akan menjadi fondasi utama bagi berkembangnya aktivitas transaksi digital di Indonesia. Peningkatan kepercayaan konsumen akan memberikan dampak signifikan terhadap

pertumbuhan ekonomi digital nasional. Dengan semakin banyaknya masyarakat yang merasa aman melakukan transaksi *online*, volume perdagangan elektronik akan meningkat secara drastis. Hal ini tidak hanya menguntungkan pelaku usaha jujur, tetapi juga akan memperluas pasar, menciptakan lapangan kerja baru, serta mendorong masuknya investasi asing di sektor ekonomi digital. Secara makro, kondisi ini akan memperkuat kontribusi ekonomi digital terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, sekaligus menjadikan Indonesia sebagai salah satu pusat pertumbuhan ekonomi digital terbesar di kawasan Asia Tenggara.

Selain itu, penerapan mekanisme *escrow* (rekening bersama) akan memberikan insentif positif bagi pelaku usaha untuk menjaga kualitas produk dan kejujuran dalam bertransaksi. Dengan adanya sistem ini, pembayaran hanya akan diteruskan kepada penjual setelah konsumen memastikan bahwa barang atau jasa yang diterima sesuai dengan kesepakatan. Hal ini menciptakan persaingan usaha yang lebih sehat karena hanya pelaku usaha yang patuh pada aturan dan memberikan layanan terbaik yang akan bertahan. Dalam jangka panjang, kondisi ini akan mendorong pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas, inovasi, dan profesionalisme, yang secara keseluruhan akan memperkuat daya saing industri nasional. Penguatan peran dan kapasitas Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) juga memiliki dampak strategis yang besar. Dengan sistem yang lebih efisien, digitalisasi proses, serta peningkatan kewenangan, BPSK dapat menangani lebih banyak kasus dengan lebih cepat dan biaya yang

terjangkau. Hal ini akan membantu mengurangi beban pengadilan, yang selama ini sering kali kewalahan menangani banyak perkara, terutama sengketa dengan nilai kerugian kecil hingga menengah. Konsumen dengan kerugian yang tidak terlalu besar pun akan terdorong untuk memperjuangkan haknya karena prosesnya lebih sederhana dan tidak memakan biaya besar.

Dari perspektif pemerintah, sistem ini juga memberikan manfaat dalam bentuk peningkatan kepatuhan pelaku usaha terhadap regulasi dan pajak. Dengan transaksi yang lebih aman dan terekam secara digital, pemerintah dapat memantau aktivitas perdagangan dengan lebih baik, mengurangi praktik ilegal, serta meningkatkan penerimaan pajak negara. Transparansi dalam perdagangan *online* juga akan menciptakan iklim usaha yang lebih menarik bagi investor domestik maupun asing, karena risiko bisnis menjadi lebih terkendali dan keadilan hukum lebih terjamin. Lebih jauh lagi, langkah-langkah ini bukan hanya bertujuan untuk melindungi konsumen dari kerugian finansial, tetapi juga merupakan bagian dari reformasi hukum dan tata kelola perdagangan digital di Indonesia. Dengan adanya sistem yang lebih adil dan transparan, hubungan antara pelaku usaha dan konsumen akan lebih seimbang, tidak lagi berat sebelah, dan menciptakan kesadaran bersama bahwa bisnis yang berkelanjutan hanya bisa berjalan dengan integritas, kepatuhan hukum, dan kepercayaan.

Teori perlindungan hukum philipus m. Hadjon dalam konteks perlindungan konsumen *e-commerce* dalam menghadapi kasus penipuan yang dialami konsumen dalam transaksi *e-commerce*, teori perlindungan

hukum ini dapat dijadikan landasan teoritis untuk menganalisis bentuk perlindungan yang diberikan oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Menurut Hadjon, perlindungan hukum memiliki dua pendekatan utama, yaitu preventif dan represif, yang keduanya hadir secara komplementer dalam regulasi perlindungan konsumen di Indonesia.

Perlindungan hukum preventif merupakan serangkaian upaya yang dirancang untuk mencegah terjadinya pelanggaran atau kerugian sebelum itu terjadi. Dalam konteks *e-commerce*, UUPK mengimplementasikan perlindungan preventif melalui kewajiban yang dibebankan kepada pelaku usaha. Pasal-pasal dalam UUPK, seperti Pasal 7 dan Pasal 9, secara eksplisit mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang atau jasa. Kewajiban ini bertujuan agar konsumen dapat membuat keputusan yang tepat dan terhindar dari informasi yang menyesatkan. Dengan adanya regulasi ini, konsumen secara teoretis sudah dilindungi dari praktik penipuan sejak awal transaksi. Pemerintah, melalui lembaga-lembaga terkait, juga berperan aktif dalam sosialisasi hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha, yang merupakan bagian dari strategi perlindungan preventif.

Di sisi lain, perlindungan hukum represif adalah mekanisme yang berjalan setelah terjadinya pelanggaran atau kerugian. Ini merupakan bentuk respons hukum ketika hak-hak konsumen sudah dilanggar. Ketika seorang konsumen menjadi korban penipuan dalam transaksi *e-commerce*, UUPK

menyediakan jalur-jalur penyelesaian sengketa. Konsumen dapat mengajukan gugatan perdata untuk menuntut ganti rugi, melaporkan pelaku usaha ke kepolisian untuk sanksi pidana, atau menggunakan jalur alternatif melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Proses-proses ini merupakan manifestasi dari perlindungan represif yang memastikan bahwa ada konsekuensi hukum bagi pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Tujuan dari perlindungan represif ini bukan hanya untuk memulihkan hak konsumen yang dirugikan, tetapi juga untuk memberikan efek jera kepada pelaku usaha lain agar tidak melakukan pelanggaran serupa.

Oleh karena itu, jika digabungkan, UUPK memberikan kerangka perlindungan hukum yang komprehensif bagi konsumen *e-commerce* dengan memadukan kedua pendekatan tersebut. Perlindungan preventif bertugas membentengi konsumen sejak awal transaksi, sementara perlindungan represif menjadi "tameng" hukum yang bisa digunakan ketika benteng tersebut berhasil ditembus oleh praktik penipuan. Keduanya saling melengkapi untuk menciptakan ekosistem *e-commerce* yang lebih aman dan adil bagi semua pihak.<sup>32</sup>

## **B. Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam menjamin keadilan hukum bagi konsumen yang menjadi korban penipuan transaksi *e-commerce***

Di era digital modern, perkembangan teknologi informasi dan

---

<sup>32</sup> Philipus M. Hadjon, "Tinjauan Filosofis tentang Perlindungan Hukum bagi Konsumen di Era Digital," *Jurnal Hukum Jentera*, Vol. 25, No. 1 (2020), hal. 45.

komunikasi telah memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap hampir seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk dalam hal kegiatan ekonomi dan pola transaksi jual- beli barang maupun jasa. Proses transaksi yang dahulu bersifat langsung atau konvensional, di mana penjual dan pembeli bertemu secara fisik dan melakukan transaksi secara nyata, kini telah bertransformasi menjadi sistem transaksi daring atau elektronik yang lebih dikenal dengan istilah *e-commerce (electronic commerce)*. *E-commerce* adalah suatu bentuk aktivitas perdagangan yang memanfaatkan jaringan internet sebagai media utama untuk melakukan transaksi antara pelaku usaha dan konsumen, tanpa harus melakukan tatap muka secara langsung.

Transformasi digital ini tentunya membawa sejumlah dampak positif yang besar. Salah satunya adalah kemudahan akses pasar, baik bagi pelaku usaha yang ingin memasarkan produknya, maupun bagi konsumen yang ingin membeli barang tanpa terikat oleh batasan geografis dan waktu. Konsumen dapat melakukan transaksi dari rumah, kantor, atau bahkan dalam perjalanan, hanya dengan menggunakan perangkat elektronik seperti telepon pintar, tablet, atau komputer. Selain itu, harga produk di *e-commerce* cenderung lebih kompetitif karena pelaku usaha tidak dibebani biaya operasional toko fisik.

Namun, di balik kemudahan tersebut, terdapat tantangan serius yang tidak dapat diabaikan, yaitu meningkatnya risiko kerugian yang dialami oleh konsumen akibat maraknya praktik penipuan dalam transaksi *e-commerce*.

Bentuk-bentuk penipuan ini sangat beragam dan semakin kompleks. Misalnya, barang yang telah dibayar tidak kunjung dikirimkan, produk yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi atau gambar yang ditampilkan di laman penjualan, pelaku usaha yang ternyata tidak dapat dihubungi karena menggunakan identitas palsu, hingga penyalahgunaan data pribadi konsumen yang diberikan saat proses pemesanan. Hal ini diperparah oleh fakta bahwa transaksi digital sering kali bersifat anonim dan lintas wilayah, yang membuat pelacakan dan penegakan hukum menjadi sulit dilakukan.

Kasus-kasus seperti ini bukanlah hal baru dan telah banyak terjadi di berbagai platform marketplace yang beroperasi di Indonesia, seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan lainnya. Berdasarkan data yang dihimpun dari Kementerian Komunikasi dan Informatika serta Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), aduan masyarakat terkait penipuan *online* terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kemajuan teknologi dalam perdagangan dan mekanisme perlindungan hukum yang tersedia bagi konsumen.

Dalam konteks tersebut, perlindungan hukum terhadap konsumen menjadi aspek yang sangat krusial, tidak hanya untuk memberikan rasa aman kepada masyarakat dalam melakukan transaksi digital, tetapi juga untuk mendorong terciptanya ekosistem ekonomi digital yang sehat, adil, dan berkelanjutan. Tanpa adanya perlindungan hukum yang efektif, masyarakat akan kehilangan kepercayaan terhadap sistem *e-commerce*, dan

pada gilirannya dapat menghambat pertumbuhan ekonomi digital nasional.

Sebagai bentuk komitmen negara dalam memberikan perlindungan kepada konsumen, telah ditetapkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang secara garis besar mengatur hak dan kewajiban konsumen maupun pelaku usaha, serta menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa konsumen. Undang-undang ini lahir sebagai upaya untuk menciptakan keadilan hukum, dan keseimbangan antara kedua belah pihak yang terlibat dalam transaksi. Pasal-pasal dalam UU ini memberikan jaminan bahwa konsumen memiliki hak atas kenyamanan, keamanan, keselamatan, informasi yang benar dan jujur, serta hak untuk didengar pendapat dan keluhannya. Sebaliknya, pelaku usaha juga diwajibkan untuk beritikad baik dalam menjalankan usahanya, termasuk memberikan informasi yang benar dan tidak menyesatkan serta bertanggung jawab atas barang/jasa yang dipasarkan.

Namun, yang menjadi persoalan utama adalah bahwa dalam praktiknya, efektivitas dari penerapan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dalam konteks *e-commerce* masih menghadapi banyak hambatan. Hal ini dikarenakan undang-undang tersebut dibuat pada era sebelum perdagangan elektronik berkembang pesat seperti sekarang. Maka dari itu, banyak aspek teknis dan operasional dari transaksi *online* yang belum secara spesifik diatur dalam UU tersebut. Contohnya adalah tanggung jawab hukum platform digital (sebagai pihak ketiga dalam transaksi), perlindungan data pribadi konsumen, hingga mekanisme ganti rugi yang cepat dan efisien

dalam kasus sengketa.

Dalam konteks hukum, Menurut Aristoteles, keadilan hukum (*legal justice*) adalah bentuk keadilan yang terkait dengan kepatuhan terhadap hukum yang berlaku dalam suatu masyarakat. Dalam *Nicomachean Ethics* Buku V, Aristoteles menjelaskan bahwa keadilan memiliki dua dimensi, yaitu keadilan universal dan keadilan partikular. Keadilan hukum masuk dalam kategori keadilan universal karena mencakup keseluruhan keutamaan moral yang diwujudkan dalam kepatuhan terhadap aturan bersama demi kebaikan bersama (*common good*). Dengan kata lain, seseorang dikatakan adil secara hukum apabila ia menaati hukum yang dirancang untuk menciptakan keteraturan, keseimbangan, dan kesejahteraan publik. Namun, Aristoteles juga menekankan bahwa hukum yang baik haruslah berlandaskan pada keutamaan moral, sebab hukum yang tidak adil pada hakikatnya bukanlah hukum yang benar. Oleh karena itu, keadilan hukum menurut Aristoteles bukan hanya berarti patuh pada aturan tertulis, tetapi juga memerlukan keberadaan hukum yang selaras dengan nilai-nilai moral dan tujuan akhir negara, yaitu mencapai kehidupan yang baik dan bahagia (*eudaimonia*). Dalam praktiknya, Aristoteles memperkenalkan konsep *equity* (*epieikeia*), yaitu prinsip keluwesan yang memungkinkan hakim atau pembuat kebijakan untuk memperbaiki kekurangan hukum yang bersifat terlalu umum atau kaku, sehingga hukum dapat diterapkan secara adil pada kasus-kasus konkret. Dengan demikian, keadilan hukum dalam pandangan Aristoteles adalah keselarasan antara kepatuhan terhadap hukum yang

berlaku dan pemenuhan keutamaan moral yang menjadi dasar hukum tersebut, sehingga hukum benar-benar berfungsi sebagai sarana mencapai keadilan bagi semua pihak.

Oleh sebab itu, perlu dilakukan evaluasi menyeluruh terhadap efektivitas penerapan UU No. 8 Tahun 1999, terutama dalam menjawab tantangan hukum dalam transaksi *e-commerce* modern. Evaluasi ini harus mencakup substansi hukum (apakah isi UU masih relevan), struktur hukum (apakah lembaga pelaksana hukum bekerja optimal), dan budaya hukum (apakah masyarakat, baik konsumen maupun pelaku usaha, sadar dan taat terhadap hukum). Ketiga aspek ini merupakan tolok ukur utama dalam menilai efektivitas hukum secara holistik.

Efektivitas hukum merupakan salah satu konsep penting dalam kajian ilmu hukum yang mengacu pada tingkat keberhasilan suatu norma hukum dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh pembentuk hukum tersebut. Dalam artian sederhana, efektivitas hukum tidak hanya dilihat dari keberadaan peraturan hukum secara tertulis (*written law*), tetapi juga dari sejauh mana norma hukum tersebut dapat diterapkan dan ditaati dalam kehidupan nyata, serta mampu menyelesaikan permasalahan hukum yang timbul di masyarakat.

Tujuan utama dari hukum adalah menciptakan keteraturan, keadilan, dan kepastian bagi masyarakat. Oleh karena itu, hukum yang efektif adalah hukum yang mampu menjaga ketertiban sosial, memberikan perlindungan bagi pihak yang lemah, dan memberikan sanksi atau konsekuensi terhadap

pelanggaran hukum secara adil dan tegas. Dengan demikian, efektivitas hukum berkaitan langsung dengan fungsi sosial dari hukum itu sendiri, yaitu sebagai sarana rekayasa sosial (*social engineering*) untuk membentuk pola perilaku masyarakat yang sesuai dengan nilai-nilai yang dikehendaki oleh hukum.

Dalam konteks perlindungan konsumen, khususnya berdasarkan Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, efektivitas hukum mengacu pada sejauh mana undang-undang ini benar-benar dapat memberikan jaminan atas hak-hak konsumen, serta mampu mengatur dan mengendalikan perilaku pelaku usaha agar tidak merugikan konsumen. Dengan kata lain, efektivitas UU ini dilihat dari kemampuannya dalam:

1. Mencegah terjadinya kerugian terhadap konsumen melalui norma dan kewajiban hukum.
2. Menindak pelaku usaha yang melanggar hukum secara tegas dan terukur.
3. Memulihkan hak-hak konsumen yang telah dirugikan, baik secara materiil maupun immateriil.

Namun demikian, keberhasilan suatu peraturan hukum dalam mencapai tujuannya sangat ditentukan oleh tiga komponen utama, yaitu substansi hukum, struktur hukum, dan budaya hukum. Ketiganya harus berjalan secara sinergis agar hukum tidak hanya hidup dalam teks, melainkan juga dalam praktik sosial.

Substansi hukum merupakan salah satu pilar utama dari sistem hukum yang efektif. Substansi hukum merujuk pada isi atau materi muatan peraturan perundang-undangan, yang meliputi norma-norma, prinsip-prinsip, dan ketentuan yang dirumuskan oleh pembentuk undang-undang untuk mengatur perilaku masyarakat. Substansi hukum mencerminkan kebijakan hukum negara dalam merespons kebutuhan masyarakat dan menyelesaikan permasalahan sosial secara normatif.

Dalam konteks perlindungan konsumen, substansi hukum seharusnya memuat ketentuan-ketentuan yang menjamin kepastian dan keadilan bagi konsumen sebagai pihak yang relatif lebih lemah dalam hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen. Oleh karena itu, UU No. 8 Tahun 1999 hadir sebagai bentuk regulasi untuk menyeimbangkan kedudukan antara pelaku usaha dan konsumen, dengan mengatur hak dan kewajiban masing-masing pihak serta memberikan mekanisme perlindungan dan penyelesaian apabila terjadi pelanggaran.

- a. Substansi Perlindungan Hak Konsumen dalam UU No. 8 Tahun 1999  
UU Perlindungan Konsumen telah mengatur secara tegas mengenai hak-hak dasar konsumen yang wajib dihormati dan dilindungi oleh pelaku usaha. Hak-hak ini termuat dalam Pasal 4 UU No. 8 Tahun 1999, antara lain:
  - 1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Konsumen berhak untuk menggunakan produk tanpa harus merasa terancam atau

khawatir terhadap keselamatan jiwanya maupun properti yang dimilikinya. Hal ini termasuk perlindungan terhadap barang cacat, jasa yang merugikan, atau produk yang mengandung bahan berbahaya.

- 2) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Konsumen tidak boleh disesatkan dengan iklan atau informasi yang menipu. Informasi yang disampaikan harus transparan dan dapat dipahami, agar konsumen dapat membuat keputusan yang rasional sebelum melakukan transaksi.
- 3) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan. Konsumen memiliki hak untuk menyampaikan keluhan dan mendapatkan respons yang proporsional. Pelaku usaha berkewajiban menyediakan layanan pengaduan konsumen dan menanganinya secara profesional.
- 4) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen. Negara dan lembaga terkait berkewajiban untuk memberdayakan konsumen agar mereka sadar hukum, mengetahui hak-haknya, serta mampu bertindak secara bijak dalam melakukan transaksi.
- 5) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Konsumen berhak menentukan pilihan atas produk dan tidak boleh dipaksa

untuk membeli suatu barang atau jasa dalam kondisi tertentu yang merugikan.

- 6) Hak untuk mendapat kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian Jika konsumen mengalami kerugian akibat pelanggaran oleh pelaku usaha, maka ia berhak untuk memperoleh kompensasi dalam bentuk materiil atau jasa pengganti, sesuai dengan kerugian yang diderita.

Kelemahan Substansi Hukum dalam Menghadapi Perdagangan Digital Walaupun UU No. 8 Tahun 1999 telah menyediakan kerangka perlindungan konsumen secara umum, namun substansi hukumnya belum sepenuhnya disesuaikan dengan dinamika transaksi digital atau *e-commerce* yang semakin kompleks dan berkembang pesat. Beberapa kelemahan utama dari sisi substansi hukum antara lain:

- a) Ketentuan dalam UU masih bersifat umum dan tidak secara eksplisit menyebut *e-commerce* atau transaksi elektronik. UU ini disusun sebelum era perdagangan digital berkembang. Akibatnya, banyak aspek spesifik dari *e-commerce*, seperti penipuan *online*, verifikasi identitas pelaku usaha, atau transaksi lintas platform, tidak secara langsung terakomodasi.
- b) Tidak adanya pengaturan tegas mengenai tanggung jawab platform *marketplace*. Dalam praktik *e-commerce*, banyak

konsumen yang melakukan transaksi melalui pihak ketiga (platform *marketplace*), bukan langsung dengan pelaku usaha. Namun, UU No. 8 Tahun 1999 tidak mengatur secara eksplisit peran dan tanggung jawab hukum platform sebagai fasilitator transaksi.

- c) Ketentuan mengenai informasi dan iklan belum menyentuh teknologi digital. Misalnya, belum ada ketentuan mengenai perlindungan dari algoritma yang memanipulasi konsumen, penyebaran informasi yang menyesatkan melalui media sosial, atau kewajiban platform untuk menampilkan peringkat dan ulasan konsumen secara objektif.
- d) Belum mengatur mengenai perlindungan data pribadi konsumen. Dalam transaksi *online*, data pribadi seperti nama, alamat, nomor rekening, dan informasi keuangan menjadi komoditas yang sangat rawan disalahgunakan. Namun, UU No. 8 Tahun 1999 belum mengatur secara khusus mengenai perlindungan data konsumen.
- e) Sinkronisasi dan Keterbatasan dengan Regulasi Tambahan. Untuk menyesuaikan dengan perkembangan digital, pemerintah telah menerbitkan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). PP ini memuat ketentuan lebih teknis mengenai kewajiban pelaku usaha dalam transaksi

elektronik, hak konsumen, serta tanggung jawab penyelenggara sistem elektronik.

Namun demikian, sinkronisasi antara PP No. 80 Tahun 2019 dengan UU No. 8 Tahun 1999 belum optimal. Beberapa permasalahan yang muncul dalam praktik adalah:

- (1) PP No. 80 Tahun 2019 tidak dapat menggantikan atau menambal seluruh kekosongan hukum dalam UU Perlindungan Konsumen karena hierarki perundang-undangan berbeda.
- (2) Implementasi peraturan tersebut belum sepenuhnya diterapkan oleh pelaku usaha, terutama oleh platform luar negeri yang belum terdaftar atau terverifikasi di Indonesia.
- (3) Belum ada sanksi administratif atau pidana yang cukup kuat untuk memaksa pelaku usaha digital tunduk pada aturan perlindungan konsumen.

Akibatnya, substansi hukum perlindungan konsumen dalam ranah *e-commerce* masih cenderung lemah dan tidak cukup memberikan keadilan hukum bagi konsumen. Banyak celah hukum yang dimanfaatkan oleh pelaku usaha tidak bertanggung jawab untuk menghindari tanggung jawab atau menipu konsumen.

Urgensi Revisi dan Pembaruan Substansi Hukum Melihat

perkembangan ekonomi digital yang sangat pesat, pembaruan substansi hukum dalam UU Perlindungan Konsumen menjadi suatu kebutuhan mendesak. Pembaruan tersebut idealnya mencakup:

- a) Penambahan bab atau ketentuan khusus tentang perlindungan konsumen digital;
- b) Penegasan mengenai tanggung jawab hukum platform marketplace sebagai pihak perantara;
- c) Penguatan aturan mengenai transparansi informasi digital, termasuk ulasan konsumen, peringkat produk, dan verifikasi penjual;
- d) Integrasi dengan perlindungan data pribadi konsumen sebagai bentuk jaminan keamanan digital;
- e) Pengaturan mengenai sistem penyelesaian sengketa digital secara cepat dan efisien (*Online Dispute Resolution/ODR*).

Di tengah pesatnya perkembangan transaksi perdagangan elektronik atau *e-commerce*, masih banyak konsumen yang menghadapi persoalan klasik berupa ketidaksesuaian antara barang yang dipesan dan barang yang diterima. Sebagai contoh yang sederhana namun sering terjadi, seorang konsumen melakukan pembelian pakaian melalui platform marketplace daring dengan ketentuan bahwa pakaian tersebut memiliki ukuran tertentu, warna sesuai yang tertera di katalog digital, serta bahan dan kualitas

sebagaimana dijanjikan dalam deskripsi produk. Namun, setelah barang diterima, konsumen mendapati bahwa ukuran tidak sesuai, warna berbeda dari foto produk, bahkan bahan yang digunakan tidak sesuai dengan informasi yang diberikan dan ditemukan adanya cacat pada produk tersebut. Ketika konsumen berupaya menghubungi penjual untuk mengajukan keluhan atau permohonan pengembalian barang, penjual tidak memberikan tanggapan atau bahkan menghilang dari platform, sehingga konsumen tidak memperoleh penyelesaian yang adil.

Kasus tersebut mencerminkan lemahnya posisi tawar konsumen dalam transaksi elektronik, khususnya dalam hubungan kontraktual tanpa tatap muka yang sangat mengandalkan kepercayaan dan kejelasan informasi. Secara yuridis, pelaku usaha telah melanggar ketentuan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi secara benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Pelaku usaha juga berkewajiban untuk memberikan kompensasi atau ganti rugi apabila produk yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau mengandung cacat tersembunyi. Sementara dari sisi konsumen, kasus ini menunjukkan rendahnya literasi hukum, di mana banyak konsumen yang tidak mengetahui hak-haknya atau mekanisme penyelesaian sengketa yang dapat ditempuh, seperti mengajukan gugatan perdata atas dasar wanprestasi atau melapor ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Contoh kasus nyata yang relevan untuk skripsi ini dapat diambil dari kasus penipuan konsumen dalam transaksi perdagangan *online*, yang sering kali terjadi di Indonesia seiring meningkatnya penggunaan *e-commerce*. Misalnya, seorang konsumen bernama A membeli sebuah ponsel pintar dari toko *online* yang diiklankan melalui media sosial. Dalam iklan tersebut, pelaku usaha mencantumkan foto produk yang meyakinkan, spesifikasi lengkap, serta testimoni palsu untuk menarik minat pembeli. Konsumen A yang tertarik kemudian melakukan pemesanan dan melakukan pembayaran penuh sesuai harga yang ditawarkan. Namun setelah pembayaran dilakukan, barang yang diterima jauh berbeda dengan yang dijanjikan, atau dalam banyak kasus, barang bahkan tidak dikirim sama sekali.

Kasus semacam ini sering kali menyebabkan kerugian finansial yang signifikan bagi konsumen, sekaligus menimbulkan rasa kecewa, kehilangan kepercayaan, dan trauma dalam melakukan transaksi secara *online*. Selain merugikan korban secara pribadi, praktik penipuan seperti ini juga berdampak buruk terhadap iklim usaha secara keseluruhan, karena menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap transaksi digital.

Dalam perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, kasus ini jelas merupakan pelanggaran terhadap hak-hak konsumen. Konsumen memiliki hak untuk memperoleh barang dan/atau jasa sesuai dengan kesepakatan yang dijanjikan, hak atas informasi yang benar dan jujur mengenai barang atau jasa, serta hak untuk mendapatkan kompensasi atau ganti rugi apabila barang yang diterima tidak

sesuai dengan perjanjian (Pasal 4 huruf b, c, dan h). Dalam kasus ini, pelaku usaha telah melanggar kewajiban sebagaimana diatur dalam Pasal 7, khususnya kewajiban untuk memberikan informasi yang benar, menjamin mutu barang sesuai standar yang berlaku, dan memberikan kompensasi atas kerugian yang diderita konsumen.

Kasus tersebut juga menunjukkan lemahnya posisi konsumen ketika berhadapan dengan pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Tanpa adanya perlindungan hukum yang jelas dan mekanisme penegakan hukum yang efektif, konsumen berada dalam posisi yang dirugikan dan sulit untuk memperjuangkan hak-haknya. Oleh karena itu, keberadaan Undang-Undang Perlindungan Konsumen menjadi sangat penting untuk memberikan keadilan hukum, yang mencakup kejelasan hak dan kewajiban, mekanisme penyelesaian sengketa, serta pemberian sanksi bagi pelaku usaha yang melanggar.

Dengan demikian, contoh kasus ini dapat menjadi ilustrasi konkret mengenai peran penting Undang-Undang Perlindungan Konsumen sebagai sarana untuk mewujudkan keadilan hukum, dan kemanfaatan. Hukum tidak hanya berfungsi represif (menindak pelanggaran), tetapi juga preventif (mencegah terjadinya pelanggaran), serta edukatif (memberdayakan konsumen agar memahami hak-haknya). Melalui penegakan hukum yang konsisten, masyarakat akan semakin percaya terhadap sistem perdagangan yang ada, dan pelaku usaha yang bertanggung jawab akan mendapatkan keuntungan berupa loyalitas konsumen serta keberlangsungan usaha yang

lebih baik. Kasus ini secara tidak langsung juga menunjukkan bahwa ketidakpastian hukum dapat berdampak luas terhadap perekonomian. Jika konsumen merasa tidak terlindungi, mereka akan enggan melakukan transaksi, terutama di sektor digital yang memerlukan tingkat kepercayaan tinggi. Oleh karena itu, keberadaan undang-undang dan penerapannya secara efektif menjadi elemen penting untuk menciptakan stabilitas, keadilan, serta keseimbangan dalam hubungan antara konsumen dan pelaku usaha.

Secara hukum, pelaku usaha yang melakukan penipuan atau memberikan informasi yang tidak benar kepada konsumen jelas telah melanggar ketentuan yang diatur dalam Pasal 7 huruf b dan huruf d Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Pelanggaran ini terjadi karena pelaku usaha tidak memenuhi kewajibannya untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan, serta tidak menjamin mutu barang dan/atau jasa yang dijual sesuai dengan standar mutu yang berlaku. Perbuatan ini termasuk dalam kategori wanprestasi maupun perbuatan melawan hukum, karena selain menimbulkan kerugian bagi konsumen, juga melanggar hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 huruf h UUPK, yang menegaskan bahwa konsumen berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Dalam konteks kasus ini, Dalam konteks skripsi yang membahas perlindungan konsumen pada transaksi *e-commerce*, peran keadilan hukum menurut Aristoteles memiliki arti yang sangat mendasar dalam membangun sistem hukum yang adil dan efektif. Aristoteles memandang keadilan sebagai salah satu keutamaan moral tertinggi yang berhubungan erat dengan kehidupan sosial manusia. Hukum, menurutnya, bukan hanya kumpulan aturan tertulis, tetapi merupakan instrumen untuk mencapai keseimbangan, keteraturan, dan kebaikan bersama. Oleh karena itu, keadilan hukum harus menjadi sarana untuk mewujudkan relasi yang setara antara para pihak yang terlibat dalam transaksi, dalam hal ini antara konsumen dan pelaku usaha. Dalam praktik *e-commerce*, hubungan ini sering kali tidak seimbang karena konsumen berada pada posisi yang lebih lemah akibat keterbatasan informasi, lemahnya posisi tawar, serta potensi terjadinya penipuan atau wanprestasi dari pelaku usaha.

Dengan merujuk pada pandangan Aristoteles, keadilan hukum berfungsi sebagai prinsip yang memastikan bahwa hukum yang berlaku mampu melindungi hak-hak individu sekaligus mengatur kewajiban pihak lain secara proporsional. Konsep ini tercermin dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang memberikan landasan hukum bagi konsumen untuk memperoleh hak-hak mendasar, seperti hak atas keamanan, keselamatan, informasi yang benar, dan kompensasi jika terjadi kerugian. Aristoteles menekankan pentingnya keselarasan antara hukum positif dengan nilai moral universal agar hukum tidak sekadar

menjadi aturan kaku, melainkan dapat digunakan untuk mencapai keadilan yang sesungguhnya. Hal ini tampak relevan dalam konteks *e-commerce*, di mana dinamika teknologi seringkali melampaui regulasi yang ada. Oleh karena itu, penerapan konsep *equity* (*epieikeia*) yang diperkenalkan Aristoteles yakni fleksibilitas hukum untuk menyesuaikan aturan umum dengan kondisi khusus dapat menjadi dasar bagi hakim, pembuat kebijakan, maupun lembaga penyelesaian sengketa untuk memberikan putusan yang benar-benar adil sesuai keadaan konkret.

Peran keadilan hukum dalam konteks ini juga meliputi perlunya keaktifan para aktor hukum, seperti lembaga legislatif, yudikatif, dan eksekutif, untuk memastikan hukum selalu relevan dan dapat memberikan perlindungan yang nyata. Aristoteles memandang bahwa keadilan tidak bisa terwujud tanpa adanya partisipasi aktif manusia sebagai subjek moral. Dalam kasus perlindungan konsumen, ini berarti negara perlu menghadirkan mekanisme hukum yang jelas, efektif, dan mudah diakses, seperti keberadaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang memfasilitasi penyelesaian sengketa secara cepat, sederhana, dan biaya ringan. Dengan adanya sistem seperti ini, konsumen yang dirugikan tidak lagi berada pada posisi yang pasif, tetapi memiliki dasar hukum yang kuat untuk memperjuangkan haknya.

Lebih jauh lagi, keadilan hukum menurut Aristoteles tidak hanya memberikan perlindungan bagi pihak yang lemah, tetapi juga menciptakan tatanan masyarakat yang sehat dan harmonis. Dengan diterapkannya hukum

yang adil, pelaku usaha akan terdorong untuk bertindak jujur, transparan, dan bertanggung jawab. Hal ini sejalan dengan tujuan hukum yang tidak hanya mengatur perilaku, tetapi juga membentuk moralitas dan etika para pihak dalam kegiatan ekonomi. Dalam jangka panjang, keadilan hukum akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sistem perdagangan digital, mendorong iklim usaha yang sehat, dan menciptakan keseimbangan antara kepentingan konsumen dan pelaku usaha. Dengan demikian, penerapan keadilan hukum sebagaimana dikemukakan oleh Aristoteles menjadi sangat relevan untuk mewujudkan perlindungan konsumen yang efektif, responsif terhadap perkembangan teknologi, serta mampu menjamin bahwa hukum tidak hanya menjadi norma tertulis, tetapi benar-benar menjadi sarana untuk mencapai kebaikan bersama dan kesejahteraan sosial.

Dari aspek sosial, kasus penipuan yang dilakukan oleh pelaku usaha terhadap konsumen tidak hanya memberikan dampak langsung kepada korban secara individu, tetapi juga membawa implikasi yang jauh lebih luas bagi masyarakat secara keseluruhan. Dampak pertama yang paling nyata adalah hilangnya rasa percaya masyarakat terhadap sistem perdagangan *online*. Kepercayaan merupakan fondasi utama dalam setiap transaksi, terutama pada perdagangan digital yang mengandalkan interaksi jarak jauh tanpa pertemuan fisik antara penjual dan pembeli. Apabila praktik penipuan dibiarkan dan tidak ditindak tegas, akan muncul efek domino berupa meningkatnya rasa khawatir, keraguan, dan ketakutan dari konsumen untuk melakukan transaksi secara digital. Dampak lebih lanjut dari kondisi ini

adalah terhambatnya perkembangan ekonomi digital di Indonesia, padahal sektor ini merupakan salah satu pilar penting dalam pertumbuhan perekonomian nasional di era modern. Perdagangan *online* yang seharusnya mampu meningkatkan inklusi ekonomi dan mempermudah masyarakat dalam bertransaksi akan kehilangan potensinya karena rendahnya kepercayaan publik. Jika konsumen merasa tidak terlindungi, maka mereka akan kembali memilih sistem perdagangan konvensional yang dianggap lebih aman, sehingga inovasi dan transformasi digital menjadi sulit berkembang.

Selain itu, kasus ini juga menunjukkan adanya ketimpangan pengetahuan dan kesadaran hukum antara pelaku usaha dan konsumen. Masih banyak konsumen di Indonesia yang tidak memahami hak-haknya secara utuh, seperti hak atas informasi yang benar, hak mendapatkan barang sesuai perjanjian, dan hak memperoleh kompensasi atau ganti rugi apabila mengalami kerugian. Rendahnya kesadaran hukum masyarakat menyebabkan banyak kasus penipuan tidak dilaporkan kepada pihak yang berwenang, baik melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) maupun jalur pengadilan. Kondisi ini membuat pelaku usaha nakal merasa bebas untuk melakukan kecurangan tanpa rasa takut terhadap sanksi hukum, sehingga menciptakan lingkaran setan praktik curang yang terus berulang. Secara sosial, keadaan ini juga berdampak pada kesenjangan sosial-ekonomi, di mana konsumen yang memiliki tingkat pendidikan atau pemahaman hukum rendah menjadi kelompok yang paling rentan dirugikan.

Akibatnya, terjadi ketidakadilan sosial karena kelompok masyarakat tertentu lebih mudah menjadi korban penipuan dan memiliki akses terbatas untuk memperjuangkan hak-haknya.

Dalam jangka panjang, jika kondisi ini tidak segera diperbaiki, maka dapat timbul krisis kepercayaan publik terhadap sistem perdagangan digital dan terhadap institusi penegak hukum. Masyarakat akan menganggap hukum tidak memiliki fungsi melindungi mereka, sehingga potensi untuk melakukan tindakan main hakim sendiri atau penyelesaian di luar hukum menjadi lebih besar. Hal ini tentu berbahaya bagi tatanan sosial karena dapat menurunkan kepatuhan masyarakat terhadap hukum secara keseluruhan. Dengan demikian, penyelesaian kasus penipuan konsumen tidak hanya penting dari aspek hukum, tetapi juga sangat penting dari aspek sosial. Upaya perlindungan konsumen harus dibarengi dengan peningkatan literasi hukum, edukasi tentang hak-hak konsumen, dan penegakan hukum yang tegas agar masyarakat memperoleh rasa aman dan percaya terhadap sistem perdagangan yang ada. Keberhasilan melindungi konsumen akan berkontribusi pada terbentuknya lingkungan sosial yang lebih adil, inklusif, dan berkeadilan, di mana hubungan antara pelaku usaha dan konsumen dapat berjalan secara sehat, transparan, dan saling menguntungkan.

Dari perspektif ekonomi, kasus penipuan terhadap konsumen membawa dampak yang sangat merugikan, baik bagi individu korban maupun bagi perekonomian secara makro. Penipuan yang dilakukan oleh pelaku usaha pada dasarnya merupakan bentuk pengalihan kekayaan secara tidak sah, di

mana konsumen yang seharusnya mendapatkan barang atau jasa yang dijanjikan justru kehilangan uangnya tanpa memperoleh manfaat yang dijanjikan. Kerugian ini tidak hanya bersifat finansial, tetapi juga mempengaruhi perilaku konsumen ke depan. Apabila kasus penipuan semacam ini terus terjadi dan tidak ada penegakan hukum yang efektif, kepercayaan masyarakat terhadap sistem perdagangan *online* akan menurun drastis. Menurunnya kepercayaan ini akan membuat konsumen enggan melakukan transaksi digital, sehingga berdampak langsung pada penurunan aktivitas perdagangan elektronik. Hal ini tentu merugikan para pelaku usaha yang jujur, karena mereka akan kehilangan sebagian besar calon konsumen yang takut mengambil risiko mengalami penipuan. Dalam jangka panjang, kondisi ini akan menghambat pertumbuhan ekonomi berbasis digital, padahal sektor ini merupakan salah satu motor penggerak ekonomi nasional yang tengah berkembang pesat di Indonesia.

Lebih jauh lagi, praktik penipuan ini menciptakan distorsi dalam pasar. Pelaku usaha yang curang memperoleh keuntungan yang tidak sah (*illicit gain*) dari hasil penipuan. Keuntungan tersebut dapat digunakan untuk memperluas praktik bisnis ilegal, misalnya dengan membuka lebih banyak akun penipuan baru, meningkatkan aktivitas pemasaran yang menyesatkan, atau bahkan mendanai kegiatan kriminal lainnya. Hal ini menyebabkan pelaku usaha nakal semakin dominan, sementara pelaku usaha jujur yang beroperasi sesuai aturan justru semakin tersisih. Keadaan ini menciptakan persaingan usaha yang tidak sehat. Pelaku usaha jujur harus bersaing dengan

pihak yang memperoleh keuntungan secara ilegal dan tidak menanggung risiko hukum yang berarti. Akibatnya, pelaku usaha yang jujur mengalami kerugian, kesulitan berkembang, dan bahkan dapat gulung tikar karena pasar telah dipenuhi oleh pihak-pihak yang berpraktik curang.

Dalam skala makro, jika fenomena ini dibiarkan, stabilitas ekonomi digital akan terganggu. Sektor perdagangan elektronik yang seharusnya menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi akan kehilangan daya tariknya, sehingga mengurangi kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Selain itu, pemerintah juga akan kehilangan potensi penerimaan pajak dari transaksi digital yang seharusnya dapat memberikan pemasukan negara. Tidak hanya itu, keberadaan praktik penipuan yang tidak ditindak tegas juga memberikan insentif negatif (negative incentive) bagi pelaku usaha lainnya. Ketika pelaku usaha melihat bahwa praktik curang memberikan keuntungan besar tanpa konsekuensi hukum yang berarti, mereka akan terdorong untuk ikut melakukan hal serupa. Hal ini semakin memperburuk kualitas pasar dan merusak etika bisnis secara keseluruhan.

Dengan demikian, dari sisi ekonomi, penegakan hukum yang tegas terhadap pelaku usaha nakal bukan hanya penting untuk melindungi konsumen, tetapi juga penting untuk menjaga iklim usaha yang sehat. Pasar yang sehat akan menciptakan kepercayaan masyarakat, meningkatkan aktivitas transaksi, serta memberikan peluang yang adil bagi pelaku usaha jujur untuk berkembang. Sebaliknya, jika penipuan terus dibiarkan, maka efek jangka panjangnya bukan hanya berupa kerugian bagi konsumen, tetapi

juga berupa hambatan terhadap inovasi, hilangnya potensi investasi di sektor digital, dan menurunnya daya saing ekonomi Indonesia di kancah global.

Solusi penyelesaian yang konkret terhadap kasus penipuan konsumen ini perlu dilakukan dengan pendekatan yang menyeluruh, mencakup langkah-langkah preventif (pencegahan) dan represif (penindakan). Tujuan utama dari langkah-langkah tersebut bukan hanya untuk menyelesaikan kasus yang sudah terjadi, tetapi juga untuk mencegah kasus serupa terulang di masa depan, meningkatkan kesadaran hukum konsumen, dan menciptakan iklim usaha yang lebih sehat, transparan, dan adil.

#### 1. Jalur preventif

Langkah preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya pelanggaran hak-hak konsumen sebelum kerugian terjadi. Ada beberapa langkah penting yang harus dilakukan:

##### a. Edukasi Konsumen

Pemerintah bersama lembaga perlindungan konsumen, seperti Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), perlu menjalankan program peningkatan literasi hukum bagi masyarakat. Edukasi ini mencakup pemahaman mengenai hak-hak konsumen sebagaimana tercantum dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), termasuk hak atas informasi yang benar, hak memperoleh barang/jasa sesuai perjanjian, serta hak untuk mendapatkan kompensasi atau ganti rugi apabila dirugikan. Konsumen juga harus memahami prosedur untuk

mengajukan pengaduan ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau melalui jalur pengadilan.

Selain itu, platform *e-commerce* wajib menyediakan informasi yang jelas dan mudah diakses mengenai prosedur pengembalian barang (refund policy), jaminan perlindungan konsumen, serta kontak layanan pengaduan yang responsif. Dengan informasi yang transparan, konsumen dapat lebih percaya diri dalam melakukan transaksi dan memahami jalur yang harus ditempuh jika terjadi masalah.

b. Pengawasan Ketat terhadap Pelaku Usaha *Online*

Pemerintah perlu memperketat regulasi terkait verifikasi dan sertifikasi pelaku usaha *online* agar tidak semua pihak dapat dengan mudah membuka toko digital tanpa identitas yang jelas. Proses verifikasi identitas pelaku usaha melalui Nomor Induk Berusaha (NIB) atau sistem yang terintegrasi dengan pemerintah akan membantu mengurangi penipuan.

Selain itu, platform *e-commerce* juga wajib mengembangkan sistem rating dan review yang transparan yang diawasi secara ketat untuk mencegah penyebaran testimoni palsu. Dengan sistem yang lebih ketat, konsumen dapat memiliki acuan yang lebih terpercaya sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk.

c. Penegakan Hukum yang Tegas dan Terpadu

Kerja sama lintas sektor diperlukan antara Kementerian Perdagangan, Kementerian Komunikasi dan Digital (Komdigi), serta aparat penegak

hukum. Dengan adanya mekanisme pemblokiran situs atau akun media sosial pelaku usaha nakal secara cepat, masyarakat dapat terlindungi dari potensi penipuan lebih lanjut. Penegakan hukum yang tegas akan memberikan efek jera bagi pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab dan menjadi peringatan bagi pihak lain agar mematuhi aturan.

## 2. Jalur Represif

Langkah represif dilakukan setelah kerugian terjadi, dengan tujuan memberikan keadilan bagi konsumen yang dirugikan serta memberikan efek jera bagi pelaku usaha.

### a. Pengajuan Gugatan melalui BPSK

BPSK adalah lembaga non-litigasi yang dibentuk untuk menyelesaikan sengketa konsumen dengan cara yang cepat, sederhana, dan murah. Konsumen dapat mengajukan pengaduan ke BPSK untuk meminta ganti rugi tanpa harus melalui pengadilan. Proses ini dapat berupa mediasi, konsiliasi, atau arbitrase. Penyelesaian melalui BPSK memberikan alternatif yang lebih mudah diakses oleh konsumen yang memiliki keterbatasan waktu dan biaya.

### b. Pengajuan Gugatan Perdata di Pengadilan

Apabila kerugian yang dialami konsumen cukup besar atau sengketa tidak dapat diselesaikan melalui BPSK, maka konsumen dapat mengajukan gugatan di pengadilan negeri. Gugatan dapat diajukan dengan dasar wanprestasi jika terdapat perjanjian yang dilanggar, atau perbuatan melawan hukum (PMH) apabila pelaku usaha dianggap

melakukan tindakan yang melanggar norma hukum dan merugikan pihak lain. Hasil dari gugatan ini dapat berupa putusan pengembalian uang, pemberian ganti rugi tambahan, hingga perintah penghentian kegiatan usaha pelaku.

c. Penegakan Sanksi Pidana

Dalam kasus yang sifatnya berat dan merugikan banyak pihak, pelaku usaha dapat dijerat dengan Pasal 62 UUPK, yang mengatur sanksi pidana berupa penjara maksimal 5 tahun atau denda maksimal Rp2 miliar. Penegakan sanksi pidana ini sangat penting untuk memberikan efek jera bagi pelaku usaha nakal dan menunjukkan bahwa hukum ditegakkan secara tegas terhadap pelanggaran yang merugikan masyarakat luas.

Kritik terhadap implementasi hukum dalam perlindungan konsumen di Indonesia menunjukkan adanya kesenjangan yang cukup besar antara aturan hukum yang tertulis (*law in books*) dengan pelaksanaan hukum di lapangan (*law in action*). Walaupun Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) telah secara jelas mengatur hak-hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, serta sanksi bagi pelanggar, kenyataannya penegakan hukum terhadap kasus pelanggaran hak konsumen masih sangat lemah dan tidak optimal. Tantangan pertama yang dihadapi adalah rendahnya kesadaran dan pemahaman hukum dari konsumen. Banyak masyarakat yang belum mengetahui secara pasti hak-haknya sebagai konsumen, termasuk hak untuk memperoleh kompensasi, ganti rugi, atau penyelesaian sengketa melalui jalur hukum. Kurangnya

sosialisasi dan edukasi hukum menyebabkan konsumen yang dirugikan lebih sering memilih untuk pasrah daripada memperjuangkan haknya melalui jalur hukum. Akibatnya, banyak kasus penipuan tidak dilaporkan, dan pelaku usaha nakal merasa bebas melakukan praktik curang tanpa takut terkena sanksi hukum.

Tantangan kedua adalah lemahnya respons aparat penegak hukum dalam menangani kasus penipuan konsumen, khususnya yang terjadi melalui transaksi *online*. Proses hukum sering kali berjalan lambat, berbelit-belit, dan memerlukan biaya yang tidak sedikit. Hal ini membuat konsumen enggan untuk menempuh jalur hukum karena merasa prosesnya tidak sebanding dengan kerugian yang dialami. Selain itu, koordinasi antara lembaga terkait, seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), Kementerian Perdagangan, Kementerian Komunikasi dan Digital (Komdigi), serta aparat penegak hukum, sering kali tidak berjalan dengan baik sehingga penyelesaian kasus menjadi tidak efektif. Tantangan ketiga adalah jarang penerapan sanksi secara maksimal terhadap pelaku usaha yang melanggar. Walaupun UUPK mengatur sanksi yang cukup berat, termasuk sanksi pidana berupa penjara hingga 5 tahun atau denda maksimal Rp 2 miliar (Pasal 62), kenyataannya sanksi tersebut jarang dijatuhkan secara tegas. Dalam banyak kasus, pelaku usaha hanya diberikan peringatan atau hukuman yang bersifat administratif ringan. Kurangnya ketegasan ini membuat hukum kehilangan efek jera, sehingga pelaku usaha nakal tidak merasa takut untuk mengulangi perbuatannya.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya gap antara teori dan praktik hukum. Kritik lainnya adalah kurangnya keberpihakan hukum kepada konsumen sebagai pihak yang lebih lemah dalam hubungan transaksi. Dalam banyak kasus, pelaku usaha memiliki sumber daya yang lebih besar, termasuk akses hukum yang lebih baik, sehingga mereka lebih mampu menghindari sanksi atau memperlambat proses hukum. Hal ini menimbulkan ketidakadilan struktural yang merugikan konsumen, khususnya mereka yang berasal dari kelompok ekonomi menengah ke bawah.

Akibat dari lemahnya implementasi hukum ini adalah maraknya praktik penipuan dan pelanggaran hak konsumen yang terus terjadi dari waktu ke waktu. Kondisi ini menciptakan lingkaran setan, di mana konsumen enggan melapor karena merasa proses hukum tidak efektif, sementara pelaku usaha semakin berani melakukan pelanggaran karena tahu bahwa kemungkinan mereka dihukum sangat kecil. Untuk memperbaiki situasi ini, diperlukan penguatan sistem penegakan hukum yang mencakup beberapa hal:

- a. Peningkatan literasi hukum bagi masyarakat agar konsumen mengetahui hak-haknya dan cara memperjuangkannya.
- b. Perbaikan prosedur hukum agar lebih cepat, sederhana, dan murah, sehingga konsumen tidak merasa terbebani.
- c. Penerapan sanksi yang tegas dan konsisten terhadap pelaku usaha yang melanggar, sehingga tercipta efek jera.
- d. Penguatan koordinasi antar-lembaga terkait perlindungan konsumen

agar penanganan kasus lebih efektif.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah mengenai bentuk-bentuk penipuan yang terjadi di situs jual beli *online* yang penulis peroleh dari kasus yang dialami oleh korban. Penulis mengkaji 2 situs jual beli *online* yang berkaitan pada permasalahan, kedua situs tersebut yaitu Shopee (Shopee.co.id) dan Tokopedia (Tokopedia.com).

#### A. Shopee

Shopee adalah platform *e-commerce* terkemuka di Asia Tenggara dan Taiwan yang menawarkan pengalaman belanja *online* yang mudah, cepat, dan aman dengan berbagai pilihan produk dari beragam kategori seperti *fashion*, elektronik, kebutuhan rumah tangga, perlengkapan bayi dan anak, peralatan olahraga, kecantikan, dan lainnya. Shopee berkomitmen untuk memberikan pengalaman berbelanja terbaik kepada pelanggan melalui teknologi yang inovatif, pengiriman cepat, berbagai metode pembayaran, serta dukungan layanan pelanggan yang responsif. Shopee.co.id merupakan bagian dari Shopee *Group* yang beroperasi di beberapa negara di Asia, termasuk Indonesia, Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam, Filipina, dan Taiwan. Penggunaan layanan Shopee terbatas untuk pelanggan sah yang telah mencapai usia dewasa secara hukum dan memiliki kapasitas hukum untuk membuat perjanjian yang mengikat menurut hukum yang berlaku. Shopee berusaha menyajikan informasi produk secara akurat dan terkini, namun tidak memberikan jaminan bahwa deskripsi produk sepenuhnya bebas dari kesalahan. Produk di Shopee dapat dijual langsung oleh pihak

Shopee atau oleh Penjual/Vendor Pihak Ketiga yang telah terdaftar dalam platform. Shopee memfasilitasi interaksi antara pembeli dan penjual dengan menyediakan fitur ulasan, penilaian, dan chat langsung untuk mendukung pengalaman belanja yang transparan. Metode pembayaran di Shopee sangat beragam, termasuk *Transfer Bank*, Kartu Kredit/Debit, *ShopeePay*, COD (*Cash On Delivery*), Cicilan, *Virtual Account*, hingga pembayaran melalui minimarket seperti Alfamart dan Indomaret. Shopee juga menyediakan program Garansi Shopee yang memastikan dana pembeli tetap aman hingga pesanan diterima dengan baik. *Website resmi*: (<https://shopee.co.id>).

#### B. Tokopedia

Tokopedia adalah salah satu marketplace terbesar di Indonesia yang menghubungkan jutaan penjual dan pembeli secara *online*, dan menyediakan pengalaman belanja yang mudah, aman, dan cepat. Tokopedia menawarkan berbagai kategori produk mulai dari kebutuhan sehari-hari, elektronik, *fashion*, perlengkapan rumah tangga, produk digital, hingga layanan keuangan. Tokopedia berkomitmen untuk mendorong pemerataan ekonomi secara digital dengan memungkinkan siapa saja untuk memulai dan mengembangkan bisnis mereka secara *online*. Tokopedia merupakan bagian dari Grup GoTo, hasil kolaborasi strategis antara Tokopedia dan Gojek, yang memperkuat posisinya sebagai ekosistem digital terbesar di Indonesia. Platform ini dapat digunakan oleh individu yang sah secara hukum, telah berusia dewasa, dan memiliki kapasitas hukum untuk melakukan transaksi serta terikat dalam perjanjian sesuai ketentuan hukum

yang berlaku di Indonesia. Tokopedia berusaha menyajikan informasi produk secara akurat dan terkini, namun tidak menjamin bahwa seluruh deskripsi produk bebas dari kesalahan. Produk-produk yang tersedia di Tokopedia dijual oleh penjual pihak ketiga (merchant) yang telah terdaftar di platform. Tokopedia menyediakan fitur ulasan dan penilaian produk, serta sistem chat langsung antara penjual dan pembeli untuk meningkatkan transparansi dan kenyamanan belanja. Metode pembayaran di Tokopedia meliputi *Transfer Bank*, Kartu Kredit/Debit, Saldo Tokopedia, *GoPay*, *GoPayLater*, *Virtual Account*, hingga pembayaran melalui gerai retail seperti Alfamart dan Indomaret. Tokopedia juga menyediakan fitur perlindungan pembeli berupa "Garansi Tokopedia", yang memastikan pembayaran hanya diteruskan ke penjual setelah pesanan diterima oleh pembeli dalam kondisi baik. *Website resmi*: (<https://www.tokopedia.com>).

Kedua situs jual beli *online* tersebut memiliki beberapa perbedaan. Perbedaan yang ada mempengaruhi tingkat keamanan dari setiap situs jual beli *online*. Tingkat keamanan yang berbeda membuat setiap situs jual beli *online* memiliki resiko kejahatan penipuan yang berbeda. Penulis dalam hal ini menemukan beberapa kasus penipuan yang menimpa kedua situs jual beli *online* yang penulis bagi menjadi dua bentuk penipuan, yaitu:

1. Penipuan pembelian seekor burung yang di beli oleh bapak Muhammad yang berjenis *lovebird*.

Pada bulan Mei 2025, Bapak Muhammad menjadi korban penipuan dalam transaksi jual beli secara *online* melalui platform *e-commerce*

Shopee. Awalnya, beliau tertarik dengan sebuah iklan yang menawarkan seekor burung berjenis *lovebird* dengan harga yang cukup menarik dan deskripsi produk yang meyakinkan. Tanpa menaruh curiga, Bapak Muhammad melakukan pemesanan dan pembayaran sesuai dengan prosedur yang berlaku di platform tersebut. Penjual memberikan informasi pengiriman dan nomor resi, sehingga Bapak Muhammad merasa yakin bahwa transaksi berjalan dengan lancar. Namun, kekecewaan besar dirasakan ketika paket yang diterima ternyata tidak sesuai dengan pesanan. Alih-alih seekor burung *lovebird*, isi paket tersebut justru hanyalah berisi 1 buah pisang. Hal ini tentu mengejutkan dan tidak masuk akal, mengingat barang yang dipesan seharusnya adalah hewan hidup. Bapak Muhammad segera mencoba menghubungi pihak penjual untuk meminta penjelasan dan pertanggungjawaban. Namun, seluruh Upaya komunikasi tidak membuahkan hasil. Penjual menghilang dan tidak memberikan tanggapan apa pun. Tidak adanya itikad baik maupun kejelasan dari pihak penjual membuat Bapak Muhammad merasa dirugikan, baik secara materil maupun emosional. Kasus ini menjadi pelajaran penting mengenai kewaspadaan dalam bertransaksi secara *online*, serta perlunya perlindungan yang lebih ketat dari platform *e-commerce* terhadap praktik penipuan semacam ini.

a. Aspek Hukum yang Dilanggar

- 1) Pasal 28 ayat (1) UU ITE (Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 jo. UU No. 19 Tahun 2016): Menyatakan bahwa setiap orang

dilarang menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang merugikan konsumen dalam transaksi elektronik. Penjual memberikan informasi palsu tentang barang (burung lovebird) sehingga memenuhi unsur penyebaran informasi menyesatkan.

2) Pasal 378 KUHP (Penipuan): Penjual dengan tipu muslihat memperdaya pembeli agar menyerahkan uang untuk membeli burung, tetapi mengirim barang yang berbeda.

3) Pasal 8 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999:

Melarang pelaku usaha memproduksi dan/atau memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan deskripsi yang dijanjikan.

b. Kewajiban Platform (Shopee)

1) Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), Pasal 15, penyelenggara platform wajib memberikan perlindungan terhadap konsumen dengan menyediakan mekanisme pengaduan, ganti rugi, dan penyelesaian sengketa.

2) Dalam teori tanggung jawab platform, Shopee bisa dimintakan tanggung jawab secara perdata karena lalai dalam melakukan verifikasi penjual yang menipu pembeli.

Kasus penipuan pembelian burung lovebird yang dialami oleh Bapak Muhammad di platform *e-commerce* Shopee merupakan bentuk nyata pelanggaran hukum dalam transaksi elektronik yang merugikan konsumen.

Dari sisi hukum, perbuatan penjual memenuhi unsur tindak pidana sebagaimana diatur dalam Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang melarang setiap orang untuk menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang merugikan konsumen dalam transaksi elektronik. Penjual secara jelas memberikan informasi palsu mengenai barang yang dijual, yaitu seekor burung lovebird, padahal kenyataannya barang yang dikirim sama sekali tidak sesuai dengan deskripsi, yaitu hanya berupa satu buah pisang. Tindakan ini tidak hanya memenuhi unsur penyebaran informasi menyesatkan tetapi juga bertujuan untuk memperoleh keuntungan secara melawan hukum. Selain itu, perbuatan tersebut termasuk penipuan sebagaimana diatur dalam Pasal 378 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP), di mana penjual dengan tipu muslihat memperdaya pembeli agar menyerahkan sejumlah uang untuk pembelian burung lovebird, namun setelah pembayaran dilakukan, barang yang dikirim tidak sesuai dengan perjanjian. Perbuatan tersebut juga melanggar Pasal 8 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang melarang pelaku usaha untuk memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam deskripsi. Dengan demikian, tindakan penjual secara jelas melanggar ketiga aturan hukum tersebut, baik dari aspek hukum pidana maupun perlindungan konsumen.

Selain tanggung jawab penjual, platform *e-commerce* Shopee juga memiliki kewajiban hukum untuk memberikan perlindungan kepada

konsumen. Berdasarkan Pasal 15 Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), penyelenggara platform wajib menyediakan mekanisme pengaduan, ganti rugi, dan penyelesaian sengketa bagi konsumen yang mengalami kerugian akibat transaksi di platform tersebut. Dalam teori tanggung jawab platform, penyelenggara *e-commerce* dapat dimintakan tanggung jawab secara perdata apabila lalai melakukan verifikasi terhadap penjual sehingga memungkinkan terjadinya penipuan. Shopee, sebagai penyedia layanan, seharusnya memastikan bahwa penjual yang menggunakan platform mereka benar-benar valid dan dapat dipercaya, khususnya dalam hal perdagangan hewan hidup yang memiliki risiko penipuan tinggi. Kegagalan platform untuk mencegah penjual fiktif masuk dan melakukan transaksi dapat menjadi dasar bagi korban untuk menuntut ganti rugi melalui mekanisme hukum perdata.

Untuk memberikan perlindungan yang lebih efektif kepada korban penipuan seperti yang dialami oleh Bapak Muhammad, langkah pertama yang dapat dilakukan adalah melaporkan kasus ini kepada pihak kepolisian dengan dasar Pasal 378 KUHP tentang penipuan serta Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang melarang penyebaran informasi bohong yang merugikan konsumen. Laporan ini harus dilengkapi dengan bukti-bukti yang kuat, seperti bukti pembayaran, riwayat percakapan, dan nomor resi pengiriman. Selain langkah pidana, korban juga dapat mengajukan gugatan perdata berdasarkan Pasal 1365 KUHPerdata

mengenai perbuatan melawan hukum dan Pasal 19 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen untuk menuntut ganti rugi atas kerugian materiil yang diderita. Pada sisi lain, platform *e-commerce* seperti Shopee juga memiliki tanggung jawab hukum sesuai Pasal 15 Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik untuk menyediakan mekanisme pengaduan, ganti rugi, dan penyelesaian sengketa. Oleh karena itu, korban dapat memanfaatkan mekanisme internal Shopee untuk meminta pengembalian dana atau penyelesaian sengketa, dan apabila tidak mendapatkan tanggapan, korban dapat mengirimkan somasi kepada Shopee serta mengajukan gugatan perdata atas kelalaian dalam melakukan verifikasi penjual. Selain itu, korban dapat meminta bantuan advokasi kepada lembaga perlindungan konsumen seperti YLKI dan BPKN untuk mendapatkan pendampingan hukum. Dalam jangka panjang, pemerintah perlu mendorong penyelenggara *e-commerce* untuk memperketat sistem verifikasi penjual melalui mekanisme *Know Your Seller* (KYS), khususnya dalam perdagangan barang bernilai tinggi atau hewan hidup, serta memperkuat sistem pembayaran *escrow* agar dana pembeli tidak langsung diteruskan kepada penjual sebelum barang yang dipesan diterima sesuai. Upaya edukasi konsumen juga penting dilakukan agar masyarakat lebih berhati-hati dalam bertransaksi daring, seperti memeriksa reputasi penjual, membaca ulasan pembeli lain, dan memahami mekanisme perlindungan konsumen yang tersedia di platform.

2. Penipuan di Tokopedia oleh *Official Store* terhadap Konsumen atas Nama Depraz.

Pada bulan Juni 2025, seorang konsumen bernama Depraz mengalami dugaan penipuan dalam transaksi pembelian sebuah ponsel pintar berjenis Vivo X200 Pro melalui salah satu *official store* di platform *e-commerce* Tokopedia. *Store* tersebut telah berstatus *official*, memiliki peringkat yang tinggi, serta tercatat telah menjual ratusan ribu unit produk. Reputasi tersebut membuat Depraz merasa yakin untuk melakukan transaksi. Sebelum melakukan pembelian, Depraz terlebih dahulu membaca deskripsi produk yang menyatakan bahwa unit yang dijual adalah barang baru dan tersegel resmi dari pabrik. Untuk memastikan, Depraz juga sempat mengonfirmasi ulang kepada pihak penjual dan mendapatkan jawaban yang konsisten sesuai dengan deskripsi. Dengan dasar tersebut, Depraz memutuskan untuk segera melakukan *checkout* dan menyelesaikan pembayaran. Setelah paket diterima, Depraz menemukan beberapa kejanggalan. Pertama, terdapat kerusakan pada segel kotak ponsel, yang seharusnya dalam kondisi utuh bila memang merupakan unit baru. Kedua, setelah membuka kotak, Depraz mendapati bekas sidik jari di layar ponsel, yang jelas mengindikasikan bahwa perangkat tersebut telah dibuka atau digunakan sebelumnya. Ketiga, ketika melakukan pengecekan nomor *IMEI*, diketahui bahwa *IMEI* ponsel telah aktif sebelumnya, menandakan bahwa perangkat telah diregistrasi sebelum diterima oleh pembeli.

Menindaklanjuti temuannya, Depraz segera mengajukan komplain kepada pihak penjual. Pihak penjual merespons bahwa aktivasi *IMEI* dan garansi adalah ketentuan dari pihak *brand*, dan menyatakan bahwa barang tersebut tetap dianggap baru, meskipun tanpa kartu garansi fisik. Penjual bersikeras bahwa unit yang dikirim adalah baru dan tidak menerima keberatan dari pembeli terkait segel rusak, sidik jari, dan *IMEI* aktif. Karena tidak mendapatkan solusi yang memadai, Depraz memutuskan untuk melakukan proses *retur*. Dua hari setelah pengiriman barang *retur*, penjual secara sepihak menolak permintaan dana dengan alasan bahwa barang tidak dapat dilacak oleh jasa ekspedisi. Padahal, saat dikonfirmasi ke pihak ekspedisi, diketahui bahwa proses pelacakan terkendala karena penjual tidak memberikan nomor ponsel penerima, sehingga Depraz harus menggunakan nomor pribadinya untuk keperluan pengiriman. Pihak penjual kemudian menyampaikan bahwa penolakan pengiriman dilakukan dengan sengaja untuk mencegah sistem Tokopedia melakukan *auto refund* kepada pembeli. Setelah unit sampai ke gudang mereka, konfirmasi dari pihak penjual mengalami keterlambatan dengan dalih masih dalam proses pengecekan oleh tim gudang. Dalam proses tersebut, Depraz mengaku merasa khawatir karena melihat riwayat tanggapan penjual yang tidak kooperatif dan kurang memberikan kejelasan serta tanggung jawab dalam menyelesaikan keluhan konsumen. Kejadian ini menjadi salah satu contoh nyata bahwa status *official store* dan reputasi tinggi dalam platform *e-commerce* tidak selalu menjamin

perlindungan konsumen secara utuh.

a. Aspek Hukum yang Dilanggar

- 1) Pasal 9 UU Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999: Melarang pelaku usaha memberikan keterangan yang tidak benar atau menyesatkan tentang kondisi dan jaminan barang.
- 2) Pasal 1328 KUH Perdata (Cacat Kehendak): Persetujuan yang diberikan karena adanya tipu daya dapat dibatalkan. Depraz membeli karena percaya unitnya baru dan tersegel, padahal barang sudah pernah digunakan.
- 3) Pasal 28 ayat (1) UU ITE: Penjual memberikan keterangan palsu secara elektronik mengenai barang yang dijual.
- 4) Pasal 1365 KUH Perdata (Perbuatan Melawan Hukum): Penjual menolak pengembalian dana secara sengaja, sehingga menimbulkan kerugian bagi pembeli.

b. Kewajiban Platform (Tokopedia)

- 1) Tokopedia wajib bertindak sebagai penyelenggara PMSE (Pasal 18 PP 80/2019) yang harus menjamin keaslian informasi barang dan menyediakan mekanisme ganti rugi yang efektif.
- 2) Karena toko berstatus official store, tanggung jawab Tokopedia lebih besar, sebab konsumen memiliki kepercayaan yang dilindungi hukum bahwa penjual telah diverifikasi secara resmi.

Kasus penipuan yang dialami oleh Depraz dalam pembelian ponsel Vivo X200 Pro melalui official store di platform Tokopedia mencerminkan

adanya berbagai pelanggaran hukum yang signifikan baik dari aspek perlindungan konsumen, hukum perdata, maupun hukum pidana terkait transaksi elektronik. Pertama, perbuatan penjual secara jelas melanggar Pasal 9 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang secara tegas melarang pelaku usaha memberikan keterangan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai kondisi dan jaminan barang yang diperdagangkan. Penjual menyatakan bahwa ponsel yang dijual merupakan barang baru dan tersegel resmi dari pabrik, padahal setelah barang diterima terbukti segel telah rusak, terdapat bekas sidik jari pada layar, serta IMEI ponsel sudah aktif sebelumnya, yang menunjukkan bahwa ponsel tersebut bukan unit baru. Hal ini jelas merupakan bentuk misrepresentasi atau pemberian informasi palsu kepada konsumen. Selanjutnya, perbuatan penjual juga termasuk dalam cacat kehendak (*wilsgebreken*) sebagaimana diatur dalam Pasal 1328 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), karena persetujuan yang diberikan oleh Depraz untuk membeli barang tersebut diperoleh melalui tipu daya. Depraz memutuskan membeli barang tersebut dengan keyakinan bahwa barang yang akan diterima adalah unit baru, namun kenyataannya barang telah digunakan sebelumnya sehingga persetujuan tersebut dapat dibatalkan. Selain itu, perbuatan penjual yang memberikan keterangan palsu melalui media elektronik memenuhi unsur pelanggaran Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yang melarang setiap orang untuk menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang

merugikan konsumen dalam transaksi elektronik. Lebih jauh lagi, ketika Depraz mengajukan proses retur dan refund, penjual dengan sengaja menolak penerimaan barang sehingga sistem Tokopedia tidak melakukan auto refund. Perbuatan ini dapat digolongkan sebagai perbuatan melawan hukum (*onrechtmatige daad*) sesuai dengan Pasal 1365 KUHPerdara, karena tindakan tersebut menyebabkan kerugian nyata bagi Depraz yang kehilangan haknya untuk mendapatkan pengembalian dana atas barang yang tidak sesuai dengan kesepakatan. Penjual dengan sengaja memanfaatkan celah sistem untuk menghindari tanggung jawab, sehingga memperparah kerugian yang dialami konsumen.

Dari sisi penyelenggara platform, Tokopedia memiliki tanggung jawab yang tidak kalah penting. Berdasarkan Pasal 18 Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), penyelenggara platform wajib menjamin keaslian informasi barang yang ditawarkan serta menyediakan mekanisme pengaduan, ganti rugi, dan penyelesaian sengketa yang efektif bagi konsumen. Dalam kasus ini, tanggung jawab Tokopedia semakin besar karena transaksi dilakukan melalui *official store*, yang secara hukum dan praktik bisnis memberikan keyakinan lebih tinggi kepada konsumen bahwa penjual telah diverifikasi secara resmi dan terpercaya. Namun, kenyataannya status *official store* tersebut tidak menjamin keamanan transaksi, sehingga menimbulkan kerugian pada konsumen akibat lemahnya pengawasan dan penegakan aturan oleh pihak platform.

Untuk memberikan perlindungan yang lebih efektif kepada Depraz sebagai korban, langkah yang dapat ditempuh adalah melakukan pelaporan kepada kepolisian dengan dasar Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik serta Pasal 378 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana terkait penipuan yang dilakukan secara elektronik. Korban juga dapat mengajukan gugatan perdata berdasarkan Pasal 1328 dan Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, karena persetujuan untuk membeli ponsel tersebut diperoleh melalui tipu daya dan perbuatan melawan hukum yang merugikan konsumen. Selain itu, korban dapat mengajukan pengaduan resmi kepada Tokopedia melalui mekanisme penyelesaian sengketa internal, serta apabila tidak memperoleh penyelesaian yang adil, dapat mengirimkan somasi kepada Tokopedia atas kelalaiannya dalam memastikan keaslian dan kondisi barang yang dijual di official store. Langkah ini dapat dilanjutkan dengan gugatan perdata terhadap penjual dan Tokopedia secara bersama-sama, karena platform memiliki kewajiban hukum yang lebih besar sebagaimana diatur dalam Pasal 18 Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Untuk memperkuat posisi hukumnya, Depraz dapat meminta pendampingan kepada Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) maupun Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) agar mendapatkan bantuan advokasi dan perlindungan hukum. Ke depan, pemerintah perlu mendorong penyelenggara platform untuk meningkatkan pengawasan terhadap *official store* dengan menerapkan verifikasi yang

lebih ketat, termasuk memastikan kondisi barang sesuai deskripsi melalui audit berkala dan sistem escrow yang menahan dana pembeli hingga barang dinyatakan sesuai oleh konsumen. Edukasi kepada masyarakat juga sangat penting agar konsumen lebih kritis dalam memeriksa reputasi penjual, memahami hak-haknya, dan menggunakan jalur hukum apabila dirugikan dalam transaksi daring.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

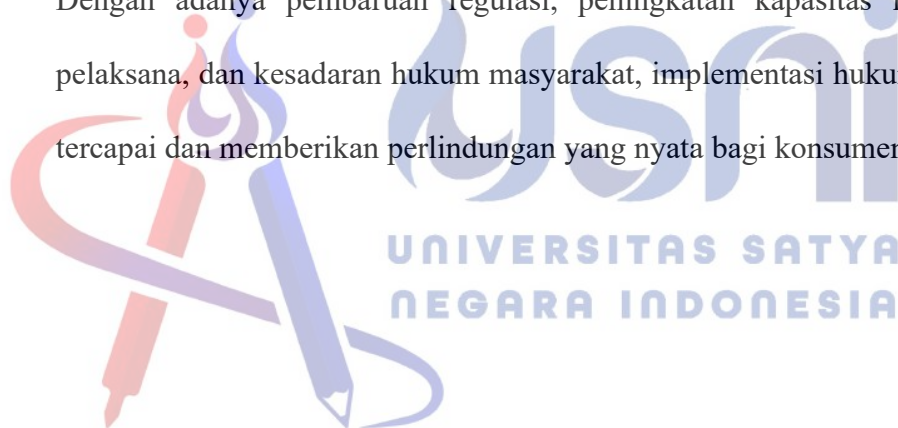
1. Bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen yang menjadi korban penipuan dalam transaksi *e-commerce* menurut Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 pada dasarnya telah tersedia melalui pengaturan hak-hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, serta mekanisme ganti rugi atas kerugian yang dialami konsumen. Undang-undang ini memberikan landasan bagi konsumen untuk menuntut haknya apabila dirugikan akibat tindakan pelaku usaha, seperti menerima barang yang tidak sesuai, adanya cacat tersembunyi, atau informasi yang menyesatkan. Namun, dalam praktiknya masih terdapat kesenjangan antara norma hukum yang berlaku dengan implementasi di lapangan, Rendahnya literasi hukum konsumen, lemahnya pengawasan terhadap pelaku usaha, serta tidak adanya mekanisme verifikasi identitas yang ketat di platform *e-commerce* menjadi faktor utama yang menghambat perlindungan konsumen secara efektif.
2. Implementasi penerapan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dalam menjamin keadilan hukum bagi konsumen korban penipuan *e-commerce* masih menghadapi berbagai hambatan. UU ini disusun sebelum era perdagangan digital berkembang, sehingga belum secara spesifik mengatur tanggung jawab platform digital, perlindungan data pribadi, maupun mekanisme penyelesaian sengketa *online* yang cepat dan efisien. Akibatnya, banyak konsumen yang mengalami kesulitan dalam menuntut

haknya, baik karena prosedur hukum yang rumit maupun lemahnya penegakan hukum terhadap pelaku usaha yang melanggar. Hal ini menunjukkan perlunya pembaruan regulasi agar lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan perlindungan konsumen di era digital.

## B. Saran

1. Untuk meningkatkan perlindungan hukum bagi konsumen yang menjadi korban penipuan dalam transaksi *e-commerce*, perlu dilakukan upaya konkret baik dari sisi regulasi maupun implementasi. Pemerintah bersama legislator sebaiknya melakukan revisi terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 agar lebih spesifik mengatur praktik perdagangan digital, termasuk kewajiban *verifikasi* identitas pelaku usaha, mekanisme pengawasan transaksi, dan penegakan sanksi yang tegas bagi pelaku usaha yang melanggar. Selain itu, edukasi hukum bagi masyarakat harus diperluas melalui kampanye literasi digital dan hukum konsumen agar mereka memahami hak-haknya, prosedur pengaduan, dan mekanisme ganti rugi yang dapat ditempuh. Platform *e-commerce* juga perlu diwajibkan menyediakan sistem pengaduan yang cepat, transparan, dan efisien sehingga konsumen tidak dirugikan akibat proses penyelesaian sengketa yang berbelit-belit.
2. Untuk meningkatkan implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dalam menjamin keadilan hukum, dibutuhkan pembaruan regulasi yang

mengakomodasi perkembangan teknologi, termasuk sinergi dengan Undang- Undang Perlindungan Data Pribadi dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Pemerintah perlu membentuk mekanisme penyelesaian sengketa daring (*online dispute resolution*) yang mudah diakses dan terintegrasi dengan platform *e-commerce*, sehingga konsumen dapat memperoleh keadilan hukum secara cepat. Selain itu, diperlukan penguatan lembaga pengawas dan aparat penegak hukum agar memiliki kewenangan yang jelas dalam menangani kasus penipuan *online*. Dengan adanya pembaruan regulasi, peningkatan kapasitas lembaga pelaksana, dan kesadaran hukum masyarakat, implementasi hukum dapat tercapai dan memberikan perlindungan yang nyata bagi konsumen.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, (2020).
- Barkatullah, A. H. *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia: Sebagai Pedoman Dalam Menghadapi Era Digital Bisnis E-commerce di Indonesia*. Bandung: Nusa Media. (2019).
- Dian Puji N. Simatupang, *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-commerce* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019).
- Dr. Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik Di Indonesia*, (Bandung: Nusa Media). (2019).
- Isnaeni, *Dasar-Dasar Hukum Perlindungan Konsumen* (Bandung: Refika Aditama, (2021).
- Krista Yitawati, Anik Tri Haryani, Sigit Sapto Nugroho, *Hukum Dan Teknologi, Perlindungan Hukum Jual Beli Melalui Transaksi Elektronik (E-commerce)* (Solo: Pustaka Iltizam). (2021).
- Kristiyanti, C. T. S. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika. (2022).
- R. Agus Budianto, *Hukum Perikatan dan Transaksi Elektronik* (Jakarta: Kencana, (2018).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, (2021).
- Suranto, *Metodologi Penelitian dalam Pendidikan dengan Program SPSS*. Penerbit Loka Aksara, Tangerang. (2019).

## Undang-Undang

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik.

Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) – Pasal 378; Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (relevan untuk perlindungan informasi konsumen dalam transaksi digital).

Peraturan Menteri Perdagangan yang terkait dengan *e-commerce* dan perlindungan konsumen.

## Jurnal

Ahmad, Ahmad, Johamran Pransisto, and Muh Akbar Fhad Syahril. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi *E-commerce*." Jurnal Litigasi Amsir 10.3 (2023).

Basri, Herlina. "Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam melakukan transaksi *e-commerce* ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 (Studi Kasus Kerudungbyramana Bandung). Pamulang Law." 2020,

Bintarawati, Fenny, and Daud Rismana. "Efektifitas Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Bagi Pengguna *E- Commerce* Di Era Ekonomi *Digital*." *Risalah Hukum* 20.2 (2024).

- Falah Al Ghozali & Try Hardyanthi, "Perlindungan Konsumen pada Platform *E Commerce*: Regulasi dan Peran Pemerintah," *Ethics and Law Journal: Business and Notary*, Vol. 2, No. 3, 2024.
- Fista, Yanci Libria, Aris Machmud, and Suartini Suartini. "Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi *E-commerce* Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen." *Binamulia Hukum* 12.1 (2023).
- Hidayati, "Perlindungan Hukum Terhadap Para Pihak Antara Pelaku Usaha dan Konsumen *E-commerce* Akibat Cedera Janji (Wanprestasi)," *Constitutum: Jurnal Ilmiah Hukum*, Vol. 2, No. 1, 2023.
- Izazi, Firyaaal Shabrina, et al. "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." *Leuser: Jurnal Hukum Nusantara* 1.2 (2024).
- Kagami, Amirul Rahman. "Kepastian Hukum Perlindungan Konsumen dalam Kehalalan Produk Melalui *Self-Declare* (Deklarasi Mandiri) Sertifikat Halal. BS Thesis. Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta. (2021)
- Lestari, Endang, Gabriel Ngadio, and Kunto Fitricia Elfisa Iriani. "perlindungan hukum bagi konsumen dalam penipuan jual beli *online* melalui *e-commerce*." *nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 10.6 (2023).
- Marlina, W., & Sudiarawan, K. A. *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui E-commerce: Perspektif UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN*. Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum, 12(6).(2024).
- Muhammad Fadly Nasution dkk., "Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi *E-commerce* Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen," *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, Vol. 4, No. 2, 2025.

- Nasution, Muhammad Fadly, et al. "Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi *E-commerce* Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen." *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora* 4.2 (2025).
- Permatasari, Muhammad Aziz Zaelani Adelina Intan. "*Tinjauan Yuridis Terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Berdasarkan Pasal 28 D Ayat (1) Uud Ri 1945 Sebagai Wujud Kepastian Hukum Bagi Konsumen.*" *Seminar Nasional" Perlindungan Hukum Terhadap Tenaga Kesehatan dan Pasien dalam Perspektif UU No. 36 Tahun 2014*". Universitas Islam Batik Surakarta, (2017).
- Puspitasari, Rahmadany Jiyana, and Al-Qodar Purwo Sulistyono. "Perlindungan Hukum Bagi Korban Penipuan *Online Shop* Dengan Merujuk Pada Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016." *Eksaminasi: Jurnal Hukum* 3.2 (2024).
- Prayuti, Y., Herlina, E., & Rasmiaty, M. *Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Perdagangan di E-commerce di Indonesia.* *Jurnal Hukum Mimbar Justitia*, 10(1). (2022).
- Saragih, A. E., Bagaskara, M. F., & Mulyadi. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-commerce.* *Civilia: Jurnal Kajian Hukum dan Pendidikan Kewarganegaraan*, 2(1).(2023).
- Sulistianingsih, Dewi, Melliniarini Dibura Utami, and Yuli Prasetyo Adhi. "Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi *E-commerce* sebagai Tantangan Bisnis di Era Global." *Jurnal Mercatoria* 16.2 (2023).
- Tektona, Rahmadi Indra, and Edi Wahjuni. "*KEPASTIAN HUKUM KONTRAK ELEKTRONIK YANG DIBUAT OLEH NOTARIS DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE.*" *Jurnal Hukum Mimbar Justitia* 8.2 (2022)
- Sembiring Riky. *Keadhlan Pancasila dalam perspektif Teori keadilan Aristoteles.* *Aktual Justice. Jurnal Ilmiah Hukum.* (2024)
- Mustamilinda indah rizcha. *Ketidakhadiran Hukum Bagi Masyarakat Miskin*

*Dihubungkan dengan Teori Keadilan Menurut Aristoteles. Jurnal Kajian Kontemporer Hukum dan Masyarakat. (2024)*

Febrian Duta Pratama, Rafly Pebriansya, Mohammad Alvi Pratama. *Konsep Keadilan dalam Pemikiran Aristoteles. Jurnal Filsafat Terapan. (2024)*

Wahyu Simon Tampubolon, SH, MH. *Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang Undang Perlindungan Konsumen. Jurnal ilmiah advokasi. (2023)*

### **Website**

Jakarta, CNBC Indonesia “Muncul Fenomena Barang Palsu Banjiri Ecommerce, Ribuan Orang RI Korban” diakses dari, <https://www.cnbcindonesia.com/news/20250424155517-4628483/muncul-fenomena-barang-palsu-banjiri-ecommerce-ribuan-orang-ri-korban>.

Media Indonesia, "Kementerian Kominfo Catat Sebanyak 572 Ribu Aduan Nomor Rekening Terkait Penipuan *Online*" diakses dari, <https://mediaindonesia.com/politik-dan-hukum/697954/kementerian-kominfo-catat-sebanyak-572-ribu-aduan-nomor-rekening-terkait-penipuan-online>,