

Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Menghadapi Perkembangan Ekonomi Digital

Lalu Achmad Fathoni*, Nakzim Khalid Siddiq, Nizia Kusuma Wardani

Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

Informasi Artikel

Riwayat Artikel:

Diterima : 11 Februari 2026

Direvisi : 16 Maret 2026

Disetujui : 17 Maret 2026

Kata Kunci:

E-Commerce;

Ekonomi Digital;

Hukum Perlindungan Konsumen.

Abstrak

Perkembangan ekonomi digital telah mengubah cara konsumen berinteraksi dengan pasar melalui platform *e-commerce*, *fintech*, dan layanan digital lainnya. Penelitian ini secara khusus membahas interaksi jual-beli melalui *e-commerce*. *E-commerce* adalah proses transaksi jual beli produk atau layanan yang dilakukan dengan memanfaatkan sistem elektronik, khususnya jaringan internet. Meskipun memberikan kemudahan, era digital juga menghadirkan berbagai tantangan, seperti risiko keamanan data, kejahatan siber, dan ketidaksesuaian regulasi. Tantangan tersebut muncul karena UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen masih belum dapat mengakomodasi transaksi digital sehingga konsumen rentan terhadap penyalahgunaan data pribadi, penipuan *online*, dan peredaran barang palsu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum serta penyelesaian sengketa dalam transaksi *e-commerce*. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian normatif dengan menggunakan data primer. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum dapat menggunakan konsep perlindungan preventif dan represif, sedangkan dalam hal penyelesaian sengketa dapat ditempuh melalui jalur penyelesaian sengketa di pengadilan maupun di luar pengadilan.

*Penulis Korespondensi

Tel. : -

E-mail : laluachmadfathoni@unram.ac.id

How to Cite:

Fathoni, L. A., N. K. Siddiq, dan N. K. Wardani, “Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Menghadapi Perkembangan Ekonomi Digital”, *Jurnal Fundamental Justice* 7, no. 1 (Maret, 2026): 99–112.

PENDAHULUAN

Kondisi perkembangan ekonomi dunia telah memasuki masa baru yang saat ini dikenal dengan istilah ekonomi digital. Hal tersebut dapat dilihat dari semakin banyaknya kegiatan ekonomi yang dilakukan melalui komunikasi menggunakan internet. Salah satu contohnya adalah pada bidang perdagangan. Dewasa ini, perdagangan melalui media internet atau yang sering disebut dengan *e-commerce* banyak digunakan sebagai media transaksi ekonomi.¹

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang pesat telah menciptakan revolusi dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk ekonomi. Salah satu bentuk nyata dari revolusi ini adalah munculnya ekonomi digital, yang melibatkan transaksi melalui platform digital, *e-commerce*, *fintech*, dan layanan berbasis internet lainnya. Ekonomi digital memberikan berbagai kemudahan dan peluang, baik bagi pelaku usaha maupun konsumen. Konsumen kini dapat mengakses berbagai produk dan layanan dengan mudah, cepat, dan efisien dari seluruh dunia. Namun, seiring dengan kemajuan tersebut, muncul pula berbagai tantangan yang perlu dihadapi, terutama terkait dengan perlindungan hak-hak konsumen.

Keberadaan konsumen dalam ekonomi digital memunculkan sejumlah isu hukum yang perlu mendapat perhatian serius. Di antaranya adalah kurangnya regulasi yang memadai. Hukum perlindungan konsumen yang ada saat ini, terutama Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, masih bersifat konvensional dan kurang mencakup aspek-aspek digital yang berkembang pesat.² Banyak transaksi dan interaksi dalam ekonomi digital yang belum diatur secara spesifik dalam regulasi nasional sehingga menciptakan celah hukum yang dapat merugikan konsumen.

Sejalan dengan hal tersebut, penelitian ini penting untuk mengetahui bentuk perlindungan hukum dalam melindungi konsumen dari risiko transaksi digital, mengevaluasi kebutuhan akan pembaruan atau perbaikan regulasi yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi, serta memberikan rekomendasi terkait penguatan perlindungan konsumen, baik melalui pembaruan kebijakan, edukasi digital, maupun mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih efisien. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan hukum perlindungan konsumen yang lebih efektif dan adaptif terhadap dinamika ekonomi digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian merupakan sarana pokok dalam pengembangan ilmu pengetahuan maupun teknologi. Hal ini disebabkan karena penelitian bertujuan untuk mengungkapkan kebenaran secara sistematis, metodologis, dan konsisten. Melalui proses penelitian tersebut diadakan analisis dan konstruksi terhadap data yang telah dikumpulkan.³ Dengan demikian, penelitian menjadi instrumen penting dalam menghasilkan pengetahuan yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Jenis penelitian ini adalah penelitian normatif, yaitu penelitian yang membahas bagaimana keberlakuan hukum di tengah masyarakat. Sifat penelitian ini adalah deskriptif analitis, yang bertujuan untuk memberikan gambaran secara sistematis mengenai permasalahan yang diteliti. Bersifat deskriptif maksudnya bahwa dari

¹ R. E. Indrajit, *E-COMMERCE : Kiat Dan Strategi Bisnis Di Dunia Maya*, Ed. 1 (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001), ISBN: 978-20-2394-1.

² Pemerintah Pusat Indonesia, *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, April 20, 1999, <https://jdih.kemendag.go.id/peraturan/undang-undang-nomor-8-tahun-1999-tentang-perlindungan-konsumen>.

³ S. Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Cet 3 (Jakarta: Universitas Indonesia, 2014), ISBN: 979-8034-48-1.

penelitian ini diharapkan diperoleh gambaran secara rinci dan sistematis tentang permasalahan yang diteliti. Analitis dimaksudkan bahwa berdasarkan gambaran fakta yang diperoleh akan dilakukan analisis secara cermat untuk menjawab permasalahan yang diteliti.

Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) digunakan untuk memahami aturan-aturan hukum yang berkaitan dengan perlindungan konsumen. Pendekatan konseptual (*conceptual approach*) digunakan untuk memahami konsep-konsep hukum perlindungan konsumen. Melalui kedua pendekatan tersebut diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai kerangka hukum yang mengatur perlindungan konsumen. Dalam penelitian ini digunakan sumber data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, sekunder, dan tersier.

Untuk memperoleh data yang relevan dengan permasalahan yang diteliti, serta dikaitkan dengan jenis penelitian hukum yang bersifat kualitatif, teknik pengumpulan data diawali dengan penelusuran peraturan perundang-undangan dan dokumen-dokumen yang dianggap relevan dengan pokok permasalahan yang diteliti. Selanjutnya dilakukan pengkajian terhadap permasalahan tersebut dengan cara menganalisis peraturan perundang-undangan yang berkaitan. Proses ini dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai ketentuan hukum yang mengatur permasalahan penelitian.

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan metode deskripsi kualitatif. Data yang diperoleh dari studi kepustakaan kemudian diseleksi berdasarkan permasalahan yang diteliti dengan mengacu pada ketentuan yang berlaku. Selanjutnya data tersebut dianalisis secara sistematis untuk menemukan hubungan antara norma hukum yang berlaku dengan permasalahan yang diteliti. Pada akhirnya, hasil analisis tersebut disimpulkan sehingga diperoleh jawaban atas permasalahan penelitian.

HASIL PENELITIAN

1. Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Platform E-Commerce Menurut Hukum Positif Indonesia

Perkembangan ekonomi digital telah mengubah cara konsumen berinteraksi dengan pasar melalui platform *e-commerce*, *fintech*, dan layanan digital lainnya. Hal tersebut dapat dilihat dari semakin banyaknya kegiatan ekonomi yang dilakukan melalui internet. Namun, dalam praktiknya kegiatan ekonomi yang dilakukan melalui internet memiliki risiko yang tidak dapat dihindarkan, bahkan dapat merugikan pihak konsumen maupun pelaku usaha yang terlibat dalam kegiatan tersebut.

Hukum perlindungan konsumen termasuk dalam ruang lingkup kajian hukum ekonomi yang pembahasannya erat kaitannya dengan hukum privat (hukum perdata) maupun hukum publik (hukum pidana). Hal ini disebabkan karena baik hukum privat maupun hukum publik memiliki fungsi untuk mengatur sekaligus melindungi kepentingan konsumen. Selain itu, perlindungan konsumen juga secara khusus telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang menjadi payung hukum utama bagi perlindungan konsumen di Indonesia.⁴

E-commerce merupakan singkatan dari dua kata, yaitu *electronic* dan *commerce*. Secara harfiah, istilah tersebut dapat diartikan sebagai perdagangan elektronik. Maksudnya adalah segala bentuk perdagangan yang meliputi proses pemasaran barang sampai dengan distribusi yang dilakukan melalui jaringan elektronik atau *online*.

⁴ A. Suwandono, dan S. S. Dajaan, "Hukum Perlindungan Konsumen", vol. 1, 343.07 (Jakarta: Universitas Terbuka, 2015), 1–37, ISBN: 978-979-011-993-2, <https://repository.ut.ac.id/4102/>.

Secara sederhana, *e-commerce* adalah penyebaran, penjualan, pembelian, serta pemasaran barang atau jasa yang mengandalkan sistem elektronik, seperti internet, televisi, atau jaringan teknologi lainnya. Perkembangan *e-commerce* telah memberikan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan transaksi secara cepat dan efisien tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Oleh karena itu, *e-commerce* dibedakan menjadi beberapa jenis berdasarkan karakteristiknya, yaitu:⁵

1. *Business to Business* (B2B), yaitu jenis *e-commerce* di mana satu perusahaan menjual produk atau layanan kepada perusahaan lain. Dalam model *e-commerce* ini, pembeli biasanya memesan barang dalam jumlah besar. Contohnya adalah perusahaan yang membeli perlengkapan kantor dari produsen.
2. *Business to Customer* (B2C), yaitu jenis *e-commerce* di mana perusahaan menjual produk atau layanan kepada konsumen. Secara umum, pelanggan *e-commerce* B2C hanya terlibat dalam industri ritel. Model ini merupakan salah satu bentuk *e-commerce* yang paling banyak digunakan dalam kegiatan perdagangan digital.
3. *Consumer to Business* (C2B), yaitu jenis *e-commerce* yang memiliki sistem di mana seseorang menjual produk atau layanan kepada perusahaan. Dalam model ini, individu dapat menawarkan keahlian atau produk tertentu kepada perusahaan. Misalnya, seorang desainer grafis menawarkan dan menjual desain logo kepada perusahaan makanan.
4. *Business to Government* (B2A), yaitu model *e-commerce* yang melibatkan perusahaan dan instansi pemerintah. Model ini mirip dengan B2B, tetapi salah satu pihak yang terlibat adalah lembaga pemerintah. Contoh B2A adalah layanan pembuatan *website* untuk sistem manajemen *online*.
5. *Consumer to Government* (C2A), yaitu jenis *e-commerce* yang bekerja hampir sama dengan C2B. Namun, transaksi dilakukan antara individu dengan lembaga pemerintah. Model *e-commerce* dengan sistem C2A masih jarang ditemukan di Indonesia, dan jenis transaksi yang terjadi biasanya berupa penyediaan jasa.

Di era ekonomi digital saat ini, posisi konsumen cenderung menjadi lebih lemah. Banyaknya produk yang tersebar baik di platform *e-commerce* maupun platform-platform media sosial menyulitkan konsumen untuk mencerna informasi mengenai produk-produk yang ditawarkan. Kondisi tersebut membuat konsumen sering kali menghadapi kesulitan dalam menilai kualitas maupun keandalan suatu produk secara objektif.

Iklan-iklan yang dipublikasikan juga umumnya menampilkan informasi-informasi positif mengenai suatu *brand* atau produk tanpa menyertakan fakta-fakta negatif mengenai produk tersebut. Hal ini menyebabkan informasi yang diterima konsumen menjadi tidak seimbang dan berpotensi menimbulkan kesalahpahaman. Oleh karena itu, konsumen harus melakukan pencarian yang lebih mendalam untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat dan komprehensif mengenai suatu produk sebelum melakukan transaksi.⁶

Permasalahan yang muncul dalam transaksi *e-commerce* di antaranya:

1. Barang yang diterima oleh konsumen tidak sesuai, dalam arti penjual lalai mengirimkan barang yang dipesan oleh konsumen.
2. Potensi adanya penipuan, yaitu konsumen gagal menerima barang dari penjual padahal telah melakukan

⁵ M. Pradana, "Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia", *Modus* 27, no. 2 (Maret 20, 2016): 163, <https://doi.org/10.24002/modus.v27i2.554>.

⁶ S. Ismantara, dan Y. Prianto, "Relevansi Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia Di Era Ekonomi Digital", *Prosiding Serina* 2, no. 1 (2022): 321–330, <https://journal.untar.ac.id/index.php/PSERINA/article/view/18548>.

pembayaran.

3. Adanya tawaran atau diskon palsu yang menggiurkan untuk menjebak konsumen agar membeli barang yang ditawarkan.
4. Potensi adanya peretas (*hacker*) yang mengambil alih akun *e-commerce* konsumen untuk mengambil data atau menggunakan akun tersebut untuk hal yang tidak baik sehingga merugikan konsumen.

Pada prinsipnya, transaksi *e-commerce* dapat dikatakan serupa dengan transaksi jual beli pada umumnya. Namun, yang membedakan adalah bahwa transaksi ini menggunakan media *online*, sehingga keamanan dalam transaksi *e-commerce* sering menjadi masalah utama.⁷ Kondisi tersebut menuntut adanya sistem perlindungan yang mampu menjamin keamanan dan kepastian dalam setiap transaksi yang dilakukan secara digital.

Dalam praktiknya, pelanggaran terhadap pemenuhan hak-hak konsumen masih marak terjadi dalam berbagai transaksi di era ekonomi digital, bahkan cenderung meningkat dari waktu ke waktu. Dalam hal ini, konsumen sangat memerlukan perlindungan hukum. Perlindungan hukum menurut *Satjipto Rahardjo* merupakan suatu perlindungan yang memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia yang telah dirugikan oleh orang lain, serta perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-haknya yang telah diberikan oleh hukum.⁸

Dalam UU No. 8 Tahun 1999, perlindungan konsumen adalah segala upaya untuk menjamin kepastian hukum dan memberikan keamanan, kenyamanan, serta kepuasan kepada konsumen dalam hubungan antara konsumen dan produsen atau pelaku usaha. Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) lahir sebelum munculnya era ekonomi digital, sehingga pengaturannya belum sepenuhnya mampu menjamin terpenuhinya hak-hak konsumen dalam konteks perkembangan ekonomi digital. Oleh karena itu, diperlukan penguatan regulasi yang lebih adaptif terhadap dinamika transaksi digital.

Perlindungan hukum bagi konsumen di Indonesia berlandaskan beberapa aturan, di antaranya:

1. UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menjadi payung hukum bagi konsumen, serta memberikan hak-hak fundamental konsumen, seperti hak atas kenyamanan, keamanan, keselamatan, informasi yang benar, kompensasi, dan penyelesaian sengketa.⁹
2. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang mengatur transaksi elektronik, keabsahan kontrak elektronik, serta tanggung jawab pelaku usaha dalam menyediakan sistem elektronik yang andal.¹⁰
3. Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) yang memberikan jaminan atas kerahasiaan, penggunaan, dan pengendalian data pribadi konsumen.¹¹
4. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE) yang mengatur kewajiban pelaku usaha dalam perdagangan elektronik, termasuk kewajiban memberikan

⁷ I. Kurnia, dan I. Martinelli, "Permasalahan Dalam Transaksi E-Commerce", *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia* 4, no. 2 (September 1, 2021), <https://doi.org/10.24912/jbmi.v4i2.11457>.

⁸ S. Rahardjo, *Ilmu Hukum*, Cet. 8 (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014), ISBN: 978-979-491-032-0.

⁹ Pemerintah Pusat Indonesia, *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, April 20, 1999, <https://jdih.kemendag.go.id/peraturan/undang-undang-nomor-8-tahun-1999-tentang-perlindungan-konsumen>.

¹⁰ Pemerintah Pusat Indonesia, *Undang-Undang (UU) Nomor 1 Tahun 2024 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik*, Januari 2, 2024, <https://peraturan.bpk.go.id/Details/274494/uu-no-1-tahun-2024>.

¹¹ Pemerintah Pusat Indonesia, *Undang-Undang (UU) Nomor 27 Tahun 2022 Tentang Pelindungan Data Pribadi*, Oktober 17, 2022, <https://peraturan.bpk.go.id/Details/229798/uu-no-27-tahun-2022>.

informasi yang benar serta mekanisme pengembalian barang.¹²

Dalam Teori Perlindungan Hukum (*Philipus M. Hadjon*)¹³, menurut Hadjon, perlindungan hukum adalah upaya untuk melindungi hak-hak subjek hukum (termasuk konsumen) dari tindakan yang merugikan. Perlindungan hukum tersebut bertujuan untuk memberikan jaminan agar setiap subjek hukum dapat memperoleh haknya secara adil sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Dengan demikian, perlindungan hukum memiliki peran penting dalam menjaga keseimbangan antara kepentingan para pihak dalam suatu hubungan hukum.

Melaksanakan dan memberikan perlindungan hukum membutuhkan suatu media dalam pelaksanaannya yang disebut dengan sarana perlindungan hukum. Sarana perlindungan hukum merupakan instrumen yang digunakan untuk memastikan bahwa hak-hak subjek hukum dapat terlindungi secara efektif. Melalui sarana tersebut, upaya perlindungan hukum dapat diwujudkan secara nyata dalam praktik kehidupan bermasyarakat.

Sarana perlindungan hukum dibagi menjadi:

1. Sarana perlindungan hukum preventif.

Perlindungan hukum preventif memberikan subjek hukum kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah memperoleh bentuk yang definitif. Perlindungan hukum yang bersifat preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya permasalahan atau sengketa. Dengan adanya perlindungan preventif, diharapkan potensi kerugian yang mungkin dialami oleh subjek hukum dapat diminimalkan sejak awal.

2. Sarana perlindungan hukum represif.

Perlindungan hukum represif bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan atau sengketa yang telah timbul. Perlindungan hukum terhadap tindakan pemerintah ini bertumpu dan bersumber dari konsep pengakuan serta perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia. Konsep tersebut diarahkan pada pembatasan-pembatasan serta penetapan kewajiban bagi masyarakat dan pemerintah agar hak-hak subjek hukum tetap terlindungi.¹⁴

Sarana-sarana tersebut dapat diterapkan dalam memberikan perlindungan hukum terhadap pengguna uang elektronik. Penerapan sarana perlindungan hukum tersebut dapat dilakukan dengan cara:

1. Perlindungan Preventif

Upaya hukum preventif merupakan upaya yang dilakukan untuk memberikan perlindungan hukum sebelum terjadinya sengketa. Dalam Pasal 7 huruf b Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa pelaku usaha atau platform berkewajiban memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai produk yang ditawarkan. Selain itu, Pasal 18 UUPK juga mengatur larangan pencantuman klausula baku yang merugikan konsumen.

Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (perubahan kedua UU ITE) menegaskan kewajiban penyelenggara sistem elektronik untuk menyelenggarakan sistem secara aman dan bertanggung jawab. Ketentuan ini menekankan prinsip kehati-hatian agar sistem elektronik dapat beroperasi sebagaimana mestinya serta melindungi kepentingan publik guna menciptakan ruang digital yang

¹² Pemerintah Pusat Indonesia, *Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*, November 20, 2019, <https://peraturan.bpk.go.id/Details/126143/pp-no-80-tahun-2019>.

¹³ P. M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Di Indonesia* (Bina Ilmu, 1987), Google Books: [zzjaGwAACAAJ](https://books.google.com/books?id=zzjaGwAACAAJ).

¹⁴ Z. Almaida, dan M. N. Imanullah, "Perlindungan Hukum Preventif dan Represif bagi Pengguna Uang Elektronik dalam Melakukan Transaksi Tol Nontunai", *Jurnal Privat Law* 9, no. 1 (Mei 2, 2021): 218–226, <https://doi.org/10.20961/privat.v9i1.28858>.

aman dan berkeadilan. Selanjutnya, Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) juga memberikan jaminan atas kerahasiaan, penggunaan, serta pengendalian data pribadi konsumen.

Pengaturan yang lebih rinci juga terdapat dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Peraturan tersebut mewajibkan pelaku usaha untuk menyampaikan informasi secara lengkap dan jelas mengenai identitas pelaku usaha, spesifikasi barang atau jasa yang ditawarkan, harga, metode pembayaran, serta tata cara pengiriman barang. Kewajiban ini dimaksudkan untuk meminimalkan potensi terjadinya penipuan maupun praktik perdagangan yang dapat merugikan konsumen.

2. Perlindungan Represif

Upaya hukum represif merupakan upaya yang dilakukan untuk memberikan perlindungan hukum setelah terjadinya sengketa. Perlindungan ini bertujuan untuk menyelesaikan sengketa yang muncul akibat adanya perbedaan kepentingan antara para pihak. Dalam Pasal 19 UUPK diatur mengenai hak konsumen untuk menuntut ganti rugi atas kerugian yang timbul akibat transaksi digital.

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) juga mengatur mekanisme penyelesaian sengketa konsumen, baik secara langsung maupun melalui *Online Dispute Resolution* (ODR). Penyelesaian sengketa tersebut dapat dilakukan melalui pengadilan, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), arbitrase, maupun mekanisme di luar pengadilan seperti mediasi dan negosiasi. *Online Dispute Resolution* (ODR) merupakan penggunaan teknologi untuk menyelesaikan sengketa secara elektronik, seperti dalam transaksi *e-commerce*.

Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) juga mengatur mengenai tanggung jawab perdata maupun pidana bagi pelaku usaha yang melakukan pelanggaran dalam penyelenggaraan sistem elektronik. Dengan adanya ketentuan tersebut, diharapkan setiap pelaku usaha dapat menjalankan kegiatan usahanya secara bertanggung jawab serta tidak merugikan konsumen.

Ekonomi digital dan *e-commerce* membuka peluang yang besar bagi konsumen, namun juga menyimpan berbagai risiko. Oleh karena itu, pemahaman hukum menjadi kunci agar konsumen tidak mengalami kerugian dalam melakukan transaksi digital. Sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan konsumen sangat diperlukan untuk menciptakan ekosistem digital yang aman, adil, dan berkelanjutan.

2. Mekanisme Penyelesaian Sengketa Konsumen yang di Rugikan dalam Transaksi *E-Commerce*

Era digital ditandai dengan meningkatnya kebutuhan akan kecepatan dan kepraktisan, termasuk dalam hal penyelesaian sengketa. Sengketa menurut terminologi umum merujuk pada adanya perselisihan atau pertentangan antara dua pihak atau lebih yang diakibatkan oleh perbedaan pandangan, kepentingan, atau klaim hak yang belum terselesaikan. Sengketa dapat muncul dalam berbagai konteks, baik dalam lingkup personal, sosial, ekonomi, politik, maupun hukum.¹⁵

Sayangnya, realitas yang dihadapi platform digital *e-commerce* di Indonesia justru berbanding terbalik. Mekanisme penyelesaian sengketa yang ada saat ini sering kali berbelit-belit, memakan waktu lama, dan membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Kondisi ini diperparah dengan pelayanan *customer service* yang belum optimal, di mana informasi yang diberikan sering kali tidak akurat dan cenderung digantikan dengan *chat bot* atau sistem

¹⁵ S. Mamudji, "Mediasi Sebagai Alternatif Penyelesaian Sengketa Di Luar Pengadilan", *Jurnal Hukum & Pembangunan* 34, no. 3 (2017): 194–209.

otomatis. Dengan perkembangan pesat teknologi, kebutuhan akan mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif menjadi semakin penting.

Di Indonesia, penyelesaian sengketa konsumen secara khusus diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Menurut Pasal 45 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, sengketa konsumen didefinisikan sebagai sengketa antara konsumen dan pelaku usaha mengenai penggunaan barang dan/atau jasa. Ketentuan ini memberikan dasar hukum bagi konsumen untuk menuntut haknya apabila terjadi perselisihan dengan pelaku usaha.

Hubungan konsumen dengan pelaku usaha sendiri didefinisikan dalam Pasal 1 angka 2 dan 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa setiap hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen timbul karena adanya kegiatan konsumsi. Kegiatan konsumsi meliputi setiap kegiatan memperoleh atau menggunakan barang dan/atau jasa bagi kebutuhan hidup sehari-hari, baik untuk keperluan pribadi, keluarga, maupun sosial, dan tidak untuk diperdagangkan. Dengan demikian, hubungan hukum tersebut menjadi dasar munculnya hak dan kewajiban bagi masing-masing pihak.

Perlindungan konsumen merupakan prasyarat mutlak dalam mewujudkan perekonomian yang sehat melalui keseimbangan antara perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha.¹⁶ Keseimbangan tersebut diperlukan agar kegiatan ekonomi dapat berlangsung secara adil dan berkelanjutan. Oleh karena itu, pengaturan yang jelas mengenai perlindungan dan penyelesaian sengketa konsumen menjadi sangat penting dalam sistem hukum.

Pengaturan mengenai penyelesaian sengketa diatur dalam Pasal 45 Undang-Undang Perlindungan Konsumen sebagai berikut:

1. Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.
2. Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.
3. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam undang-undang.
4. Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.

Merujuk pada ketentuan pasal tersebut, terdapat beberapa mekanisme penyelesaian sengketa yang dapat ditempuh konsumen, yakni melalui pengadilan dan di luar pengadilan.

3. Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan

Penyelesaian sengketa dalam dunia bisnis diharapkan sedapat mungkin tidak merusak hubungan bisnis dan dapat menemukan *win-win solution*, bukan *win-lose solution*. Kondisi tersebut sulit tercapai apabila para pihak membawa sengketa ke pengadilan karena pada umumnya akan berakhir dengan kekalahan salah satu pihak dan kemenangan pihak lainnya atau *win-lose solution*. Atas dasar hal tersebut, penyelesaian sengketa di luar pengadilan

¹⁶ Direktorat Jendral Standardisasi dan Perlindungan Konsumen Kementrian Perdagangan, *Pilar-Pilar Peningkatan Daya Saing & Perlindungan Konsumen* (Jakarta, 2011).

juga dikenal dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.¹⁷

Penyelesaian penggantian kerugian secara seketika (secara langsung) dapat dilakukan melalui jalan damai. Menurut Pasal 19 ayat (1) dan ayat (3) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, konsumen yang merasa dirugikan dapat menuntut secara langsung penggantian kerugian kepada produsen. Produsen wajib memberikan tanggapan dan/atau penyelesaian dalam jangka waktu 7 hari setelah transaksi berlangsung.

Kerugian yang dapat dituntut sesuai dengan Pasal 19 ayat (1) UUPK terdiri atas kerugian karena kerusakan, pencemaran, dan kerugian lain akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa. Ketentuan ini memberikan dasar hukum bagi konsumen untuk memperoleh ganti rugi atas kerugian yang dialaminya. Bentuk penggantian kerugiannya dapat berupa:

- a) Pengembalian uang seharga pembelian barang dan/atau jasa;
- b) Penggantian barang dan/atau jasa sejenis atau setara nilainya; atau
- c) Perawatan kesehatan; atau
- d) Pemberian santunan yang sesuai

Tuntutan penggantian kerugian juga dapat diajukan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, BPSK memiliki kewenangan untuk memeriksa dan memutus sengketa konsumen yang berkaitan dengan barang maupun jasa. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen merupakan lembaga yang dibentuk oleh pemerintah untuk menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha di luar pengadilan.

Kewenangan BPSK diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Melalui kewenangan tersebut, BPSK diharapkan dapat memberikan penyelesaian sengketa yang cepat, sederhana, dan berbiaya ringan bagi para pihak yang bersengketa. Berikut adalah beberapa kewenangan BPSK:¹⁸

1. Melakukan penyelesaian sengketa konsumen melalui mediasi, arbitrase, atau konsiliasi. BPSK berperan sebagai mediator yang membantu kedua belah pihak mencapai kesepakatan bersama.
2. Memberikan konsultasi dan informasi mengenai hukum perlindungan konsumen. Konsumen dapat berkonsultasi dengan BPSK untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai hak dan kewajibannya.
3. Melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku dalam perjanjian baku. BPSK memastikan bahwa klausula baku yang dicantumkan dalam perjanjian antara pelaku usaha dan konsumen tidak merugikan konsumen.
4. Menerima pengaduan dari konsumen, baik secara tertulis maupun tidak tertulis. Konsumen yang merasa dirugikan oleh pelaku usaha dapat mengajukan pengaduan kepada BPSK.
5. Memanggil dan menghadirkan pelaku usaha, saksi, dan/atau ahli yang dianggap mengetahui suatu pelanggaran. BPSK memiliki kewenangan untuk memanggil pihak-pihak terkait untuk dimintai keterangan dalam proses penyelesaian sengketa.
6. Meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, dan/atau ahli yang tidak bersedia memenuhi panggilan BPSK.

¹⁷ S. R. Njatrijani, "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Atas Ketidaksesuaian Harga dalam Pembayaran Harga Argometer di Taksi", *Diponegoro Law Review* 5, no. 2 (2016): 19123, <https://www.neliti.com/id/publications/19123/>.

¹⁸ A. Rahman, "Penyelesaian Sengketa Konsumen melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Kota Serang", *Ajudikasi : Jurnal Ilmu Hukum* 2, no. 1 (Juli 20, 2018): 21–42, <https://doi.org/10.30656/ajudikasi.v2i1.573>.

7. Memutuskan dan menetapkan ada atau tidaknya kerugian di pihak konsumen. BPSK akan memeriksa dan memutuskan apakah konsumen mengalami kerugian akibat tindakan pelaku usaha.
8. Menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Tidak hanya UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menjadi dasar penyelesaian sengketa konsumen. Menurut PP Nomor 80 Tahun 2019, penyelesaian sengketa dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) dapat dilakukan melalui jalur pengadilan atau melalui mekanisme lain di luar pengadilan, seperti melalui *Online Dispute Resolution* (ODR) atau badan penyelesaian sengketa lainnya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. ODR menggunakan internet untuk memfasilitasi penyelesaian sengketa secara lebih efisien dan efektif.

Online Dispute Resolution (ODR) adalah mekanisme penyelesaian sengketa yang dilakukan dengan menggabungkan pengolahan informasi berbasis teknologi komputer dengan fasilitas jaringan komunikasi internet.¹⁹ Sistem ini memungkinkan para pihak yang bersengketa untuk menyelesaikan permasalahan tanpa harus bertemu secara langsung. Dengan demikian, proses penyelesaian sengketa dapat berlangsung lebih cepat, fleksibel, dan efisien.

Kerangka pihak yang terlibat dalam *Online Dispute Resolution* (ODR) mencakup pihak pertama yang bersengketa, pihak kedua yang bersengketa, fasilitator, serta dukungan teknologi informasi dan komunikasi (*Information and Communication Technology Assistance*). Dalam praktiknya, ODR lebih banyak diterapkan pada sengketa yang berkaitan dengan hukum perdagangan (*commercial law*). Penyelesaiannya diupayakan melalui jalur damai dengan yurisdiksi yang terbatas pada perkara dagang.

Hasil akhir dari proses tersebut dapat berupa *win-win solution* apabila para pihak mencapai kesepakatan bersama, atau *win-lose solution* apabila sengketa diputuskan melalui mekanisme *e-adjudication* atau arbitrase daring (*online arbitration*). Mekanisme ini diharapkan mampu menjadi alternatif penyelesaian sengketa yang lebih adaptif terhadap perkembangan transaksi dalam ekonomi digital.

4. Penyelesaian Sengketa di Pengadilan

Menurut Pasal 48 UUPK, penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu pada ketentuan tentang peradilan umum. Dalam kaitan ini, Pasal 46 ayat (1) UUPK menentukan:

- a) Gugatan atas pelanggaran pelaku usaha dapat dilakukan oleh:
 1. Seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan.
 2. Kelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama.
 3. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen serta telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya.
 4. Pemerintah dan/atau instansi terkait apabila barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit
- b) Gugatan yang diajukan oleh sekelompok konsumen, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat,

¹⁹ A. Chandra, "Penyelesaian Sengketa Transaksi Elektronik Melalui Online Dispute Resolution (ODR) Kaitan dengan UU Informasi dan Transaksi Elektronik No.11 Tahun 2008", *JIK: Jurnal Ilmu Komputer* 10, no. 2 (2014), <https://doi.org/10.47007/komp.v10i2.900>.

atau pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b, huruf c, atau huruf d diajukan kepada peradilan umum.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen dalam aktivitas ekonomi digital di Indonesia telah memiliki landasan hukum yang relatif memadai melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang didukung oleh berbagai regulasi lain, seperti Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi, serta Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Perlindungan tersebut dilaksanakan melalui pendekatan preventif untuk mencegah kerugian konsumen dan pendekatan represif untuk menyelesaikan sengketa, dengan mekanisme penyelesaian yang dapat ditempuh melalui penyelesaian langsung antara para pihak, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), pengadilan, maupun melalui mekanisme alternatif seperti Online Dispute Resolution (ODR). Namun demikian, penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena berfokus pada kajian normatif terhadap peraturan perundang-undangan sehingga belum sepenuhnya menggambarkan implementasi dan efektivitas mekanisme perlindungan konsumen dalam praktik transaksi digital. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan kajian empiris guna menilai efektivitas penerapan perlindungan konsumen serta mekanisme penyelesaian sengketa, termasuk penggunaan Online Dispute Resolution (ODR), dalam praktik ekonomi digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya selaku ketua peneliti sangat berterima kasih kepada Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mataram telah memberikan kontribusi yang besar terhadap penelitian yang berjudul “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Menghadapi Perkembangan Ekonomi Digital”.

DEKLARASI

Kontribusi Penulis

Terima kasih kepada sahabat-sahabat saya yang mendukung penelitian ini sehingga selesai. Saya sendiri selaku ketua peneliti merancang model penelitian, kemudian Nizia Kusuma Wardani yang berkontribusi dalam ide dan jenis penelitian, kemudian Nakzim Khalid Siddiq yang membantu pengumpulan data serta penulisan naskah dan memberikan revisi terhadap naskah penelitian.

Pernyataan Pendanaan

Penelitian ini didukung secara finansial oleh PNPB Universitas Mataram di bawah skema Penelitian Dosen Pemula pada tahun 2025.

Konflik Kepentingan

Saya selaku ketua peneliti dan para anggota penelitian ini menyatakan tidak ada konflik kepentingan dalam artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Almaida, Z., dan M. N. Imanullah. “Perlindungan Hukum Preventif dan Represif bagi Pengguna Uang Elektronik dalam Melakukan Transaksi Tol Nontunai”. *Jurnal Privat Law* 9, no. 1 (Mei 2, 2021): 218–226. <https://doi.org/10.20961/privat.v9i1.28858>.
- Chandra, A. “Penyelesaian Sengketa Transaksi Elektronik Melalui Online Dispute Resolution (ODR) Kaitan dengan UU Informasi dan Transaksi Elektronik No.11 Tahun 2008”. *JIK: Jurnal Ilmu Komputer* 10, no. 2 (2014). <https://doi.org/10.47007/komp.v10i2.900>.
- Direktorat Jendral Standardisasi dan Perlindungan Konsumen Kementerian Perdagangan. *Pilar-Pilar Peningkatan Daya Saing & Perlindungan Konsumen*. Jakarta, 2011.
- Hadjon, P. M. *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Di Indonesia*. Bina Ilmu, 1987. Google Books: [zzjaGwAACAAJ](https://books.google.com/books?id=zzjaGwAACAAJ).
- Indrajit, R. E. *E-COMMERCE : Kiat Dan Strategi Bisnis Di Dunia Maya*. Ed. 1. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001. ISBN: 978-20-2394-1.
- Ismantara, S., dan Y. Prianto. “Relevansi Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia Di Era Ekonomi Digital”. *Prosiding Serina* 2, no. 1 (2022): 321–330. <https://journal.untar.ac.id/index.php/PSERINA/article/view/18548>.
- Kurnia, I., dan I. Martinelli. “Permasalahan Dalam Transaksi E-Commerce”. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia* 4, no. 2 (September 1, 2021). <https://doi.org/10.24912/jbmi.v4i2.11457>.
- Mamudji, S. “Mediasi Sebagai Alternatif Penyelesaian Sengketa Di Luar Pengadilan”. *Jurnal Hukum & Pembangunan* 34, no. 3 (2017): 194–209.
- Njatrijani, S. R. “Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Atas Ketidaksesuaian Harga dalam Pembayaran Harga Argometer di Taksi”. *Diponegoro Law Review* 5, no. 2 (2016): 19123. <https://www.neliti.com/id/publications/19123/>.
- Pemerintah Pusat Indonesia. *Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*, November 20, 2019. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/126143/pp-no-80-tahun-2019>.
- Pemerintah Pusat Indonesia. *Undang-Undang (UU) Nomor 1 Tahun 2024 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik*, Januari 2, 2024. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/274494/uu-no-1-tahun-2024>.
- Pemerintah Pusat Indonesia. *Undang-Undang (UU) Nomor 27 Tahun 2022 Tentang Pelindungan Data Pribadi*, Oktober 17, 2022. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/229798/uu-no-27-tahun-2022>.
- Pemerintah Pusat Indonesia. *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, April 20, 1999. <https://jdih.kemendag.go.id/peraturan/undang-undang-nomor-8-tahun-1999-tentang-perlindungan-konsumen>.
- Pradana, M. “Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia”. *Modus* 27, no. 2 (Maret 20, 2016): 163. <https://doi.org/10.24002/modus.v27i2.554>.
- Rahardjo, S. *Ilmu Hukum*. Cet. 8. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014. ISBN: 978-979-491-032-0.

- Rahman, A. “Penyelesaian Sengketa Konsumen melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Kota Serang”. *Ajudikasi : Jurnal Ilmu Hukum* 2, no. 1 (Juli 20, 2018): 21–42. <https://doi.org/10.30656/ajudikasi.v2i1.573>.
- Soekanto, S. *Pengantar Penelitian Hukum*. Cet 3. Jakarta: Universitas Indonesia, 2014. ISBN: 979-8034-48-1.
- Suwandono, A., dan S. S. Dajaan. “Hukum Perlindungan Konsumen”, 1:1–37. 343.07. Jakarta: Universitas Terbuka, 2015. ISBN: 978-979-011-993-2. <https://repository.ut.ac.id/4102/>.

[Halaman ini sengaja dikosongkan.]