



**MODEL PERLINDUNGAN HUKUM
BAGI KONSUMEN PEMAKAI JASA ELEKTRONIK
DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE**

Oleh :

- 1. Mokhammad Samsudin, S.H., M.Hum.
NIDN. 0629096001**
- 2. Widiati Dwi Winarni, S.H., M.H.
NIDN. 0606066205**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SEMARANG
2024**

HALAMAN PENGESAHAN

1	Penelitian		
	a	Judul penelitian	Model Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Pemakai Jasa Elektronik Dalam Transaksi E-Commerce
	b	Bidang ilmu	Ilmu Hukum
	c	Kategori penelitian	Mandiri
2	Ketua peneliti		
	a	Nama lengkap	Mokhamad Samsudin, S.H, M.Hum
	b	Jenis kelamin	Laki -Laki
	c	NRP/NIDN	0629096001
	d	Pangkat / Golongan	Penata/ III C
	e	Jabatan Fungsional	Lektor
	f	Program studi/Fakultas	Ilmu Hukum / Fakultas Hukum
3	Anggota peneliti I		(bila Penelitian kelompok)
	a	Nama Lengkap	Widiati Dwi Winarni, S.H., M.H
	b	Program studi/Fakultas	Ilmu Hukum / Fakultas Hukum
4	Anggota peneliti II		-
	a	Nama Lengkap	-
	b	Program studi/Fakultas	(bila Penelitian kelompok)
5	Lokasi penelitian		Kabupaten Pemalang
6	Institusi mitra		(bila ada)
7	Jangka Waktu penelitian		6 Bulan
8	Biaya yang digunakan		
	a	Sumber dari UNTAG semarang	Rp. 6.000.000
	b	Sumber lain	-
		Jumlah	Rp. 6.000.000

Semarang, 28 Juli 2025

Mengetahui
Dekan
U.B. Wakil Dekan I



Dr. Krismiyarsi, S.H.,M.Hum
NIDN. 0627076301

Ketua peneliti



Mokhamad Samsudin, S.H, M.Hum
NIDN. 0629096001

Mengetahui/Mengesahkan
Ketua lembaga penelitian



Prof. Dr. Honorata Ratnawati Dwi Putranti, S.E.,M.M
NIDN. 0611016601



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SEMARANG
LEMBAGA PENELITIAN

Jl. Pawiyatan Luhur, Bendhan Dhuwur, Telp. (024) 8441771. Faks. (024) 8441772, , Semarang 50235
Laman : lemlit.untagsmg.ac.id, e-mail: lemlit@untagsmg.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor : 016/B.09/S.Tgs/II/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini Ketua Lembaga Penelitian Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.

Nama : Prof. Dr. Honorata Ratnawati Dwi Putranti, S.E.,M.M
NIDN : 0611016601
Pangkat/Gol : Pembina / IV A
Jabatan Fungsional : Guru Besar

Menugaskan kepada :

No	Nama	NIDN	Pangkat/Gol	Jabatan
1	Mokhammad Samsudin, S.H.,M.Hum	0629096001	Penata	Ketua
2	Widiati Dwi Winarni, S.H.,M.H	0606066205	Penata	Anggota

Selaku Dosen Fakultas Hukum Universitas 17 Agustus 1945 Semarang untuk melaksanakan penelitian, berjudul: “**MODEL PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN PEMAKAI JASA ELEKTRONIK DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE**”, yang dilaksanakan bulan Februari 2025 sampai dengan Juli 2025, dengan kewajiban segera menyerahkan laporan hasil penelitiannya setelah selesai melaksanakan kegiatan dimaksud kepada Lembaga Penelitian Universitas 17 Agustus 1945 Semarang dan mempublikasikan luaran penelitian dalam Jurnal atau Prosiding

Demikian surat tugas ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 4 Februari 2025

Ketua,

Dr. Honorata Ratnawati Dwi Putranti, S.E.,M.M
NRP/NIDN. 1113117/ 0611016601

Tembusan :

1. Wakil Rektor I
2. Arsip

PROGRAM STUDI

Ilmu Hukum (S1)
Magister Ilmu Hukum (S2)
Magister Kenotariatan (S2)

Ilmu Administrasi Negara (S1)
Ilmu Administrasi Niaga (S1)
Ilmu Administrasi Bisnis (D3)

Manajemen (S1)
Akuntansi (S1)
Magister Manaiemen (S2)

Teknik Sipil (S1)
Teknik Kimia (S1)
Arsitektur (S1)

Teknologi Hasil
Pertanian (S1)

Sastra Inggris (S1)
Bahasa Jepang (D3)
Sastra Inqaris (D3)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan rasa syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT atas rahmat dan ridho-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan laporan penelitian dengan judul Model Perlindungan Hukum Bagi Kunsumen Pemakai Jasa Elektronik Dalam Transaksi E- Commerce yang akan dilaksanakan mulai tanggal 28 Pebruari 2025 selama enam (6) bulan sampai bulan 28 Juli 2025. Kegiatan penelitian ini dilaksanakan dalam rangka pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi.

Pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Drs. H. Suparno, M.Si, selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.
2. Prof. Dr. Edy Lisdiyono, SH., M.Hum, selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.
3. Kepala Lembaga Penelitian Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.
4. Semua pihak yang telah membantu terlaksananya kegiatan penelitian ini.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Aamiin.

Semarang, 24 Juli 2024

Peneliti,

1. Mokhammad Samsudin, S.H., M.Hum.
NIDN. 0629096001
2. Widiati Dwi Winarni, S.H., M.Hum.
NIDN. 0606066205

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
ABSTRAK	v
A. LATAR BELAKANG MASALAH	1
B. RUMUSAN MASALAH	5
C. TUJUAN PENELITIAN	5
D. KERANGKA TEORI	6
1. Konsep Dasar.....	6
2. Landasan Teori.....	6
3. Landasan Hukum.....	9
E. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	9
1. Model Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi e-Commerce di Indonesia.....	9
2. Kendala yang dihadapi Dalam Implementasi Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce	19
F. PENUTUP	30
1. Simpulan.....	30
2. Saran.....	31
DAFTAR PUSTAKA	33

ABSTRAK

Sebagai suatu perdagangan yang berbasis teknologi canggih, *e-commerce* telah merenovasi perdagangan konvensional dimana interaksi antara konsumen dan pelaku usaha yang sebelumnya dilakukan secara langsung menjadi interaksi tidak langsung, dilakukan tanpa tatap muka (*non face*), *non sign* (tanpa tanda tangan), *paperless* (tanpa perjanjian) dan *borderless* (lintas batas). Di Indonesia, kepentingan konsumen seringkali dikalahkan oleh kekuatan suara pelaku usaha, hal ini disebabkan karena perangkat hukum yang ada belum memadai untuk melindungi kepentingan konsumen, kurang tegas dan belum bisa memberikan rasa aman.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa model perlindungan hukum yang sudah ada saat ini melindungi konsumen yang menggunakan jasa elektronik dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia, untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam implementasi perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce*. Untuk mengetahui model perlindungan hukum yang ideal bagi konsumen *e-commerce* agar lebih efektif dan komprehensif.

Dari hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa Model perlindungan hukum bagi konsumen *e-commerce* di Indonesia dibangun di atas fondasi dualisme: preventif dan represif. Model preventif berupaya mencegah kerugian melalui kewajiban transparansi informasi, keamanan sistem, dan larangan praktik tidak adil. Sementara itu, model represif menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa dan penegakan sanksi setelah kerugian terjadi.

Implementasi perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia menghadapi kendala yang bersifat sistemik dan multifaset. Kendala-kendala tersebut meliputi: (1) Aspek Regulasi yang tertinggal dari inovasi teknologi dan terfragmentasi; (2) Aspek Kelembagaan berupa lemahnya pengawasan dan kesulitan penegakan hukum lintas batas; (3) Karakteristik *E-commerce* itu sendiri yang menciptakan asimetri informasi dan anonimitas; (4) Faktor Konsumen yang memiliki literasi digital dan hukum yang rendah; (5) Faktor Pelaku Usaha dengan tingkat kepatuhan yang beragam; serta (6) Mekanisme Penyelesaian Sengketa yang belum efektif dan efisien untuk sengketa digital.

Untuk mengatasi tantangan kompleks ini, diperlukan pendekatan holistik yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan: (a) Pemerintah: Perlu melakukan harmonisasi regulasi, memperkuat kapasitas lembaga pengawas dengan teknologi dan sumber daya manusia yang mumpuni, serta segera membangun dan melembagakan platform *Online Dispute Resolution* (ODR) nasional yang terjangkau dan berkekuatan hukum. (b) Platform *E-commerce*: Harus lebih proaktif dalam memverifikasi penjual, menyederhanakan dan memperkuat mekanisme penyelesaian sengketa internal, serta transparan mengenai syarat dan ketentuan.

Kata kunci : Transaksi *e-commerce*, perlindungan konsumen.

A. LATAR BELAKANG

Gelombang revolusi digital yang ditandai dengan penetrasi internet dan kemajuan teknologi informasi telah mengubah lanskap kehidupan manusia secara fundamental. Tidak hanya memengaruhi cara manusia berkomunikasi dan memperoleh informasi, revolusi ini juga membawa perubahan signifikan dalam pola perdagangan dan konsumsi. Hadirnya teknologi internet memfasilitasi terciptanya E-Commerce (Electronic Commerce), sebuah model transaksi bisnis yang memungkinkan pertukaran barang, jasa, dan informasi dilakukan secara elektronik. E-commerce telah tumbuh pesat, menjadi salah satu sektor ekonomi paling dinamis di dunia, termasuk di Indonesia. Pertumbuhan ini didorong oleh berbagai keunggulan yang ditawarkannya, seperti efisiensi waktu dan biaya, kemudahan akses, serta jangkauan pasar yang tidak terbatas oleh batas geografis.

Bagi konsumen, e-commerce menawarkan kemudahan yang belum pernah ada sebelumnya. Mereka dapat menelusuri berbagai produk dari berbagai penjual di seluruh dunia, membandingkan harga, dan melakukan pembelian hanya dengan beberapa klik, tanpa harus meninggalkan rumah. Ini menciptakan paradigma baru dalam interaksi antara penjual dan pembeli, di mana aspek fisik dan tatap muka yang sebelumnya menjadi inti dari transaksi konvensional kini digantikan oleh platform digital. Namun, di balik kemudahan dan inovasi tersebut, tersimpan berbagai tantangan dan risiko baru yang menuntut perhatian serius, terutama terkait perlindungan hak-hak konsumen. Pergeseran ini menjadi landasan mengapa model perlindungan hukum yang efektif dan relevan menjadi suatu kebutuhan yang tidak dapat dihindari.

Lanskap e-commerce yang masih relatif baru dan terus berkembang menciptakan berbagai celah hukum yang seringkali dimanfaatkan oleh pihak-pihak tidak bertanggung jawab. Salah satu masalah mendasar adalah **asimetri informasi** yang signifikan antara penjual dan pembeli. Dalam transaksi konvensional, konsumen dapat melihat, menyentuh, atau bahkan mencoba produk secara langsung. Sebaliknya, dalam e-commerce, konsumen hanya bergantung pada deskripsi produk, gambar, atau ulasan yang disediakan secara daring, yang terkadang tidak sesuai dengan realitas. Hal ini membuka peluang bagi penjual nakal untuk memberikan informasi yang menyesatkan atau menjual produk dengan kualitas rendah.

Selain itu, aspek keamanan menjadi perhatian utama. Proses pembayaran elektronik dan pertukaran data pribadi, seperti nama, alamat, dan nomor kartu kredit, sangat rentan terhadap serangan siber, penipuan, dan penyalahgunaan data. Banyak konsumen merasa khawatir data pribadi mereka akan disalahgunakan atau dicuri oleh pihak ketiga. Masalah lain yang sering muncul adalah terkait **pelaksanaan kewajiban** penjual, seperti keterlambatan pengiriman, barang yang tidak terkirim sama sekali, atau barang yang rusak saat diterima. Ketika masalah ini terjadi, mekanisme penyelesaian sengketa seringkali tidak jelas atau sulit diakses. Tidak adanya kehadiran fisik penjual membuat konsumen kesulitan untuk menuntut pertanggungjawaban, terutama jika penjual berada di yurisdiksi yang berbeda.

Tantangan ini diperparah oleh sifat e-commerce yang **lintas batas (cross-border)**. Konsumen di Indonesia dapat membeli barang dari penjual di negara lain, dan sebaliknya. Hal ini menimbulkan kompleksitas hukum yang luar biasa, seperti pertanyaan tentang hukum mana yang berlaku, pengadilan mana yang berwenang,

dan bagaimana keputusan hukum dapat dieksekusi di negara lain. Berbagai permasalahan ini mengikis kepercayaan konsumen terhadap ekosistem e-commerce dan menghambat potensi pertumbuhannya. Oleh karena itu, kebutuhan akan sebuah kerangka hukum yang komprehensif, responsif, dan adaptif menjadi sangat mendesak.

Perlindungan konsumen adalah pilar fundamental dari setiap sistem ekonomi yang adil. Di Indonesia, upaya perlindungan konsumen telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Meskipun UUPK memberikan landasan umum yang kuat untuk melindungi hak-hak konsumen, undang-undang ini disusun pada era di mana e-commerce belum sepopuler sekarang. Akibatnya, banyak ketentuan di dalamnya tidak secara eksplisit atau memadai mengakomodasi karakteristik unik dari transaksi elektronik. Misalnya, UUPK tidak secara spesifik mengatur tentang validitas kontrak elektronik, perlindungan data pribadi dalam transaksi daring, atau mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif di ranah digital.

Menyadari kekosongan hukum ini, pemerintah Indonesia mengesahkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yang kemudian direvisi menjadi Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 yang kemudian dirubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). UU ITE menjadi landasan hukum yang lebih spesifik untuk transaksi elektronik. Namun, meskipun UU ITE telah memberikan beberapa kerangka dasar, masih terdapat celah yang perlu diisi. Misalnya,

perlindungan data pribadi masih tersebar di berbagai peraturan dan belum terintegrasi dalam satu undang-undang yang komprehensif. Selain itu, implementasi dan penegakan hukum terhadap pelaku usaha e-commerce, terutama yang berskala kecil atau berasal dari luar negeri, seringkali menghadapi kendala.

Keterbatasan-keterbatasan ini menunjukkan bahwa sekadar memiliki undang-undang tidaklah cukup. Diperlukan sebuah model perlindungan hukum yang lebih sistematis dan terintegrasi. Model ini harus mencakup tiga pilar utama: pencegahan (preventif), penanganan (represif), dan edukasi. Secara preventif, model ini harus mengatur standar keamanan dan transparansi yang wajib dipenuhi oleh pelaku usaha e-commerce. Secara represif, model ini harus menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa yang cepat, mudah, dan terjangkau bagi konsumen. Dan secara edukatif, model ini harus mendorong literasi digital konsumen agar mereka dapat bertransaksi dengan aman dan bijak.

Kesenjangan antara pesatnya pertumbuhan e-commerce dan belum optimalnya kerangka perlindungan hukum menciptakan urgensi bagi penelitian ini. Studi ini tidak hanya bertujuan untuk mengidentifikasi kelemahan dalam peraturan yang ada, tetapi lebih jauh, untuk merumuskan sebuah **model perlindungan hukum yang holistik** dan relevan dengan dinamika e-commerce di era digital. Penelitian ini akan menganalisis secara mendalam bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen e-commerce seharusnya dirancang dan diimplementasikan agar efektif.

Model yang diusulkan dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pembuat kebijakan, pelaku usaha, dan konsumen itu sendiri. Dengan adanya model yang jelas, diharapkan tercipta sebuah ekosistem e-commerce yang

sehat dan berkelanjutan, di mana hak-hak konsumen dihormati dan dilindungi, sementara inovasi bisnis tetap dapat berkembang. Tujuan akhirnya adalah untuk menumbuhkan kepercayaan publik terhadap transaksi elektronik, yang pada gilirannya akan mendorong pertumbuhan ekonomi digital Indonesia secara keseluruhan. Oleh karena itu, penelitian ini bukan sekadar kajian normatif, melainkan sebuah kontribusi praktis untuk membangun landasan hukum yang kokoh bagi masa depan perdagangan digital.

B. PERUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana model perlindungan hukum yang sudah ada saat ini melindungi konsumen yang menggunakan jasa elektronik dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia ?
2. Apa saja kendala yang dihadapi dalam implementasi perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* ?
3. Bagaimana seharusnya model perlindungan hukum yang ideal untuk konsumen *e-commerce* agar lebih efektif dan komprehensif ?

C. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui dan menganalisa model perlindungan hukum yang sudah ada saat ini melindungi konsumen yang menggunakan jasa elektronik dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia.
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam implementasi perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce*.
3. Untuk mengetahui model perlindungan hukum yang ideal bagi konsumen *e-*

commerce agar lebih efektif dan komprehensif.

D. KERANGKA TEORI

I. Konsep Dasar

a. Transaksi Elektronik (*E-Commerce*)

Transaksi elektronik atau *e-commerce* merupakan kegiatan jual-beli produk dan jasa yang dilakukan melalui jaringan internet. Dalam transaksi ini, peran teknologi informasi sangat sentral, memfasilitasi interaksi antara konsumen dan pelaku usaha. Karakteristik utama dari transaksi ini adalah sifatnya yang tanpa batas ruang dan waktu, serta ketiadaan tatap muka antara para pihak.

b. Konsumen dan Perlindungan Hukum Konsumen

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Perlindungan hukum konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.

2. Landasan Teori

a. Teori Perlindungan Konsumen

Teori ini berfokus pada keseimbangan posisi antara konsumen dan pelaku usaha. Dalam konteks *e-commerce*, konsumen sering kali berada pada posisi yang lebih lemah karena:

- 1) Informasi yang tidak seimbang (asimetri informasi): Konsumen sulit memverifikasi kebenaran informasi produk atau jasa secara langsung.
- 2) Risiko keamanan data pribadi: Data konsumen rentan disalahgunakan.
- 3) Mekanisme penyelesaian sengketa: Jalur penyelesaian yang tidak selalu mudah dan cepat.

Oleh karena itu, teori ini menegaskan pentingnya intervensi hukum untuk menciptakan keadilan dan mencegah kerugian bagi konsumen.

b. Teori Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Teori ini menekankan bahwa pelaku usaha harus bertanggung jawab penuh atas segala kerugian yang dialami konsumen akibat produk atau jasa yang mereka tawarkan. Dalam konteks *e-commerce*, tanggung jawab ini meluas, mencakup:

- 1) Kesesuaian barang dan jasa: Produk yang diterima harus sesuai dengan deskripsi di platform.
- 2) Keamanan transaksi dan data: Pelaku usaha wajib menjamin keamanan data pribadi dan transaksi finansial konsumen.
- 3) Penanganan pengaduan: Pelaku usaha harus menyediakan mekanisme pengaduan yang efektif.

c. Teori Perjanjian (Kontrak)

Transaksi *e-commerce* pada dasarnya adalah bentuk perjanjian jual-beli. Teori ini menjelaskan bahwa perjanjian yang terjadi dalam transaksi elektronik tetap tunduk pada prinsip-prinsip hukum perjanjian, seperti yang

diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata). Unsur-unsur pentingnya adalah kesepakatan, kecakapan, objek tertentu, dan kausa yang halal. Namun, penerapan teori ini dalam *e-commerce* menghadapi tantangan karena adanya perjanjian baku (standard contract) dan kurangnya negosiasi antara para pihak.

3. Landasan Hukum

a. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK)

- 1) UUPK menjadi payung hukum utama bagi perlindungan konsumen di Indonesia. Pasal-pasal yang relevan mencakup:
- 2) Pasal 4: Hak-hak konsumen.
- 3) Pasal 7: Kewajiban pelaku usaha.
- 4) Pasal 19: Tanggung jawab pelaku usaha.
- 5) Pasal 24: Pencantuman klausula baku.

b. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)

UU ITE dan perubahannya (Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016) mengatur aspek legal dari transaksi yang dilakukan secara elektronik. Beberapa ketentuan yang krusial antara lain:

- 1) Pasal 5: Keabsahan informasi elektronik sebagai alat bukti.
- 2) Pasal 17-18: Penyelenggaraan sistem elektronik.
- 3) Pasal 26: Perlindungan data pribadi.

c. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE). PP PMSE merupakan aturan pelaksana dari UU ITE yang lebih spesifik mengatur perdagangan *online*. Peraturan ini menguatkan aspek perlindungan konsumen dengan mengatur:

- 1) Kewajiban pelaku usaha PMSE: Mulai dari penyampaian informasi, standar layanan, hingga jaminan keamanan transaksi.
- 2) Penyelesaian sengketa PMSE: Memperjelas mekanisme yang dapat ditempuh oleh konsumen.

4. Studi Terdahulu

Bagian ini perlu diisi dengan tinjauan pustaka dari penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan, baik dari jurnal ilmiah, tesis, maupun disertasi. Tujuannya adalah untuk menunjukkan posisi penelitian Anda dan mengidentifikasi celah penelitian (*research gap*) yang akan Anda isi.

5. Kerangka Konseptual

Bagian ini berisi model atau bagan yang menggambarkan hubungan antara variabel penelitian, yaitu perlindungan hukum konsumen sebagai variabel terikat dan transaksi *e-commerce* sebagai variabel bebas. Kerangka ini akan memvisualisasikan bagaimana aturan hukum yang ada dapat diterapkan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.

E. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Model perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce di Indonesia.

Indonesia telah menyaksikan transformasi digital yang pesat, dengan e-commerce menjadi salah satu pilar utama ekonomi digital. Pertumbuhan ini didorong oleh peningkatan penetrasi internet, adopsi ponsel pintar yang masif, dan perubahan perilaku konsumen yang semakin nyaman berbelanja secara daring. Platform seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, Blibli, serta model bisnis baru seperti *social commerce* (melalui Instagram, TikTok, WhatsApp) telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari.

Di balik kemudahan dan peluang yang ditawarkan, transaksi e-commerce menyimpan berbagai risiko bagi konsumen. Masalah seperti penipuan (*scam*), barang yang tidak sesuai dengan deskripsi (cacat atau palsu), keterlambatan pengiriman, kesulitan dalam proses pengembalian barang (*retur*), serta penyalahgunaan data pribadi menjadi tantangan nyata. Karakteristik transaksi e-commerce yang bersifat *borderless* (tanpa batas wilayah), *anonymous* (para pihak sering kali tidak saling kenal), dan *paperless* (minim bukti fisik) menciptakan kerentanan yang lebih tinggi bagi konsumen dibandingkan transaksi konvensional.

Oleh karena itu, kehadiran negara melalui kerangka hukum yang kuat dan adaptif menjadi sangat krusial. Perlindungan hukum ini tidak hanya bertujuan untuk memberikan rasa aman kepada konsumen, tetapi juga untuk membangun ekosistem e-commerce yang sehat, adil, dan berkelanjutan, yang pada akhirnya akan mendorong pertumbuhan ekonomi nasional.

a. Kerangka Hukum Utama Perlindungan Konsumen E-commerce di Indonesia.

Perlindungan hukum bagi konsumen e-commerce di Indonesia tidak diatur dalam satu undang-undang tunggal, melainkan merupakan gabungan dari beberapa peraturan perundang-undangan yang saling melengkapi. Fondasi utamanya adalah:

- 1) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK): Merupakan landasan umum perlindungan konsumen di Indonesia. Meskipun disusun sebelum era e-commerce modern, asas-asas dan norma di dalamnya (seperti hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur; hak untuk didengar pendapat dan keluhannya; serta kewajiban pelaku usaha untuk beriktikad baik) tetap berlaku secara mutatis mutandis pada transaksi elektronik.
- 2) Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE): Undang-undang ini secara khusus mengakui kekuatan hukum dari transaksi elektronik dan dokumen elektronik. UU ITE memberikan landasan legalitas bagi kontrak digital, tanda tangan elektronik, dan mengatur perbuatan yang dilarang dalam penggunaan media elektronik, termasuk penipuan online.
- 3) Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE): Peraturan ini adalah "kitab suci" bagi e-commerce di Indonesia. PP No. 80/2019 mengatur secara detail

kewajiban para pihak dalam transaksi e-commerce, mulai dari pelaku usaha, Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE/marketplace), hingga konsumen. Peraturan ini memperjelas banyak aspek, termasuk informasi minimum yang harus disediakan, mekanisme kontrak, dan prosedur penyelesaian sengketa.

- 4) Undang-Undang No. 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi (UU PDP): Mengingat transaksi e-commerce sangat lekat dengan pertukaran data pribadi (nama, alamat, nomor telepon, riwayat belanja), UU PDP memberikan perlindungan fundamental atas privasi konsumen. Undang-undang ini mengatur prinsip-prinsip pemrosesan data, hak-hak pemilik data (konsumen), dan kewajiban pengendali data (pelaku usaha/platform).

Dari kerangka hukum tersebut, model perlindungan hukum bagi konsumen e-commerce di Indonesia dapat dibedakan menjadi dua model utama: Model Perlindungan Preventif dan Model Perlindungan Represif.

Model perlindungan preventif adalah segala upaya hukum yang dirancang untuk mencegah terjadinya kerugian pada konsumen sebelum atau pada saat transaksi dilakukan. Fokusnya adalah pada penciptaan kondisi yang adil, transparan, dan aman sejak awal.

1) Kewajiban Penyediaan Informasi yang Jelas dan Akurat.

Ini adalah garda terdepan perlindungan preventif. PP PMSE secara tegas mewajibkan pelaku usaha untuk menyediakan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai:

- a) Identitas Pelaku Usaha: Nama, alamat legal, dan nomor izin usaha.
- b) Spesifikasi Barang/Jasa: Deskripsi produk, gambar, bahan, ukuran, dan masa berlaku.
- c) Harga Total: Termasuk semua biaya tambahan seperti pajak, ongkos kirim, dan biaya lainnya.
- d) Prosedur Transaksi: Cara pembayaran, cara pengiriman, dan estimasi waktu pengiriman.
- e) Layanan Purna Jual: Syarat dan ketentuan garansi, prosedur retur, dan kontak layanan pelanggan (*customer service*).

Marketplace (PPMSE) juga diwajibkan untuk menyediakan fasilitas yang memungkinkan penjual menampilkan informasi ini dan memfasilitasi komunikasi antara penjual dan pembeli. Dengan informasi yang lengkap, konsumen dapat membuat keputusan pembelian yang cerdas dan terhindar dari praktik-praktik menyesatkan.

2) **Jaminan Keamanan Sistem dan Transaksi Elektronik**

Perlindungan preventif juga mencakup aspek teknis. Pemerintah, melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), mewajibkan setiap Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE), termasuk platform e-commerce, untuk mendaftarkan diri. Kewajiban ini bertujuan untuk:

- a) Akuntabilitas: Memastikan platform memiliki penanggung jawab yang jelas di wilayah hukum Indonesia.

- b) Standar Keamanan: PSE wajib menerapkan sistem keamanan yang andal untuk melindungi dari kegagalan sistem, gangguan, dan serangan siber yang dapat merugikan konsumen.
- c) Perlindungan Data Pribadi: Platform harus memiliki mekanisme perlindungan data pribadi sesuai standar UU PDP, termasuk penggunaan enkripsi dan persetujuan (*consent*) dari konsumen sebelum memproses datanya.

Selain itu, penggunaan sistem rekening bersama (*escrow account*) oleh marketplace adalah bentuk perlindungan preventif yang sangat efektif. Dana dari pembeli tidak langsung diteruskan ke penjual, melainkan ditahan oleh platform hingga barang diterima dengan baik oleh konsumen.

3) Larangan Klausula Baku yang Merugikan

UUPK melarang pelaku usaha mencantumkan klausula baku (syarat dan ketentuan standar) yang merugikan konsumen. Dalam konteks e-commerce, ini bisa berupa:

- a) Pengalihan tanggung jawab pelaku usaha kepada pihak ketiga.
- b) Pernyataan bahwa pelaku usaha berhak menolak pengembalian barang yang sudah dibeli.
- c) Aturan sepihak yang memberikan kuasa kepada pelaku usaha untuk melakukan tindakan apa pun terkait barang yang sudah dibayar.

Setiap klausula baku yang bertentangan dengan UUPK batal demi hukum, artinya dianggap tidak pernah ada.

b. Model Perlindungan Hukum Represif

Model perlindungan represif adalah upaya hukum yang dilakukan **setelah terjadi sengketa atau kerugian** pada konsumen. Tujuannya adalah untuk memberikan jalan bagi konsumen untuk menuntut haknya, mendapatkan ganti rugi, dan memberikan efek jera kepada pelaku usaha yang melanggar.

1) Mekanisme Penyelesaian Sengketa

Hukum di Indonesia menyediakan beberapa jalur bagi konsumen untuk menyelesaikan sengketa e-commerce:

a) Jalur Internal Platform (Langkah Pertama)

Hampir semua platform marketplace besar memiliki mekanisme penyelesaian sengketa internal, seperti "Pusat Resolusi" atau "Komplain Pesanan". Ini adalah jalur yang paling cepat dan umum digunakan. Konsumen dapat mengajukan keluhan, mengunggah bukti (foto/video), dan platform akan bertindak sebagai mediator antara pembeli dan penjual. Sistem rekening bersama menjadi kunci di tahap ini, karena platform dapat menahan atau mengembalikan dana berdasarkan hasil mediasi.

b) Jalur Non-Litigasi (Di Luar Pengadilan)

Jika jalur internal tidak membuahkan hasil, konsumen dapat menempuh jalur penyelesaian sengketa alternatif di luar pengadilan. Lembaga utamanya adalah:

(1) Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK): Lembaga ini ada di tingkat kabupaten/kota dan memiliki wewenang untuk menyelesaikan sengketa konsumen melalui tiga cara:

- Konsiliasi: Upaya damai dengan bantuan konsiliator.
- Mediasi: Perundingan yang ditengahi oleh mediator untuk mencapai kesepakatan.
- Arbitrase: Penyelesaian sengketa oleh arbiter yang putusannya bersifat final dan mengikat para pihak. Proses di BPSK dirancang lebih cepat dan lebih murah dibandingkan pengadilan.

(2) Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa (LAPS): Untuk sengketa di sektor jasa keuangan (misalnya, terkait *paylater* atau dompet digital yang terintegrasi dengan e-commerce), konsumen dapat mengadu ke LAPS Sektor Jasa Keuangan (LAPS SJK) yang diawasi oleh OJK.

c) Jalur Litigasi (Pengadilan)

Sebagai upaya terakhir, konsumen dapat mengajukan gugatan perdata ke Pengadilan Negeri. Gugatan dapat diajukan secara individu atau secara kelompok (*class action*) jika ada banyak konsumen yang mengalami kerugian serupa. Namun, jalur ini

cenderung memakan waktu, biaya, dan proses yang lebih kompleks.

2) Penegakan Sanksi

Perlindungan represif juga diwujudkan melalui penegakan sanksi terhadap pelaku usaha yang melanggar peraturan. Sanksi ini dapat berupa:

- a) **Sanksi Administratif:** Diberikan oleh kementerian/lembaga terkait (Kementerian Perdagangan, Kominfo). Sanksi ini dapat berupa peringatan tertulis, denda administratif, penghentian sementara kegiatan usaha, hingga pemblokiran akses ke platform/situs (pencabutan Tanda Daftar PSE).
- b) **Sanksi Perdata:** Berupa kewajiban membayar ganti rugi kepada konsumen atas kerugian yang diderita.
- c) **Sanksi Pidana:** Untuk pelanggaran serius seperti penipuan yang diatur dalam UU ITE dan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP), pelaku dapat diancam dengan hukuman penjara dan denda.

c. Tantangan, Arah Pengembangan, dan Kesimpulan

1) Tantangan dalam Implementasi

Meskipun kerangka hukum sudah cukup komprehensif, implementasinya masih menghadapi sejumlah tantangan signifikan:

- a) **Literasi Hukum dan Digital Konsumen:** Banyak konsumen yang belum sepenuhnya sadar akan hak-hak mereka dan prosedur

hukum yang tersedia. Mereka sering kali berhenti pada tahap komplain di media sosial tanpa menempuh jalur formal.

- b) **Transaksi Lintas Batas (*Cross-Border*):** Semakin banyak konsumen Indonesia berbelanja dari penjual atau platform asing. Ketika terjadi sengketa, penegakan hukum menjadi sangat sulit karena perbedaan yurisdiksi, hukum, dan bahasa.
- c) **Pembuktian:** Dalam transaksi digital, beban pembuktian sering kali menjadi tantangan bagi konsumen. Misalnya, membuktikan bahwa kerusakan barang bukan disebabkan oleh jasa pengiriman atau oleh konsumen itu sendiri.
- d) **Kapasitas Kelembagaan:** BPSK sering kali kekurangan sumber daya dan jangkauannya terbatas, sehingga belum efektif menangani volume sengketa e-commerce yang sangat besar.
- e) **Dinamika Model Bisnis:** Munculnya model-model baru seperti *dropshipping* dan *social commerce* sering kali menciptakan area abu-abu dalam hal penentuan siapa pihak yang bertanggung jawab (apakah *influencer*, *reseller*, atau pemasok utama?).

2) **Arah Pengembangan Perlindungan Konsumen di Masa Depan**

Untuk menjawab tantangan tersebut, arah pengembangan perlindungan konsumen e-commerce di Indonesia perlu difokuskan pada:

- a) **Penguatan Pengawasan Proaktif:** Pemerintah, melalui Kementerian Perdagangan dan Kominfo, perlu meningkatkan pengawasan proaktif terhadap platform dan pelaku usaha, tidak

hanya menunggu adanya laporan. Ini termasuk audit acak terhadap kepatuhan penyediaan informasi dan keamanan sistem.

- b) **Pengembangan *Online Dispute Resolution (ODR)*:** Mendorong pembentukan platform ODR nasional yang terintegrasi, mudah diakses, dan berbiaya rendah. Ini akan menjadi alternatif yang lebih efisien dibandingkan BPSK atau pengadilan untuk sengketa bernilai kecil yang menjadi ciri khas e-commerce.
- c) **Edukasi Konsumen Masif:** Melakukan kampanye edukasi secara berkelanjutan untuk meningkatkan literasi digital dan hukum konsumen, agar mereka lebih cerdas dalam bertransaksi dan lebih berani dalam menuntut haknya.
- d) **Harmonisasi dan Modernisasi Regulasi:** Terus meninjau dan memperbarui peraturan yang ada agar tetap relevan dengan perkembangan teknologi dan model bisnis e-commerce yang dinamis.
- e) **Kerja Sama Internasional:** Membangun kerja sama dengan negara lain untuk menciptakan mekanisme penyelesaian sengketa dan penegakan hukum yang efektif untuk transaksi lintas batas.

2. **Kendala yang dihadapi dalam implementasi perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce***

Kendala Implementasi Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia

a. **Kendala dari Aspek Regulasi**

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap perdagangan secara fundamental. E-commerce (perdagangan elektronik) telah menjadi pilar utama ekonomi digital di Indonesia, menawarkan kemudahan, kecepatan, dan jangkauan yang tidak terbatas. Laporan dari Google, Temasek, dan Bain & Company memproyeksikan nilai ekonomi digital Indonesia akan terus meroket, menunjukkan betapa integralnya e-commerce dalam kehidupan masyarakat.

Namun, di balik kemudahan dan potensi ekonominya, transaksi e-commerce menyimpan kerentanan yang signifikan bagi konsumen. Sifatnya yang nirbatas (borderless), anonim, dan minim tatap muka menciptakan asimetri informasi dan kekuatan yang timpang antara pelaku usaha dan konsumen. Konsumen dihadapkan pada berbagai risiko, mulai dari penipuan, barang tidak sesuai deskripsi, produk palsu, penyalahgunaan data pribadi, hingga kesulitan dalam mengajukan keluhan dan mendapatkan ganti rugi. Pemerintah Indonesia telah berupaya membangun fondasi hukum untuk melindungi konsumen dalam ranah digital melalui serangkaian peraturan, seperti Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), serta peraturan pelaksanaannya seperti Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan

Transaksi Elektronik (PP PSTE) dan Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE).

Meskipun kerangka hukum tersebut telah ada, implementasinya di lapangan masih menghadapi berbagai kendala yang kompleks dan multidimensional. Efektivitas perlindungan hukum tidak hanya diukur dari keberadaan peraturan, tetapi dari kemampuannya untuk ditegakkan dan dirasakan manfaatnya oleh konsumen. Tulisan ini akan menguraikan secara mendalam kendala-kendala utama yang menghambat implementasi perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce di Indonesia.

b. Kendala dari Aspek Regulasi dan Perundang-undangan

Fondasi dari perlindungan hukum adalah peraturan yang kuat dan relevan. Namun, dalam konteks e-commerce yang dinamis, aspek regulasi justru menjadi salah satu sumber kendala utama.

1) Sifat Regulasi yang Reaktif dan Tertinggal (Regulatory Lag)

Kendala paling fundamental adalah kecepatan inovasi teknologi yang jauh melampaui kecepatan proses legislasi. Hukum cenderung bersifat reaktif; ia dibuat untuk merespons masalah yang sudah muncul. Sementara itu, model bisnis e-commerce, skema penipuan, dan teknologi yang digunakan terus berevolusi dengan sangat cepat.

Contoh Kasus: Munculnya model bisnis *social commerce* (penjualan melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook) dan *live shopping* menciptakan area abu-abu. Pelaku usaha di platform ini

seringkali bersifat perorangan dan informal, tidak terdaftar sebagai badan usaha, dan tidak tunduk pada aturan ketat yang berlaku bagi platform *marketplace* besar. Regulasi yang ada, seperti PP PMSE, lebih mudah diterapkan pada entitas formal seperti Tokopedia atau Shopee, tetapi sulit menjangkau jutaan transaksi informal di media sosial. Ketika terjadi sengketa, penelusuran identitas penjual menjadi sangat sulit.

Dampak: Adanya kekosongan hukum (*legal vacuum*) atau ketidakjelasan hukum untuk model-model bisnis baru ini membuat konsumen tidak memiliki payung hukum yang pasti saat terjadi masalah.

2) Fragmentasi dan Tumpang Tindih Peraturan

Perlindungan konsumen e-commerce diatur oleh beberapa undang-undang dan peraturan yang berbeda, yang sering kali tidak terharmonialisasi dengan baik. Ada UUPK yang bersifat umum, UU ITE yang fokus pada aspek elektronik, dan PP PMSE yang khusus mengatur perdagangan digital.

Isu Koordinasi: Fragmentasi ini menciptakan kebingungan, baik bagi konsumen, pelaku usaha, maupun aparat penegak hukum. Misalnya, sebuah kasus penyalahgunaan data pribadi dalam transaksi e-commerce dapat bersinggungan dengan UU Perlindungan Data Pribadi (UU PDP), UU ITE, dan UUPK. Konsumen bingung harus melapor ke lembaga mana: Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), Kementerian

Perdagangan, Kementerian Komunikasi dan Informatika, atau Kepolisian?

Tumpang Tindih Kewenangan: Setiap lembaga memiliki yurisdiksinya masing-masing, yang dapat menyebabkan tumpang tindih kewenangan atau sebaliknya, saling lempar tanggung jawab. Hal ini memperlambat proses penanganan pengaduan dan mengurangi efektivitas penegakan hukum.

c. **Kendala dari Aspek Kelembagaan dan Penegakan Hukum**

Regulasi yang baik akan sia-sia tanpa adanya lembaga yang kuat dan penegakan hukum yang efektif. Di sinilah letak beberapa kendala kritis berikutnya.

1) **Keterbatasan Kapasitas dan Sumber Daya Lembaga Pengawas**

Lembaga pemerintah yang bertugas mengawasi dan menegakkan hukum perlindungan konsumen, seperti Kementerian Perdagangan, Kominfo, dan BPKN, menghadapi tantangan kapasitas yang serius.

a) **Skala yang Masif:** Jumlah transaksi e-commerce di Indonesia mencapai jutaan per hari, dengan jutaan pelaku usaha yang tersebar di seluruh negeri. Mengawasi volume sebesar ini secara efektif adalah tugas yang sangat berat. Sumber daya manusia, anggaran, dan infrastruktur teknologi yang dimiliki lembaga-lembaga ini seringkali tidak sebanding dengan skala industri yang diawasi.

b) **Kompetensi Digital:** Penegakan hukum di ranah siber memerlukan keahlian khusus. Aparat penegak hukum (APH) harus

memiliki pemahaman mendalam tentang forensik digital, pelacakan alamat IP, analisis data transaksi, dan modus operandi kejahatan siber yang terus berkembang. Kesenjangan kompetensi ini seringkali menjadi penghambat dalam proses investigasi.

2) **Kesulitan dalam Pembuktian dan Penelusuran Pelaku**

Sifat digital dari transaksi e-commerce menciptakan tantangan unik dalam hal pembuktian dan identifikasi pelaku.

- a) **Anonimitas Pelaku Usaha:** Penjual fiktif dapat dengan mudah membuat akun menggunakan identitas palsu, nomor telepon sekali pakai, dan rekening bank nomine. Setelah melakukan penipuan, mereka dapat dengan mudah menghapus akun dan jejak digitalnya, sehingga sangat sulit untuk dilacak.
- b) **Bukti Elektronik yang Rentan:** Bukti transaksi seperti percakapan chat, bukti transfer, atau tangkapan layar (screenshot) bersifat elektronik dan rentan untuk dimanipulasi atau dihapus oleh pelaku. Memvalidasi keaslian bukti digital ini memerlukan proses forensik yang tidak sederhana dan seringkali tidak dapat diakses oleh konsumen biasa.
- c) **Yurisdiksi Lintas Batas (Cross-Border Jurisdiction):** Banyak pelaku usaha atau platform e-commerce beroperasi dari luar negeri. Jika seorang konsumen Indonesia membeli barang dari penjual di negara lain dan terjadi sengketa, proses penegakan hukum menjadi sangat rumit. Hukum negara mana yang berlaku? Bagaimana

memaksa pelaku usaha di luar negeri untuk tunduk pada putusan pengadilan atau badan arbitrase di Indonesia? Masalah yurisdiksi ini adalah salah satu kendala paling pelik dalam perlindungan konsumen e-commerce global.

d. **Kendala Akibat Karakteristik Khas Transaksi E-commerce**

Beberapa kendala melekat pada sifat dasar dari e-commerce itu sendiri, yang membedakannya dari perdagangan konvensional.

1) Asimetri Informasi yang Ekstrem

Dalam transaksi tatap muka, konsumen dapat melihat, menyentuh, dan mencoba produk secara langsung. Di e-commerce, konsumen sangat bergantung pada informasi yang disajikan oleh penjual, seperti foto, video, dan deskripsi produk.

a) Informasi yang Menyesatkan: Penjual dapat dengan mudah memanipulasi informasi ini. Foto produk dapat diunduh dari internet atau diedit agar terlihat lebih menarik. Deskripsi bisa jadi tidak lengkap atau bahkan bohong. Fenomena "barang tidak sesuai gambar/deskripsi" adalah salah satu keluhan paling umum.

b) Ulasan Palsu (Fake Reviews): Kepercayaan konsumen seringkali dibangun melalui ulasan dan rating. Namun, praktik jual-beli ulasan palsu atau penggunaan *bot* untuk meningkatkan rating produk semakin marak. Hal ini merusak sistem kepercayaan dan membuat konsumen sulit untuk membuat keputusan pembelian yang objektif.

2) Klausula Baku (Standard Contract) yang Merugikan

Setiap transaksi di platform e-commerce didasari oleh "Syarat dan Ketentuan" (Terms and Conditions) yang harus disetujui konsumen. Dokumen ini merupakan kontrak baku elektronik.

- a) Posisi Tawar yang Lemah: Konsumen tidak memiliki posisi tawar untuk menegosiasikan isi dari syarat dan ketentuan tersebut. Posisinya adalah "take it or leave it".
- b) Klausula Eksonerasi: Seringkali, di dalam dokumen yang panjang dan bertele-tele tersebut, platform atau pelaku usaha menyisipkan klausula eksonerasi, yaitu klausula yang mengalihkan, membatasi, atau bahkan menghapuskan tanggung jawab mereka jika terjadi kerugian pada konsumen. Meskipun UUPK melarang klausula baku semacam ini, banyak konsumen tidak menyadarinya dan penagakannya di ranah digital masih lemah.

e. Kendala dari Sisi Konsumen

Efektivitas perlindungan hukum juga sangat bergantung pada kapasitas dan kesadaran dari pihak yang dilindungi, yaitu konsumen itu sendiri.

1) Rendahnya Literasi Digital dan Hukum Konsumen

Sebagian besar konsumen di Indonesia masih memiliki tingkat literasi digital dan kesadaran hukum yang rendah.

- a) Kurangnya Pemahaman akan Hak dan Kewajiban: Banyak konsumen tidak mengetahui hak-hak dasarnya, seperti hak untuk mendapatkan informasi yang benar, hak atas keamanan produk,

hak untuk didengar keluhannya, dan hak untuk mendapatkan ganti rugi. Mereka juga seringkali tidak memahami kewajibannya, seperti membaca deskripsi produk dengan teliti sebelum membeli.

- b) Kerentanan terhadap Penipuan: Kurangnya literasi digital membuat konsumen rentan terhadap berbagai modus penipuan, seperti *phishing* (pencurian data melalui tautan palsu), penipuan yang meminta kode OTP (*One-Time Password*), atau iming-iming hadiah yang tidak masuk akal. Mereka dengan mudah memberikan data pribadi dan finansial yang sensitif tanpa memahami risikonya.
- c) Keengganan Melapor: Ketika mengalami kerugian, terutama jika nilainya dianggap kecil, banyak konsumen yang enggan atau tidak tahu bagaimana cara melapor. Proses pengaduan dianggap rumit, memakan waktu, dan belum tentu membuahkan hasil. Sikap apatis ini membuat pelaku usaha nakal merasa leluasa karena perbuatannya jarang dilaporkan.

2) Perilaku Konsumen yang Kurang Cermat

Selain literasi, perilaku konsumen saat bertransaksi juga menjadi faktor kendala. Budaya "tergiur harga murah" tanpa memeriksa reputasi penjual, malas membaca deskripsi produk secara lengkap, dan kemudahan melakukan pembelian impulsif seringkali menempatkan konsumen pada posisi yang berisiko. Mereka seringkali baru menyadari adanya masalah setelah transaksi selesai, yang membuat proses penyelesaian sengketa menjadi lebih sulit.

f. Kendala dari Sisi Pelaku Usaha

Pelaku usaha, sebagai pihak yang berhadapan langsung dengan konsumen, juga menjadi sumber kendala, baik secara sengaja maupun tidak.

1) Tingkat Kepatuhan yang Bervariasi

Pelaku usaha di ekosistem e-commerce sangat beragam, mulai dari korporasi besar, UMKM, hingga penjual perorangan.

- a) Pelaku Usaha Informal: Sebagaimana disebutkan sebelumnya, banyak penjual di media sosial beroperasi secara informal. Mereka tidak memiliki izin usaha, tidak terdaftar sebagai Wajib Pajak, dan tidak memiliki alamat fisik yang jelas. Ketiadaan identitas formal ini membuat mereka sulit dijangkau oleh hukum.
- b) Itikad Tidak Baik (Bad Faith): Sebagian pelaku usaha memang dari awal memiliki itikad tidak baik untuk menipu atau mengambil keuntungan secara tidak adil. Mereka secara sadar menjual barang palsu, mengirimkan barang rusak, atau tidak mengirimkan barang sama sekali setelah menerima pembayaran.
- c) Kurangnya Pemahaman Regulasi: Di sisi lain, banyak pelaku usaha UMKM yang tidak sepenuhnya memahami kewajiban mereka menurut peraturan perundang-undangan. Mereka mungkin tidak tahu cara menyediakan informasi produk yang standar, cara menangani keluhan, atau kebijakan pengembalian barang yang adil, bukan karena niat buruk, tetapi karena ketidaktahuan.

g. Kendala dalam Akses dan Efektivitas Mekanisme Penyelesaian Sengketa

Ketika sengketa terjadi, ketersediaan mekanisme penyelesaian yang efektif dan mudah diakses menjadi kunci utama perlindungan konsumen. Sayangnya, area ini juga penuh dengan tantangan.

a) Keterbatasan Penyelesaian Sengketa Internal Platform

Sebagian besar platform *marketplace* menyediakan fitur penyelesaian sengketa internal seperti pusat resolusi, komplain, atau mediasi. Ini adalah garda terdepan dalam menangani masalah. Namun, mekanismenya memiliki keterbatasan:

(1) Potensi Keberpihakan: Meskipun berusaha netral, platform memiliki kepentingan bisnis dengan para penjualnya (terutama *power merchant*). Ada kalanya keputusan yang diambil dirasa tidak sepenuhnya adil bagi konsumen.

(2) Kekuasaan Terbatas: Keputusan platform biasanya terbatas pada pembekuan dana di rekening bersama (*escrow*), pengembalian dana, atau sanksi berupa penutupan toko. Mereka tidak memiliki wewenang hukum untuk memaksa ganti rugi yang lebih luas atau menjatuhkan sanksi pidana. Jika penjual sudah menarik dananya, kekuasaan platform menjadi sangat terbatas.

b) Inefektivitas Jalur Litigasi dan Alternatif Penyelesaian Sengketa (APS)

Untuk sengketa yang tidak selesai di tingkat platform, jalur formal yang tersedia adalah pengadilan (litigasi) atau lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa (APS) seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

- (1) Litigasi Pengadilan: Jalur pengadilan sama sekali tidak praktis untuk sengketa e-commerce yang umumnya bernilai kecil (*small claims*). Prosesnya panjang, biayanya mahal (melebihi nilai kerugian), dan prosedurnya rumit. Ini bukan pilihan yang realistis bagi sebagian besar konsumen.
- (2) Peran BPSK yang Belum Optimal: BPSK dirancang sebagai solusi yang lebih cepat dan murah. Namun, keberadaan BPSK belum merata di seluruh Indonesia. Selain itu, BPSK belum sepenuhnya beradaptasi dengan sengketa digital. Proses mediasi atau arbitrase seringkali masih mensyaratkan kehadiran fisik para pihak, yang menjadi mustahil jika konsumen dan penjual berada di kota atau provinsi yang berbeda.
- (3) Kebutuhan Mendesak akan *Online Dispute Resolution* (ODR): Solusi ideal untuk sengketa online adalah *Online Dispute Resolution* (ODR), yaitu sebuah platform digital tempat para pihak dapat melakukan mediasi atau arbitrase secara online. Meskipun gagasannya sudah lama ada, Indonesia belum memiliki platform ODR nasional yang terlembagakan, terintegrasi, dan memiliki kekuatan eksekutorial yang mengikat.

F. PENUTUP

1. Kesimpulan

Model perlindungan hukum bagi konsumen e-commerce di Indonesia dibangun di atas fondasi dualisme: **preventif** dan **represif**. Model preventif berupaya mencegah kerugian melalui kewajiban transparansi informasi, keamanan sistem, dan larangan praktik tidak adil. Sementara itu, model represif menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa dan penegakan sanksi setelah kerugian terjadi.

Kerangka hukum yang ada, yang ditopang oleh UUPK, UU ITE, PP PMSE, dan UU PDP, secara teori sudah cukup kuat. Namun, tantangan utama terletak pada **implementasi, pengawasan, dan adaptasi** terhadap kecepatan inovasi digital. Keberhasilan perlindungan konsumen di masa depan akan sangat bergantung pada kolaborasi sinergis antara pemerintah sebagai regulator, platform e-commerce sebagai fasilitator, pelaku usaha sebagai penyedia, dan konsumen yang semakin cerdas dan berdaya.

Implementasi perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce di Indonesia menghadapi kendala yang bersifat sistemik dan multifaset. Kendala-kendala tersebut meliputi: (1) Aspek Regulasi yang tertinggal dari inovasi teknologi dan terfragmentasi; (2) Aspek Kelembagaan berupa lemahnya pengawasan dan kesulitan penegakan hukum lintas batas; (3) Karakteristik E-commerce itu sendiri yang menciptakan asimetri informasi dan anonimitas; (4) Faktor Konsumen yang memiliki literasi digital dan hukum yang rendah; (5) Faktor Pelaku Usaha dengan tingkat kepatuhan yang beragam; serta (6) Mekanisme Penyelesaian Sengketa yang belum efektif dan efisien untuk sengketa digital.

2. Saran

Untuk mengatasi tantangan kompleks ini, diperlukan pendekatan holistik yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan:

- a. Pemerintah: Perlu melakukan harmonisasi regulasi, memperkuat kapasitas lembaga pengawas dengan teknologi dan sumber daya manusia yang mumpuni, serta segera membangun dan melembagakan platform *Online Dispute Resolution* (ODR) nasional yang terjangkau dan berkekuatan hukum.
- b. Platform E-commerce: Harus lebih proaktif dalam memverifikasi penjual, menyederhanakan dan memperkuat mekanisme penyelesaian sengketa internal, serta transparan mengenai syarat dan ketentuan.
- c. Konsumen dan Masyarakat Sipil: Perlu adanya kampanye edukasi dan literasi digital secara masif untuk meningkatkan kesadaran konsumen akan hak, kewajiban, dan cara bertransaksi yang aman.

Tanpa upaya bersama untuk mengatasi kendala-kendala ini, kerangka hukum yang ada hanya akan menjadi macan kertas. Mewujudkan ekosistem e-commerce yang adil, aman, dan terpercaya adalah prasyarat mutlak untuk memaksimalkan potensi ekonomi digital Indonesia secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim Barkatullah, 2009, **Perlindungan Hukum bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Lintas Negara Di Indonesia**, Pascasarjana FH UII, Yogyakarta
- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2004, **Hukum Perlindungan Konsumen**, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Ahmadi Miru, 2000, **Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia**, Disertasi Program Pascasarjana Universitas Airlangga, Surabaya
- Ahmad M. Ramli, 2004, **Cyber Law dan HAKI Dalam Sistem Hukum Indonesia**, Refika Aditama, Bandung
- Anang Y.B., 2010, **Sukses Bisnis Toko Online**, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Arrianto Mukti Wibowo, et.al., 1999, **Kerangka Hukum Digital Signature dalam Electronic Commerce**, Grup Riset Digital Security dan Electronic Commerce, Depok, Jawa Barat, Fakultas Ilmu Komputer Universitas Indonesia.
- Dikdik M. Arief Mansur dan Elisatris Gultom, 2005, **Cyber Law (aspek hukum teknologi informasi)**, Refika, Bandung
- Ermansjah Djaja, 2010, **Penyelesaian Sengketa Hukum Teknologi Informasi Dan Transaksi Elektrik**, Kajian Yuridis Penyelesaian Secara Non Litigasi Melalui Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, Pustaka Timur, Yogyakarta
- H. Sutarwan, 2007, **Cyber Crime, Modus Operandi dan Penanggulangannya**, LaksBang Pressindo, Yogyakarta
- Imam Sjahputra, 2002, **Problematika Hukum Internet Indonesia**, Prenhallindo, Jakarta
- Johannes Ibrahim, 2004, **Kartu Kredit (Dilematis Antara Kontrak dan Kejahatan)**,

Refika Aditama, Bandung
Madcoms Madiun, 2009, **Bisnis Sukses Lewat Internet**, Penerbit Andi dengan
MADCOMS, Yogyakarta

Mieke Munir Fuady, 2003, **Hukum Kontrak dari Sudut Pandang Hukum Bisnis**,
Buku Kedua, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti

Sylvia Saraswati, 2009, **Cara Mudah Menyusun Proposal, Skripsi, Tesis, Disertasi**,
Ar-Ruzz Media, Yogyakarta

Peraturan Perundang-undangan :

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945.

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

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

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-
Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik