



Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi *E-commerce* di Indonesia: Tinjauan Terhadap Ketidaksesuaian Barang

¹Faiqqotul Himmah*, ¹Moh. Karim

¹Universitas Trunojoyo Madura, Bangkalan, Indonesia

Submitted: 02-05-2025

Accepted: 18-06-2025

Published: 30-06-2025

Abstrak

E-commerce berfungsi sebagai platform untuk penjual online, namun meskipun konsep keamanannya sudah memadai, masih terdapat celah yang memungkinkan terjadinya kecurangan, seperti penjualan barang yang tidak sesuai dengan gambar yang ditampilkan. Hal ini mencerminkan ketidakamanan posisi konsumen dalam transaksi e-commerce. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji perlindungan konsumen terhadap barang yang tidak sesuai dalam transaksi e-commerce di Indonesia. Seiring dengan pesatnya perkembangan e-commerce, banyak konsumen yang menghadapi masalah terkait pesanan yang berbeda dari informasi yang dijanjikan oleh penjual, sehingga isu perlindungan konsumen menjadi semakin penting. Pemahaman yang jelas mengenai hak dan kewajiban konsumen serta penjual dalam transaksi online menjadi sangat krusial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur dan wawancara mendalam dengan konsumen serta pelaku e-commerce untuk mendapatkan perspektif yang lebih komprehensif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen berhak menerima barang yang sesuai dengan gambar yang ditampilkan, dan pelaku usaha e-commerce wajib bertanggung jawab atas ketidaksesuaian tersebut sesuai dengan ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. E-commerce juga memiliki peran penting dalam memberikan saran kepada produsen untuk memastikan gambar produk yang dipasarkan menggambarkan kondisi barang secara akurat, serta mendorong penggunaan foto asli produk yang dijual guna meningkatkan transparansi dan kepercayaan konsumen. Selain itu, diperlukan peningkatan pengawasan terhadap praktik jual beli yang merugikan pembeli.

Kata Kunci: E-commerce; Konsumen; Perlindungan Hukum.

Abstract

E-commerce functions as a platform for online sellers. Although e-commerce has an adequate security concept, there are still gaps that allow for fraud, such as selling products that do not match the images displayed. This issue reflects the insecurity of the consumer's position in e-commerce transactions. This study aims to examine consumer protection against products that do not match expectations in e-commerce transactions in Indonesia. With the rapid growth of e-commerce, many consumers face problems where the ordered products differ from the information promised by the seller, making the issue of consumer protection increasingly critical. A clear understanding of the rights and obligations of both consumers and sellers in online transactions is essential. This study adopts a qualitative approach with a literature review and in-depth interviews with consumers and e-commerce stakeholders to gain a more comprehensive perspective. The findings reveal that consumers have the right to receive products that match the images displayed, and e-commerce businesses are obligated to take responsibility for any discrepancies in accordance with the Consumer Protection Law. E-commerce platforms also play an important role in advising producers to ensure that product images accurately reflect the condition of the items, as well as encouraging the use of original product photos to enhance transparency and consumer trust. Furthermore, increased supervision is needed to prevent practices that harm buyers.

Keywords: E-commerce; Consumer; Protection.

* Email koresponden: faiqt16@gmail.com



A. Pendahuluan

Belanja online merupakan suatu bentuk transaksi yang dilakukan secara tidak langsung, dengan memanfaatkan internet sebagai media utama untuk membeli atau menjual barang dan jasa. Proses ini umumnya berlangsung melalui platform e-commerce, yang memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melakukan pembelian secara langsung, menggunakan berbagai metode pembayaran. Perkembangan pesat dalam sektor ini dipengaruhi oleh kemajuan teknologi yang signifikan, yang didorong oleh globalisasi, sehingga mempermudah interaksi antara konsumen dan pelaku usaha (Tanjung, 2016).

Di era modern, akses internet telah menjadi kebutuhan mendasar bagi masyarakat. Perkembangan pesat internet, khususnya di sektor komersial, telah membuka peluang baru bagi para pelaku usaha. Internet tidak hanya menyediakan platform untuk pengembangan bisnis, tetapi juga memfasilitasi perdagangan digital. Salah satu indikator utama perkembangan ini adalah peningkatan penggunaan e-commerce sebagai platform utama dalam transaksi ekonomi (Fachurrahman dkk., 2023). Selain itu, cakupan perlindungan konsumen semakin luas, mencakup berbagai aspek yang terkait dengan proses memperoleh barang atau jasa, serta dampak yang mungkin timbul akibat penggunaan barang atau jasa tersebut. Perlindungan ini mencakup berbagai tahap, mulai dari proses akuisisi hingga pengelolaan konsekuensi yang dialami oleh konsumen (Rahim dkk., 2023). Perlindungan konsumen melibatkan upaya hukum yang bertujuan untuk memastikan hak-hak konsumen saat memperoleh barang atau jasa, serta untuk mengatasi potensi risiko yang muncul selama penggunaan produk atau layanan tersebut.

Pentingnya perlindungan hukum bagi konsumen atas pesanan yang tidak sesuai dengan gambar atau deskripsi yang disediakan oleh penjual di platform e-commerce semakin relevan, mengingat pesatnya pertumbuhan transaksi pembelian daring yang terus meningkat setiap tahunnya. Banyak konsumen yang mengeluhkan ketidakpuasan terhadap produk yang diterima, terutama terkait dengan perbedaan antara gambar atau deskripsi produk yang ditampilkan dengan barang yang sebenarnya diterima. Meskipun pemerintah telah mengatur beberapa regulasi terkait transaksi e-commerce, penerapan dan pengawasan terhadap pelanggaran yang terjadi masih belum optimal (Prasetyo dkk., 2024). Contoh masalah yang sering muncul termasuk perlindungan data pribadi, pencurian melalui pin internet banking, keamanan situs web, dan berbagai isu lainnya. Hal ini menunjukkan kebutuhan akan adanya suatu peraturan yang lebih komprehensif, seperti undang-undang atau seperangkat regulasi yang secara khusus mengatur perdagangan elektronik dan memberikan perlindungan hukum yang memadai bagi pihak-pihak terkait, termasuk konsumen yang dirugikan.

Banyak pembeli merasa dirugikan dalam transaksi e-commerce karena sering kali mereka tidak mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk melindungi diri atau memperjuangkan hak-haknya. Oleh karena itu, tulisan ini bertujuan untuk mengulas perlindungan hukum yang seharusnya diterapkan bagi pembeli dalam menghadapi perkembangan terbaru di bidang perdagangan digital, khususnya dalam transaksi jual beli online. Perlindungan tersebut didasarkan pada aturan hukum yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang tetap relevan dan sesuai dengan kemajuan era digital saat ini (Maulana, 2024).

Kemajuan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola konsumsi masyarakat, terutama dalam aktivitas belanja. E-commerce kini menjadi pilihan utama bagi konsumen karena menawarkan kemudahan, kecepatan, dan beragam produk. Meskipun demikian, kemudahan ini juga disertai dengan berbagai masalah, salah satunya adalah

ketidaksesuaian antara produk yang diterima dengan gambar atau informasi yang ditampilkan pada platform e-commerce. Kondisi ini memunculkan pertanyaan terkait efektivitas perlindungan hukum bagi pembeli yang dirugikan. Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas peran Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 dalam penyelesaian sengketa antara pembeli dan pelaku usaha (Hardianto, 2015). Selain itu, penelitian lain juga mengulas peran e-commerce dalam memediasi konflik antara konsumen dan penjual (Putra, 2024). Namun, kajian yang secara khusus menyoroti perlindungan hukum terhadap konsumen yang menerima barang yang tidak sesuai dengan gambar dalam transaksi daring masih sangat terbatas.

Penelitian ini menawarkan perspektif baru dengan menyoroti perlindungan hukum terhadap konsumen dalam konteks e-commerce, melalui analisis peraturan dan praktik penyelesaian sengketa yang berlaku. Berdasarkan teori perlindungan hukum, hipotesis penelitian ini mengemukakan bahwa meskipun mekanisme hukum yang ada saat ini telah diterapkan, namun masih terdapat kekurangan dalam memberikan kepastian hukum dan keadilan bagi konsumen. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi efektivitas perlindungan hukum yang ada, khususnya bagi pembeli yang menghadapi kasus barang yang tidak sesuai dengan deskripsi di platform e-commerce. Kajian ini bertujuan untuk memperkaya literatur yang ada dengan menyediakan analisis mendalam mengenai regulasi yang berlaku, penerapannya, serta mekanisme penyelesaian sengketa yang dapat dioptimalkan untuk lebih melindungi hak-hak konsumen.

B. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif yang bertujuan untuk menganalisis perlindungan hukum bagi konsumen terkait dengan barang yang tidak sesuai dalam transaksi e-commerce. Jenis penelitian yang diterapkan bersifat deskriptif analitis, di mana penulis mengkaji peraturan hukum yang berlaku dan mengidentifikasi masalah-masalah terkait perlindungan konsumen dalam praktik e-commerce. Pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur dengan menelaah peraturan perundang-undangan yang relevan, jurnal ilmiah, artikel, dan dokumen terkait yang membahas perlindungan konsumen serta transaksi e-commerce.

Sumber data utama dalam penelitian ini berasal dari undang-undang perlindungan konsumen, peraturan pemerintah terkait e-commerce, serta literatur hukum yang mengkaji hak-hak konsumen dalam transaksi online. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder, yang diperoleh dari berbagai sumber yang memberikan wawasan terkait regulasi perlindungan konsumen dan praktik e-commerce di Indonesia.

Analisis data dalam penelitian ini melibatkan pengolahan data primer dan sekunder yang telah digabungkan untuk menjawab pertanyaan penelitian dengan pendekatan kualitatif. Untuk menganalisis bahan hukum, digunakan metode analisis isi (*content analysis*). Penulisan dilakukan secara deskriptif dengan tujuan menggambarkan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi secara mendalam dan sistematis. Metode analisis isi ini bersifat integratif dan konseptual, dirancang untuk menggali, mengenali, mengolah, serta menganalisis bahan hukum. Tujuannya adalah untuk memahami makna, relevansi, serta hubungan bahan hukum tersebut dengan permasalahan yang diteliti.

C. Hasil dan Pembahasan

Bentuk Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Jual Beli Online

Konsumen, dalam konteks ini, merujuk pada individu yang menggunakan barang atau jasa untuk kebutuhan pribadi, keluarga, atau rumah tangga, tanpa niat untuk memproduksi barang lain atau menjualnya kembali. Transaksi konsumen mencakup proses perpindahan kepemilikan atau pemanfaatan barang atau jasa dari penyedia kepada pembeli. Perdagangan atau transaksi daring yang dilakukan melalui platform media sosial dikenal sebagai e-commerce. Salah satu elemen kunci dalam transaksi e-commerce adalah keberadaan pembeli, penjual, dan pihak-pihak terkait lainnya yang terlibat dalam kegiatan bisnis. Dalam banyak kasus, konsumen memiliki hak untuk mencari perlindungan hukum pada berbagai tahap transaksi, baik sebelum, selama, maupun setelah transaksi dilakukan, termasuk konflik pra-pembelian, pasca-pembelian, dan setelah transaksi selesai (Setyawan & Wijaya, 2017).

Perlindungan konsumen diatur secara tegas dalam Pasal 8 ayat (1) huruf f Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pasal ini menyatakan bahwa penjual tidak diperbolehkan untuk menjual barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan klaim yang tercantum pada label, etiket, deskripsi, iklan, atau promosi. Apabila barang yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan yang ditampilkan dalam iklan atau foto penawaran, hal tersebut dianggap sebagai suatu penyimpangan hukum. Oleh karena itu, penjual wajib memastikan bahwa produk yang dijual sesuai dengan apa yang telah dijanjikan kepada konsumen (Erlinawati & Nugrahaningsih, 2017).

Sebelum membahas lebih lanjut mengenai perlindungan hukum bagi pembeli melalui e-commerce, penting untuk terlebih dahulu memahami hak-hak konsumen. Berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, beberapa hak yang dimiliki konsumen meliputi (Presiden Republik Indonesia, 1999):

1. Hak untuk merasa nyaman, aman, dan terlindungi saat menggunakan produk atau layanan;
2. Hak untuk memilih produk atau layanan, serta menerima produk atau layanan tersebut sesuai dengan harga, kondisi, dan jaminan yang telah dijanjikan;
3. Hak untuk memperoleh informasi yang jelas, akurat, dan transparan mengenai kondisi serta jaminan dari produk atau layanan;
4. Hak untuk menyampaikan argumen dan mengajukan keluhan terkait penggunaan produk atau layanan;
5. Hak untuk memperoleh dukungan, perlindungan, dan penyelesaian sengketa konsumen dengan cara yang adil;
6. Hak untuk memperoleh pembinaan dan pendidikan sebagai pembeli;
7. Hak untuk diperlakukan secara adil, jujur, dan tanpa diskriminasi;
8. Hak untuk menerima kompensasi, penggantian, atau ganti rugi jika produk atau layanan yang diterima berbeda dengan kesepakatan; dan
9. Hak-hak lain yang terdapat pada peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Perlindungan hukum bagi pembeli mencakup berbagai upaya yang dilakukan oleh hukum untuk memberikan perlindungan kepada masyarakat. Dua aspek utama dalam perlindungan bagi pembeli adalah: pertama, perlindungan terhadap hak-hak konsumen yang

berkaitan dengan barang dan jasa, mulai dari proses pembelian hingga penggunaan barang atau jasa tersebut (Nainggolan, 2021).

1. Pertahanan terhadap potensi pelanggan barang dan jasa untuk memperoleh barang dan jasa yang melanggar hukum atau tidak mematuhi ketentuan perjanjian. Jika terjadi kerugian karena penggunaan produk yang tidak memenuhi kriteria, maka akan diberikan penggantian kepada pelanggan.
2. Pertahanan terhadap pemaksaan persyaratan yang tidak masuk akal kepada pelanggan. Secara khusus, persyaratan kontrak, biaya, layanan pasca pembelian, serta pemasaran dan periklanan semuanya termasuk dalam perlindungan konsumen.

Konsumen dan pelaku usaha penyedia e-commerce (*onlineshop*) perlu mencapai kesepakatan mengenai aturan yang berlaku sebelum memulai transaksi. Pengaturan ini bertujuan untuk memberikan kepastian hukum kepada konsumen, guna memastikan bahwa informasi pribadi dan preferensi yang diberikan dalam transaksi elektronik tidak disalahgunakan dan tetap terjaga kerahasiaannya. Selain itu, pengaturan ini juga berfungsi untuk melindungi hak-hak konsumen, sekaligus membantu penyedia e-commerce atau pemilik *onlineshop* dalam menghindari pelanggaran yang dapat merugikan rasa aman, kenyamanan, dan martabat konsumen (Rahim dkk., 2023).

Oleh karena itu, perlindungan konsumen merupakan landasan hukum yang penting dalam mengatur aktivitas transaksi daring. Di sisi lain, pelaku usaha atau pemilik toko online memiliki kewajiban untuk mematuhi dua larangan utama, yaitu memastikan bahwa barang yang dijual memenuhi kriteria dan standar yang layak digunakan oleh pembeli, serta memberikan informasi yang akurat, jelas, dan tidak menyesatkan (Indriyani dkk., 2017).

Menurut Pasal 4 huruf h Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pembeli berhak memperoleh kompensasi, penggantian, atau ganti rugi apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati. Selain itu, Pasal 7 huruf g mengatur kewajiban penjual untuk memberikan kompensasi, penggantian, atau ganti rugi jika barang dan/atau jasa yang diterima oleh pembeli tidak sesuai dengan ketentuan yang tercantum dalam perjanjian yang telah dibuat (Priyono, 2019).

Pelaku usaha yang menjual barang atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang tercatat pada label, etiket, deskripsi, iklan, atau promosi dapat dikenakan sanksi pidana berdasarkan Pasal 62 ayat (1) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Ancaman hukumannya cukup berat, yakni pidana penjara hingga lima tahun atau denda maksimum sebesar Rp 2 miliar. Ketentuan ini juga berlaku dalam transaksi online, termasuk pembelian melalui platform e-commerce, sehingga konsumen tetap terlindungi di era digital (Dzuhriyan dkk., 2025).

Dalam transaksi perdagangan melalui jalur e-commerce, kesepakatan antara produsen dan konsumen umumnya dituangkan dalam bentuk kontrak perjanjian. Perusahaan perlu memastikan bahwa proses pengembalian produk yang tidak sesuai dengan pesanan pelanggan dapat dilakukan dengan mudah dan efisien. Hal ini menjadi semakin penting ketika terjadi masalah terkait transaksi elektronik, seperti ketika pelanggan menerima barang yang tidak sesuai dengan yang dipesan.

Dalam kondisi seperti ini, perusahaan wajib memberikan solusi yang memadai, misalnya dengan menukar barang yang diterima dengan barang yang sesuai dengan pesanan pelanggan. Proses pengembalian dan penukaran barang yang lancar dan terstruktur dengan baik sangat krusial untuk memberikan rasa aman dan nyaman bagi pelanggan, serta menjaga kepercayaan

mereka terhadap perusahaan. Kejelasan dalam prosedur pengembalian barang juga sangat diperlukan, termasuk informasi terkait waktu yang dibutuhkan untuk proses pengembalian dan potensi biaya tambahan yang mungkin timbul. Hal ini akan membantu pelanggan untuk melakukan pengembalian barang dengan mudah dan tanpa kendala.

Memberikan kesempatan serta tenggat waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang telah dibeli merupakan bagian dari pemenuhan kewajiban pelaku usaha dalam menyediakan kompensasi. Kompensasi ini bisa berupa penggantian produk atau pengembalian uang atas barang yang dibeli. Selain itu, pelaku usaha atau peritel juga mendapatkan perlindungan hukum yang memastikan hak konsumen terlindungi, sekaligus memenuhi kewajibannya sebagai penyedia barang atau jasa.

Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Jual Beli Atas Barang Tidak Sesuai Dalam E-commerce

Penjual harus memberikan waktu tertentu bagi pembeli untuk melakukan retur pesanan apabila produk yang diterima tidak sesuai dengan kesepakatan awal atau jika terdapat kekurangan yang tidak diberitahukan sebelumnya. Selain itu, jika pesanan yang diterima pembeli tidak sesuai dengan deskripsi yang tercantum dalam iklan, konsumen berhak untuk menggugat penjual secara perdata karena adanya wanprestasi dalam transaksi jual beli yang telah dilakukan. Menurut R. Subekti, wanprestasi merujuk pada kelalaian yang dapat terjadi dalam empat kondisi utama, antara lain (Langit & Setyorini, 2022):

1. Tidak melaksanakan apa yang sudah dijanjikan untuk dilakukan;
2. Melaksanakan apa yang dijanjikan, tapi berbeda dengan janji;
3. Melaksanakan apa yang disepakati, tetapi telat; dan
4. Melakukan hal-hal yang seharusnya tidak dikerjakan berdasarkan perjanjian.

Salah satu masalah yang sering muncul dalam transaksi antara pelaku usaha dan konsumen adalah wanprestasi, yaitu kegagalan pelaku usaha dalam memenuhi kewajibannya. Berdasarkan Pasal 1238 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata), debitur dianggap lalai apabila tidak memenuhi kewajibannya pada waktu yang telah ditentukan, baik berdasarkan perintah tertulis, akta serupa, maupun isi perjanjian itu sendiri. Dalam praktiknya, banyak pelaku usaha yang sering mengabaikan kewajiban mereka, yang pada akhirnya merugikan konsumen.

Sebagai contoh, setelah konsumen menerima barang atau jasa sesuai dengan kesepakatan, pelaku usaha sering kali menghilang atau sulit dihubungi. Situasi ini tentu menimbulkan kekecewaan bagi konsumen, terutama jika barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan yang dijanjikan dalam iklan atau promosi di media sosial. Keadaan ini menggambarkan betapa pentingnya pengawasan dan penegakan hukum yang lebih ketat dalam transaksi antara pelaku usaha dan konsumen untuk melindungi hak-hak konsumen dari praktik wanprestasi yang merugikan.

Apabila terjadi masalah terkait barang atau jasa yang diterima, pembeli berhak untuk tidak melanjutkan pesanan. Hal ini ditegaskan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Pasal 69 ayat 2 mengatur bahwa pembeli memiliki hak untuk menukar atau membatalkan pembelian apabila terdapat ketidaksesuaian atau kesalahan antara barang atau jasa yang diterima dengan yang dijanjikan. Selain itu, Pasal 69 ayat (3) dan (4) juga mengatur bahwa penjual dapat diminta untuk menanggung biaya ekspedisi apabila kesalahan tersebut berasal dari pihak penjual. Ketentuan

ini mencakup kewajiban pelaku usaha untuk bertanggung jawab atas biaya yang timbul, termasuk biaya pengiriman.

Konsumen memiliki dua pilihan utama untuk memperoleh perlindungan hukum: jalur litigasi dan jalur non-litigasi. Dalam jalur litigasi, konsumen dapat mengajukan perkara ke pengadilan, sementara dalam jalur non-litigasi, konsumen dapat menyelesaikan perselisihan di luar pengadilan melalui berbagai metode, seperti konsiliasi, mediasi, negosiasi, atau arbitrase. Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) menjelaskan bahwa tujuan utama dari perlindungan konsumen adalah:

1. Peningkatan Pemahaman dan Kemampuan Konsumen: Salah satu tujuan utama perlindungan konsumen adalah untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan konsumen dalam melindungi diri mereka selama proses transaksi. Hal ini mencakup pemberian informasi yang jelas dan edukasi mengenai hak-hak konsumen agar mereka dapat mengambil keputusan yang lebih bijaksana.
2. Penghargaan terhadap Martabat Konsumen: Perlindungan konsumen juga berfungsi untuk memastikan bahwa konsumen terhindar dari dampak negatif yang dapat timbul akibat produk atau layanan yang disediakan. Praktik perlindungan ini penting untuk menjaga martabat dan hak-hak konsumen dalam menghadapi potensi risiko yang ada.
3. Penguatan Kemampuan Konsumen dalam Pengambilan Keputusan: Perlindungan konsumen berperan dalam meningkatkan kemampuan konsumen untuk membuat keputusan yang tepat. Hal ini mencakup pemahaman yang lebih baik tentang hak-hak mereka dan kemampuan untuk menuntut hak-hak tersebut jika diperlukan, dengan tujuan agar mereka mendapatkan perlakuan yang adil.
4. Pembangunan Sistem Perlindungan yang Kokoh: Membangun sistem perlindungan konsumen yang efektif mencakup beberapa aspek, seperti kepastian hukum, transparansi informasi, dan akses yang memadai bagi konsumen. Sistem yang terstruktur ini bertujuan untuk memberikan rasa aman bagi konsumen serta memastikan bahwa mereka memiliki informasi yang cukup untuk membuat keputusan yang informed.
5. Pendidikan bagi Pelaku Usaha tentang Pentingnya Perlindungan Konsumen: Tidak hanya konsumen, pelaku usaha juga perlu diberi pemahaman tentang pentingnya perlindungan konsumen. Pendidikan ini diharapkan dapat mendorong terciptanya praktik bisnis yang lebih jujur, bertanggung jawab, dan beretika, yang pada akhirnya akan menciptakan pasar yang lebih sehat.
6. Peningkatan Kualitas Produk dan Layanan: Perlindungan konsumen juga berfokus pada peningkatan kualitas produk dan layanan yang diberikan kepada konsumen. Aspek-aspek seperti kelancaran proses produksi, kenyamanan, kesehatan, keamanan, dan keselamatan konsumen harus dijaga dengan baik. Perlindungan hukum yang diterapkan dapat mencakup kedua fase, yaitu sebelum dan setelah transaksi, untuk menjamin konsumen tetap terlindungi di setiap tahapan.

Perlindungan hukum bagi konsumen didasarkan pada hak dan kewajiban yang dimiliki oleh semua pihak yang terlibat dalam transaksi. Dalam konteks transaksi, penting bagi konsumen untuk memahami secara jelas hak dan kewajiban mereka. Sebagai contoh, Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur hak-hak konsumen, yang mencakup

sejumlah perlindungan yang bertujuan untuk memastikan keadilan dalam transaksi. Undang-undang tersebut menyebutkan hak-hak konsumen secara rinci, yaitu:

1. Hak untuk merasa aman dan sejahtera saat menggunakan barang atau layanan yang ditawarkan.
2. Hak untuk memilih produk atau layanan dan menerima barang/jasa sesuai dengan nilai tukar, ketentuan, dan jaminan yang telah disepakati sebelumnya.
3. Hak untuk memperoleh informasi yang jelas, tepat, dan akurat mengenai kondisi serta jaminan barang atau layanan yang diberikan.
4. Hak untuk menyampaikan umpan balik mengenai produk atau layanan yang digunakan.
5. Hak untuk menerima perlindungan yang adil, serta akses kepada prosedur penyelesaian sengketa sesuai dengan ketentuan perlindungan konsumen yang berlaku.
6. Hak untuk mendapatkan pendidikan dan pelatihan mengenai hak-hak konsumen, guna memperkuat pengetahuan mereka dalam melakukan transaksi.
7. Hak untuk dilayani secara adil, jujur, dan tanpa diskriminasi dalam semua aspek transaksi.
8. Hak untuk menerima kompensasi, ganti rugi, atau penggantian apabila produk atau layanan yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau standar yang dijanjikan.

Dalam konteks hukum e-commerce, perlindungan konsumen sangat diatur oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), khususnya Pasal 8 hingga Pasal 17, yang mengatur berbagai larangan bagi pelaku usaha. Pasal-pasal ini mencakup sanksi bagi pelaku usaha yang terbukti menawarkan produk atau layanan yang melanggar ketentuan yang berlaku. Selain itu, terdapat pula peraturan yang melarang iklan yang menyesatkan, termasuk tindakan penipuan yang dapat memberikan gambaran yang salah mengenai kualitas barang atau jasa, baik bagi konsumen maupun pihak yang terlibat dalam transaksi tersebut.

Rendahnya tingkat pengetahuan pembeli mengenai hak-hak mereka menjadi salah satu kelemahan utama dalam sistem perlindungan konsumen, terutama yang dipengaruhi oleh tingkat pendidikan yang rendah di kalangan pembeli. Selain regulasi yang terdapat dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), hukum pidana, seperti yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP), juga dapat diterapkan dalam beberapa kasus untuk memberikan perlindungan tambahan kepada konsumen.

Asuransi, sebagai salah satu bentuk perlindungan hukum, juga dapat diterapkan dalam transaksi online untuk mengurangi risiko yang mungkin timbul bagi konsumen. Berdasarkan penjelasan ini, dapat disimpulkan bahwa perlindungan konsumen dalam konteks e-commerce memerlukan regulasi khusus yang lebih sesuai dengan dinamika transaksi online. Hal ini disebabkan oleh ketidakmampuan regulasi yang ada saat ini, terutama dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), untuk menangani tantangan yang muncul di dunia e-commerce.

Karena sistem perdagangan berbasis teknologi elektronik memiliki karakteristik yang berbeda, maka diperlukan peraturan hukum yang lebih spesifik untuk mengatur aspek-aspek hukum dalam dunia siber, termasuk transaksi jual beli online. Regulasi yang lebih terperinci dan relevan sangat penting agar hak-hak konsumen yang bertransaksi di platform online

dapat terlindungi dengan baik, mengingat bahwa peraturan yang ada saat ini belum memadai untuk mengatur hal tersebut secara mendetail.

Untuk memastikan perlindungan hukum yang jelas bagi konsumen dan memberikan informasi yang akurat terkait dengan pembelian online, sangat penting untuk menetapkan hak dan kewajiban dalam setiap transaksi. Langkah ini bertujuan untuk memastikan bahwa kesepakatan yang dicapai antara kedua belah pihak dapat dilaksanakan sesuai dengan mekanisme hukum yang berlaku di Indonesia.

D. Simpulan

Konsumen, yang dalam konteks ini merujuk pada individu yang menggunakan produk atau jasa untuk kebutuhan pribadi, keluarga, atau rumah tangga dan bukan untuk tujuan produksi atau penjualan kembali, memiliki hak untuk memperoleh perlindungan hukum. Perlindungan ini meliputi seluruh proses peralihan kepemilikan atau penggunaan barang dan jasa antara penyedia dan konsumen. Dalam konteks perdagangan daring (e-commerce), transaksi dilakukan melalui platform digital tanpa adanya interaksi fisik langsung antara pembeli dan penjual. Meskipun demikian, hak perlindungan konsumen tetap berlaku sepanjang seluruh tahapan transaksi, baik sebelum, selama, maupun setelah transaksi berlangsung, termasuk dalam hal terjadi perselisihan atau permasalahan lainnya.

Jika terjadi ketidaksesuaian antara barang yang diterima dan yang dijanjikan, konsumen memiliki hak untuk menggugat penjual berdasarkan hukum perdata, dengan alasan wanprestasi, yaitu pelanggaran terhadap perjanjian yang telah disepakati. Wanprestasi sendiri mencakup beberapa jenis, seperti tidak dilaksanakannya kewajiban atau keterlambatan dalam melaksanakan kewajiban yang telah diatur dalam perjanjian. Dalam konteks ini, Undang-Undang Perlindungan Konsumen berperan penting dengan tujuan untuk memperluas pemahaman konsumen mengenai hak-hak mereka. Selain itu, undang-undang ini juga bertujuan untuk melindungi konsumen dari dampak negatif akibat barang atau jasa yang tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Dengan adanya regulasi ini, diharapkan konsumen dapat membuat keputusan yang lebih bijak dan terlindungi saat bertransaksi.

Secara keseluruhan, untuk memastikan perlindungan maksimal bagi konsumen dalam transaksi e-commerce, peraturan yang ada perlu diperkuat dan disesuaikan dengan perkembangan teknologi. Selain itu, pelaku usaha harus meningkatkan transparansi dengan memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai produk yang dijual. Di sisi lain, konsumen juga harus lebih memahami hak-hak mereka agar dapat memanfaatkan perlindungan yang tersedia secara optimal. Penyesuaian peraturan dengan tuntutan baru dalam e-commerce sangat penting untuk memastikan bahwa transaksi online tetap aman dan menguntungkan bagi semua pihak.

Daftar Pustaka

- Dzuhriyan, A. R., Permana, S. I., & Gufron, M. K. A. (2025). Consumer Legal Protection in Online Transactions: Challenges and Opportunities in Indonesia's Digital Economy. *Justice Voice*, 3(1), 9–16. <https://doi.org/10.37893/jv.v3i1.1017>
- Erlinawati, M., & Nugrahaningsih, W. (2017). Implementasi Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terhadap Bisnis Online. *Serambi Hukum*, 11(1), 27–40.

- Fachurrahman, D. A., Saputra, K. A., & Susilo, R. D. (2023). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Saat Melakukan Transaksi Jual Beli Online. *Bureaucracy Journal: Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance*, 3(1), 974–981.
- Hardianto, H. (2015). Peranan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Kota Banjarmasin. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*, 5(10), 773–783.
- Indriyani, M., Kusuma Sari, N. A., & Satria Unggul W.P. (2017). Perlindungan Privasi dan Data Pribadi Konsumen Daring Pada Online Marketplace System. *Justitia Jurnal Hukum*, 1(2), 191–208. <https://doi.org/10.30651/justitia.v1i2.1152>
- Langit, E. S., & Setyorini, E. H. (2022). Perlindungan Hukum Debitur Wanprestasi Pada Perjanjian Kredit Rumah Atas Jaminan Hak Tanggungan. *Bureaucracy Journal: Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance*, 2(2), 777–793. <https://doi.org/10.53363/bureau.v2i2.107>
- Maulana, M. J. (2024). Perlindungan Konsumen Dalam E-Commerce Terkait Kerugian. *Journal of Law, Administration, and Social Science*, 4(2), 265–275. <https://doi.org/10.54957/jolas.v4i2.569>
- Nainggolan, I. (2021). Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha E-Commerce Ditinjau dari Hukum Positif Indonesia. *Proceeding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 1060–1067.
- Prasetyo, H. L., Ahmad, S., & Lutfi, A. (2024). Pengawasan KPPU Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Dalam Persaingan Usaha Tidak Sehat di Era Digital. *Binamulia Hukum*, 13(1), 225–237. <https://doi.org/10.37893/jbh.v13i1.646>
- Presiden Republik Indonesia. (1999). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia*, 2003(1), 1–46.
- Priyono, E. A. (2019). Berlandung Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perjanjian E-Commerce. *Diponegoro Private Law Review*, 4(1), 428–438.
- Putra, D. S. Y. A. (2024). Peran Regulasi Dalam Mengatur Perdagangan Online di Indonesia: Kepatuhan, Penyelesaian Sengketa, dan Dampaknya Pada Bisnis Online. *Hukmy: Jurnal Hukum*, 3(2), 462–474. <https://doi.org/10.35316/hukmy.2023.v3i2.462-474>
- Rahim, K. A., Siregar, S. N. R., Hutauruk, D. M., Berliana, S., Sari, A. P., Basid, S. A. F., Purba, H. B., & Mahfudin, F. (2023). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli-Online (E-Commerce). *Jurnal Hukum dan Sosial Politik*, 1(3), 178–188. <https://doi.org/10.59581/jhsp-widyakarya.v1i3.607>
- Setyawan, A., & Wijaya, B. (2017). Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Journal of Judicial Review*, 19(2), 46–70.
- Tanjung, Y. (2016). E-Commerce Sebagai Pendukung Pemasaran Perusahaan. *Integritas*, 2(1), 32–42.