

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DI ERA DIGITAL DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

Defri Agus Susanto

Program Studi Kenotariatan Fakultas Hukum Universitas Islam
Indonesia, Jl. Kaliurang Km. 14,5 Kabupaten Sleman, Daerah
Istimewa Yogyakarta 55548. Indonesia

Email: 23921019@students.uii.ac.id

ABSTRAK

Transformasi perdagangan di era digital telah membawa perubahan signifikan dalam aktivitas jual beli, yang kini banyak dilakukan secara daring melalui berbagai platform digital. Namun, kemajuan ini juga menimbulkan berbagai permasalahan, terutama terkait perlindungan hukum bagi konsumen yang kerap menjadi korban kejahatan transaksi online. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dua hal utama: pertama, bagaimana bentuk perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam transaksi jual beli online di Indonesia. Kedua, bagaimana efektivitas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam melindungi konsumen dari kejahatan jual beli online. Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan peraturan perundang-undangan dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UUPK memberikan perlindungan berupa pengakuan hak-hak konsumen atas keamanan, kenyamanan, informasi yang benar, serta hak atas ganti rugi apabila dirugikan. Di sisi lain, UU ITE melindungi konsumen dari kejahatan digital seperti penipuan dan penyebaran informasi palsu dalam jual beli online. Namun, efektivitas UUPK dalam melindungi konsumen dalam transaksi online masih rendah akibat lemahnya penegakan hukum, kurangnya literasi digital masyarakat, serta belum adanya pengaturan teknis yang komprehensif terhadap transaksi online.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, Transaksi Online, Efektivitas

ABSTRACT

The transformation of trade in the digital era has brought significant changes to buying and selling activities, which are now largely conducted online through various digital platforms. However, this advancement has also given rise to several problems, particularly concerning legal protection for consumers who often fall victim to online transaction crimes. This study aims to examine two main aspects: first, the form of legal protection provided to consumers in online buying and selling transactions in Indonesia; and second, the effectiveness of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection in safeguarding consumers from online trade crimes. This research employs a normative juridical method with a statutory and literature approach. The findings show that the Consumer Protection Law (CPL) provides protection in the form of recognition of consumer rights to safety, comfort, accurate information, and the right to compensation if harmed. On the other hand, the Electronic Information and Transactions Law (ITE Law) protects consumers from digital crimes such as fraud and the dissemination of false information in online transactions. However, the effectiveness of the CPL in protecting consumers in online transactions remains low due to weak law enforcement, lack of digital literacy among the public, and the absence of comprehensive technical regulations governing online transactions.

Keywords: *Consumer Protection, Online Transactions, Effectiveness*

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang perdagangan. Transaksi jual beli yang dahulu dilakukan secara konvensional kini telah bergeser ke arah digital melalui berbagai platform e-commerce dan marketplace. Masyarakat semakin dimudahkan dalam melakukan transaksi tanpa harus bertatap muka secara langsung dengan penjual. Namun, di balik kemudahan tersebut, muncul berbagai permasalahan baru yang dapat merugikan konsumen, seperti penipuan, barang tidak sesuai dengan deskripsi, keterlambatan pengiriman, hingga penyalahgunaan data pribadi.

Konsumen sebagai pihak yang relatif lebih lemah dalam posisi tawar-menawar dibandingkan pelaku usaha, sering kali menjadi

korban dalam transaksi digital. Kurangnya pemahaman terhadap hak-hak konsumen, ditambah dengan minimnya transparansi dari pelaku usaha dalam sistem jual beli online, menjadikan konsumen berada pada posisi yang rentan. Oleh karena itu, diperlukan perlindungan hukum yang jelas dan tegas untuk menjamin hak-hak konsumen dalam era digital ini. Menurut Khumedi Ja'far (2014), permintaan konsumen yang tinggi terhadap produk dan layanan, bersamaan dengan perkembangan teknologi, membawa peningkatan pada barang dan jasa yang dikonsumsi oleh masyarakat. Hal ini menciptakan kesempatan besar bagi para pelaku bisnis yang ingin meraih profit melalui penjualan dan promosi dengan memanfaatkan platform belanja online (E-commerce).¹

Menjalankan transaksi secara elektronik, sangat berkaitan dengan aspek hukum. Penyebabnya adalah kemudahan bagi penjual untuk memasarkan produk mereka dengan cara yang kurang jujur dan tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya. Berdasarkan Pasal 1 butir 2 Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 mengenai ITE, dinyatakan bahwa "Transaksi elektronik adalah tindakan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya". Media internet yang kita manfaatkan untuk aktivitas jual beli secara online dikenal sebagai e-commerce, di mana sistem pembayaran dapat dilakukan melalui COD (*Cash On Delivery*), transfer bank, serta metode pembayaran online lainnya. Salah satu unsur krusial dalam perkembangan e-commerce adalah adanya perlindungan

¹ Nurlaili Janati, et.al., "*Perlindungan Konsumen Pada Platform Belanja Online Perspektif Hukum Ekonomi Islam*", Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah, Vol. 6 No. 1 (2023), hlm. 135.

bagi konsumen serta kemampuan berinteraksi dari penjual sebagai penyedia layanan elektronik.²

Produsen dapat memanfaatkan kemajuan teknologi ini yang membuat pemasaran barang menjadi lebih mudah, sehingga sasaran penjualan tercapai secara efisien, dan mengurangi biaya serta waktu yang diperlukan. Belanja produk secara online kini menjadi kebiasaan umum di kalangan masyarakat Indonesia, yang mengarah pada peralihan dari pembelian di toko offline ke platform online. Walaupun menawarkan banyak manfaat, berbelanja secara online juga mengandung risiko, seperti adanya penipuan, barang yang tidak sesuai dengan deskripsi, dan kerusakan selama pengiriman. Karena konsumen dan produsen tidak melakukan interaksi secara langsung, kemungkinan terjadinya penipuan atau kesalahan menjadi isu utama yang memerlukan perhatian serius. Efek negatif dari belanja secara online seringkali merugikan konsumen, dengan salah satu contohnya adalah produk yang diterima tidak sesuai dengan informasi yang tertera pada produk yang ditawarkan.³

Penipuan adalah tindakan yang tidak jujur atau berbohong dengan tujuan untuk mengelabui serta memperoleh keuntungan, baik untuk diri sendiri maupun pihak lain, baik dalam bentuk materi maupun tindakan lain. Praktik penipuan merugikan individu lain dan dapat muncul dalam beragam bentuk. Oleh karena itu, menurut penulis, konsumen perlu lebih berhati-hati dan cermat ketika bertransaksi secara online serta menyadari tanggung jawab mereka dalam melindungi diri dari penipuan, sehingga diperlukan

² Rahmadany Jiyen Puspitasari dan Al-Qodar Purwo Sulisty, *"Perlindungan Hukum Terhadap Korban Penipuan Online Investasi Ilegal Menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016"*, Eksaminasi: Jurnal Hukum, Vol.3 No. 2 (2024), hlm. 55.

³ Marina Yetrin Sriyati Mewu dan Kadek Julia Mahadewi, *"Perlindungan Konsumen Dalam Pembelian Produk Online: Analisis Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia"*, Jurnal Kewarganegaraan, Vol. 7 No. 1 (2023), hlm. 442.

pemahaman yang lebih mendalam tentang peran serta tanggung jawab konsumen dalam mencegah terjadinya praktik penipuan dalam transaksi online. Dalam konteks ini, peran dan tanggung jawab konsumen menjadi faktor yang sangat krusial dalam menciptakan lingkungan transaksi daring yang aman dan dapat dipercaya.⁴

Salah satu kasus penipuan dengan modus online shop fiktif terjadi pada bulan Maret 2025 dan menimbulkan kerugian materiil bagi korban. Umumnya pelaku menawarkan barang pada media sosial Facebook dan Instagram, dengan harga yang jauh di bawah harga pasar untuk memperdaya calon korban. Member bernama el leyas ditengarai tertipu sebesar Rp500.000 setelah melakukan pembelian gamis dari akun Instagram bernama @myeshafashion_.⁵

Pemerintah Indonesia, telah mengeluarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini memberikan dasar hukum bagi upaya perlindungan terhadap konsumen, termasuk dalam konteks transaksi digital. Namun, dengan terus berkembangnya teknologi dan bentuk-bentuk baru dari perdagangan elektronik, muncul pertanyaan mengenai sejauh mana efektivitas dan relevansi Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam menjawab tantangan-tantangan hukum di era digital.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana Bentuk Perlindungan Hukum Yang Diberikan Kepada Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online di Indonesia?

⁴ Elisa Siti Widyastuti, et. al., *"Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce: Suatu Perspektif Hukum Islam"*, Milkiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, Vol. 1 No. 2 (2022), hlm. 2.

⁵ Media Center Kementerian Keuangan Direktorat Jenderal Bea Dan Cukai, *"Waspadai Penipuan Modus Online Shop Fiktif Dan Petugas Bea Cukai Gadungan"*, 2025 <<https://www.beacukai.go.id/berita/waspadai-penipuan-modus-online-shop-fiktif-dan-petugas-bea-cukai-gadungan.html>>.

2. Bagaimana Efektivitas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dalam Melindungi Konsumen Dari Kejahatan Jual Beli Online?

C. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum normatif yaitu, menurut Peter Mahmud penelitian hukum normatif adalah proses untuk menemukan aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin hukum untuk menjawab permasalahan.⁶ Data sekunder yang diperoleh dari literatur dan sumber-sumber online yang berhubungan dengan perlindungan konsumen dalam pembelian produk online di Indonesia. Pendekatan normatif dilakukan dengan cara menganalisis undang-undang perlindungan konsumen di Indonesia. Penelitian ini diawali dengan pengumpulan data dari literatur dan sumber-sumber terkait. Selanjutnya, data tersebut dianalisis. Hasil analisis digunakan untuk mengidentifikasi bentuk perlindungan hukum yang memberikan perlindungan konsumen dalam pembelian produk online di Indonesia serta Efektivitas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dalam Melindungi Konsumen Dari Kejahatan Jual Beli Online.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk Perlindungan Hukum Yang Diberikan Kepada Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online di Indonesia

Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) merupakan payung hukum utama yang mengatur hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha di Indonesia. Dalam konteks transaksi online, UUPK tetap relevan meskipun belum secara

⁶ Muhaemin, *Metode Penelitian Hukum*, Mataram University Press, Cetakan Pertama (Mataram: Mataram University Press, 2020), hlm. 47.

eksplisit mengatur e-commerce, karena prinsip-prinsip dasarnya berlaku umum terhadap segala bentuk transaksi perdagangan. Pasal 4 UUPK menyebutkan sejumlah hak konsumen, antara lain:⁷

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
- e. Hak untuk mendapat advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- f. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Perlindungan hukum terhadap konsumen sangat penting ketika hak konsumen dilanggar dan pihak penjual tidak memenuhi kewajibannya. Perlindungan konsumen itu sendiri menurut Pasal 1 ayat (1) Undang – Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin kepastian hukum untuk menjamin perlindungan bagi konsumen. Undang-undang perlindungan konsumen ditujukan untuk memberikan aturan demi kesejahteraan konsumen dalam transaksi offline maupun online. Meskipun demikian, semua pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli online berhak atas perlindungan hukum yang setara. Untuk

⁷ Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, 1999.

<<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/45288/uu-no-8-tahun-1999>>.

menyelesaikan sengketa konsumen menurut undang-undang ini, terdapat dua opsi yang dapat dipilih, yaitu:⁸

- a. Melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha (dalam hal ini BPSK).
- b. Melalui pengadilan yang berada di lingkungan pengadilan umum.

Hubungan hukum yang terjadi di dalam e-commerce pada dasarnya dapat diterapkan metode analogi terhadap hubungan hukum yang timbul dalam perjanjian secara konvensional yang diatur dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata. Hal ini dilakukan dengan menerapkan ketentuan yang terdapat dalam Buku III Kitab Undang-undang Hukum Perdata pada hubungan hukum di dalam e-commerce. Sebuah perjanjian tidak hanya mengatur apa yang secara eksplisit dinyatakan di dalamnya, tetapi juga segala hal yang seharusnya disepakati berdasarkan keadilan, kebiasaan, atau peraturan yang berlaku (Pasal 1339 BW). Ketentuan-ketentuan yang biasanya disetujui secara kebiasaan, jadi hendaknya dianggap sudah menjadi bagian dari perjanjian, meski tidak tercantum secara spesifik (Pasal 1347 BW). Dari penjelasan ini, dapat disimpulkan bahwa hubungan hukum di dalam e-commerce termasuk ke dalam kategori hubungan hukum perdata, dan dengan demikian ketentuan di Buku III Kitab Undang-undang Hukum Perdata berlaku untuk hal tersebut.⁹

Peraturan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dalam konteks bisnis digital diatur secara khusus oleh Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang telah mengalami beberapa kali perubahan untuk menyesuaikan dengan perubahan

⁸ Jiyan Puspitasari dan Purwo Sulisty, op. cit., hlm. 58.

⁹ Kevin Adwitiya Bhagaskara dan Dwi Desi Yayi Tarina, "Perlindungan Konsumen Terhadap Permasalahan Transaksi Online Dalam Platform Marketplace Tidak Resmi", Jurnal Usm Law Review, Vol. 7 No. 1 (2024), hlm. 401.

hukum dalam masyarakat. Bentuk dari perlindungan bagi konsumen tersebut memiliki sifat represif, karena substansi dari ketentuan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 yang telah dirubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik mendasarkan pada perbuatan tindak pidana, yang memiliki sanksi hukuman berupa penjara dan sanksi denda.¹⁰

Pasal yang dapat digunakan dalam perlindungan terhadap para pihak yang melakukan transaksi *online* yaitu Pasal 9 UU ITE yang menyatakan “Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Kemudian dalam Pasal 28 ayat (1) UU ITE menjelaskan terkait perbuatan yang dilarang dalam perjanjian jual beli *online* yaitu setiap orang dengan sengaja mendistribusikan dan/atau mentransmisikan informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang berisi pemberitahuan berita bohong atau informasi menyesatkan yang mengakibatkan kerugian materiel bagi konsumen dalam transaksi elektronik. Bagi setiap orang yang dengan sengaja mendistribusikan dan/atau mentransmisikan informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang berisi pemberitahuan bohong atau informasi menyesatkan yang mengakibatkan kerugian materiel bagi konsumen dalam transaksi elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) dipidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) sebagaimana diatur dalam Pasal 45A ayat 1 UU ITE.¹¹

¹⁰ Trivena Gabriela Miracle Tumbel, et. al., *"Perlindungan Konsumen Jual Beli Online Dalam Era Digital 4.0"*, Quarterly Journal of Health Psychology, Vol. 8 No. 3 (2020), hlm. 98.

¹¹ Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik*, 2024.

Efektivitas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dalam Melindungi Konsumen Dari Kejahatan Jual Beli Online

Pemerintah memberikan perlindungan hukum kepada setiap orang yang dalam hal ini adalah konsumen yaitu dengan mengeluarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Di samping itu, regulasi mengenai transaksi elektronik juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). UU Perlindungan Konsumen bisa diterapkan secara optimal tergantung pada sistem hukum yang saling terhubung, yakni penegak hukum dalam menangani kebijakan Perlindungan Konsumen, UUPK sebagai substansi hukum, serta budaya hukum yang tidak terbatas pada hukum nasional dan hukum adat, tetapi juga mencakup praktik para pelaku usaha dan konsumen saat menjalankan perannya masing-masing.

Efektifnya perlindungan konsumen menunjukkan keberhasilan dalam meraih tujuan, hal ini berkaitan dengan peran pemerintah sebagai pembuat regulasi yang harus selalu up to date dengan perkembangan terkini. Banyak argumen dari sejumlah ahli yang menjelaskan pentingnya revisi segera terhadap UUPK, bahkan dinyatakan sebagai tindakan mendesak. Tingginya jumlah pengaduan terkait pelanggaran perlindungan juga menjadi indikasi. Selain itu, ada risiko kerugian akibat penggunaan produk atau jasa, sehingga UUPK dapat dianggap sebagai bagian dari hukum yang mengatur tentang penyediaan perlindungan bagi konsumen guna memenuhi kebutuhan mereka. Peraturan mengenai perlindungan konsumen sudah ada jauh sebelum teknologi berkembang. Bisnis di era digital adalah hal baru yang belum diatur secara spesifik dan

menyeluruh, meskipun ada beberapa aspek yang telah dijangkau oleh UU ITE. Namun, peraturan yang ada saat ini belum mencakup rincian teknis mengenai perlindungan konsumen. Oleh karena itu, UUPK yang secara khusus menangani Perlindungan Konsumen memerlukan pembaruan untuk menghadapi kompleksitas permasalahan yang terus muncul.¹²

Konsumen yang mengalami kerugian saat bertransaksi secara online, UUPK telah menyediakan opsi untuk menyelesaikan perselisihan yang muncul dalam transaksi online, baik melalui jalur pengadilan maupun alternatif di luar pengadilan. Upaya penyelesaiannya melalui pengadilan, telah diatur dalam Pasal 45 ayat (1) UUPK yang mengatur bahwa “Setiap konsumen yang dirugikan dapat mengugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum”. Kemudian, penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diatur dalam Pasal 47 UUPK yang mengatur sebagai berikut “penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen”.¹³

Dasar hukum yang ada saat ini kurang efektif dalam menangani isu ini karena tidak merinci mengenai transaksi jual-beli online. Sebetulnya, masalah ini muncul akibat kebijakan media sosial di Indonesia yang sangat longgar terkait konten yang boleh diunggah oleh pengguna, selama tidak melanggar norma dan SARA.

¹² Fenny Bintarawati dan Daud Rismana, *"Efektifitas Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Bagi Pengguna E-Commerce Di Era Ekonomi Digital"*, *Risalah Hukum*, Vol. 20 No. 2 (2024), hlm. 110.

¹³ Republik Indonesia, "Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen".

Umumnya, pengguna diperbolehkan mengunggah berbagai jenis konten, termasuk penjualan barang, meskipun platform tersebut tidak memiliki izin untuk melakukan aktivitas jual-beli.¹⁴

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengenai perlindungan konsumen sudah tidak relevan lagi dalam memberikan perlindungan hukum kepada konsumen yang memanfaatkan e-commerce, karena kemampuan undang-undang ini dalam melindungi hak konsumen sangat terbatas pada ketentuan lama yang diterapkan pada kegiatan ekonomi konvensional. Penting bagi pemerintah untuk segera melakukan revisi terkait ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen agar dapat mengikuti perkembangan kondisi ekonomi digital saat ini yang mengharuskan kita untuk beradaptasi dengan perubahan yang terjadi, karena risiko yang muncul akibat transformasi ekonomi digital ini memerlukan pendekatan yang berbeda. Tentu saja, kolaborasi yang baik antara pelaku usaha dan konsumen sangat penting untuk memenuhi hak-hak konsumen. Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini juga sudah berusia 25 tahun, sehingga sudah jauh tertinggal dari kemajuan teknologi digital yang pesat saat ini, bahkan regulasi ini tidak lagi mampu memberikan perlindungan hukum kepada konsumen di era digital yang serba canggih ini. Dengan adanya pembaruan pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen, diharapkan dapat memberikan dukungan dan menjamin perlindungan hukum bagi konsumen pengguna e-commerce di Indonesia, sehingga diharapkan sengketa konsumen tidak lagi terjadi dan hak-hak mereka dapat dipenuhi.¹⁵

¹⁴ Bhagaskara dan Tarina, *op.cit.*, hlm. 403.

¹⁵ Bintarawati dan Rismana, *op.cit.*, hlm. 110.

E. KESIMPULAN

Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli online di Indonesia telah diatur melalui beberapa instrumen hukum, terutama Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). UUPK memberikan perlindungan berupa pengakuan hak-hak konsumen atas keamanan, kenyamanan, informasi yang benar, serta hak atas ganti rugi apabila dirugikan. Di sisi lain, UU ITE melindungi konsumen dari kejahatan digital seperti penipuan dan penyebaran informasi palsu dalam transaksi elektronik.

Efektivitas penerapan UUPK dalam melindungi konsumen dari kejahatan jual beli online masih menghadapi tantangan. Minimnya pengaturan teknis dalam regulasi yang ada, lemahnya pengawasan terhadap platform digital, dan cepatnya laju transformasi ekonomi digital menunjukkan bahwa UUPK sudah tidak lagi relevan dalam mengakomodasi kebutuhan perlindungan konsumen masa kini.

F. SARAN

Perlindungan konsumen dalam transaksi online perlu diperkuat melalui revisi Undang-Undang Perlindungan Konsumen agar sesuai dengan perkembangan digital. Penegakan hukum harus ditingkatkan dengan koordinasi antar lembaga terkait. Konsumen juga perlu diberikan literasi digital untuk memahami hak-haknya. Selain itu, marketplace wajib memiliki tanggung jawab lebih jelas dalam melindungi konsumen, dan mekanisme penyelesaian sengketa di luar pengadilan seperti BPSK perlu diperkuat agar efektif dan mudah diakses.

DAFTAR PUSTAKA

Peraturan Perundang-undangan

Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik*, 2024.

Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999
Perlindungan Konsumen, 1999.
<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/45288/uu-no-8-tahun-1999>

Jurnal

Bhagaskara, Kevin Adwitiya, and Dwi Desi Yayi Tarina, 'Perlindungan Konsumen Terhadap Permasalahan Transaksi Online Dalam Platform Marketplace Tidak Resmi', *Jurnal Usm Law Review*, 7.1 (2024).
<<https://doi.org/10.26623/julr.v7i1.8907>>

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).
<<https://doi.org/10.30872/risalah.v20i2.1570>>

Jiyan Puspitasari, Rahmadany, and Al-Qodar Purwo Sulisty, 'Perlindungan Hukum Terhadap Korban Penipuan Online Investasi Ilegal Menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016.', *Eksaminasi: Jurnal Hukum*, 3.2 (2024), 53–60

Mewu, Marina Yetrin Sriyati, and Kadek Julia Mahadewi, 'Perlindungan Konsumen Dalam Pembelian Produk Online: Analisis Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia', *Jurnal Kewarganegaraan*, 7.1 (2023), 441–50

Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, Mataram University Press,

Pertama (Mataram: Mataram University Press, 2020)
<http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI>

Nurlaili Janati, Delima Afriyanti, and Ficha Melina, 'Perlindungan Konsumen Pada Platform Belanja Online Perspektif Hukum Ekonomi Islam', *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6.1 (2023), 134–47
<[https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6\(1\).13839](https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6(1).13839)>

Tumbel, Trivena Gabriela Miracle, Emma V.T. Senewe, and Donna O. Setiabudhi, 'Perlindungan Konsumen Jual Beli Online Dalam Era Digital 4.0', *Quarterly Journal of Health Psychology*, 8.3 (2020), 73–92
<http://hpj.journals.pnu.ac.ir/article_6498.html>

Widyastuti, Elisa Siti, Tiya Rissa Kamila, and Panji Adam Agus Saputra, 'Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce: Suatu Perspektif Hukum Islam', *Milkiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1.2 (2022), 43–50
<<https://doi.org/10.46870/milkiyah.v1i2.208>>

Lain-Lain

Kementerian Keuangan Direktorat Jenderal Bea Dan Cukai, Media Center, 'Waspadai Penipuan Modus Online Shop Fiktif Dan Petugas Bea Cukai Gadungan', 2025
<<https://www.beacukai.go.id/berita/waspadai-penipuan-modus-online-shop-fiktif-dan-petugas-bea-cukai-gadungan.html>>