

## PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ONLINE

Cindy Atika Zulaeka, Destina Rina Susanti, Fitri Novia Maharani, Trias Pangesti,  
Aris Prio Agus Santoso  
Fakultas Hukum & Bisnis  
Universitas Duta Bangsa Surakarta

---

Submitted: 18 April 2024

Accepted: 27 April 2024

Published: 28 April 2024

---

### Abstrak

Kemajuan teknologi yang semakin pesat memudahkan kita untuk mengakses berbagai hal menggunakan internet, salah satunya yaitu berbelanja *online* di platform *e-commerce*. Perkembangan ini memberikan dampak positif dan dampak negatif. Seperti memajukan perekonomian, serta bagaimanakah peran hukum terhadap melindungi konsumen *online*. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perlindungan konsumen dalam dunia *e-commerce*. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis normatif dan deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan, masyarakat cenderung menganggap belanja online sebagai bagian yang penting dan semakin terintegrasi dalam gaya hidup modern. Dan berdasarkan aturan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999, dan Undang-undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang perlindungan konsumen dan perlindungan data pribadi.

**Kata kunci:** E-commerce, Konsumen, Perlindungan hukum

### Abstract

The rapid advancement of technology facilitates our access to various things using the *internet*, one of which is online shopping on *e-commerce* platforms. This development has both positive and negative impacts, such as boosting the economy, and what role does the law play in protecting online consumers. This research aims to understand how consumer protection works in the world of *e-commerce*. This study uses normative juridical and descriptive approaches. The research indicates that overall, society tends to view *online* shopping as an important part and increasingly integrated into modern lifestyles. And based on the regulations of law Number 8 of 1999, and Law Number 27 of 2022 regarding consumer protection and personal data protection.

**Keywords:** *E-commerce, Consumers, Legal protection*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Fenomena *e-commerce* atau belanja *online* sudah dikenal sejak tahun 1996 meskipun tidak begitu populer. Sedangkan pada tahun 1999, Andrew Darwis membangun *online* shopping pertama di Indonesia yaitu dengan mendirikan forum jual-beli bernama KasKu, kemudian disusul dengan platform jual-beli Bhinneka.com.

Lalu pada tahun 2010-an belanja *online* mulai menunjukkan peningkatan eksistensi. Melihat perkembangan belanja *online* di Indonesia semakin meningkat, pada tanggal 12 Desember 2012 ditetapkan sebagai hari belanja *online* nasional (harbolnas).

Di Indonesia, belanja *online* telah mengalami perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Beberapa faktor yang menyebabkan pertumbuhan ini termasuk penetrasi internet yang semakin luas, penetrasi smartphone yang tinggi, dan teknologi pembayaran digital. Selain itu, meningkatnya jumlah platform *e-commerce* lokal dan internasional juga telah mendorong pertumbuhan belanja *online* di Indonesia.

Belanja *online* terus berkembang pesat di era sekarang yaitu ditahun 2023 seperti sekarang ini. Semakin banyak orang yang beralih ke belanja *online* karena kemudahan,

kenyamanan, dan beragamnya pilihan produk yang tersedia. belanja *online* di Indonesia sangat dinamis, dengan persaingan yang ketat antara berbagai platform *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada dll. Mereka terus berinovasi untuk menawarkan layanan yang lebih baik kepada pelanggan seperti diskon, program loyalitas, dan pengiriman cepat.

Awalnya mungkin ada kekhawatiran tentang keamanan dan keadaan transaksi online, tetapi dengan meningkatnya pengguna internet dan peningkatan keamanan sistem pembayaran, banyak orang sekarang merasa lebih percaya diri untuk berbelanja secara online. Banyak yang menganggapnya sebagai kemudahan dan kenyamanan, meskipun ada juga yang masih lebih suka berbelanja secara langsung ditoko untuk pengalaman yang lebih langsung. Keseluruhan, masyarakat cenderung semakin menerima dan mengandalkan belanja online dalam kehidupan sehari-hari.

Berbelanja *online* memiliki sisi positif dan juga sisi negatif yaitu meliputi: sisi positifnya yaitu memberikan kenyamanan aksesibilitas 24/7, pilihan barang yang luas dan seringkali harga yang lebih murah karena adanya diskon atau promosi. Namun, sisi negatifnya yaitu termasuk risiko keamanan data pribadi, potensi penipuan, atau barang palsu, serta sulitnya menilai kualitas barang secara langsung sebelum membeli.

Belanja online telah memiliki dampak yang signifikan bagi pedagang toko langsung. Meskipun dapat meningkatkan jangkauan pasar mereka dengan menjangkau konsumen diseluruh dunia, itu juga menempatkan tekanan pada bisnis tradisional. Banyak pedagang toko langsung harus bersaing dengan harga yang lebih rendah dari pengecer online besar dan juga menghadapi tantangan dalam menjaga pengalaman berbelanja yang menarik lagi bagi pelanggan mereka di era digital ini.

Beberapa pedagang toko langsung telah berhasil beradaptasi dengan membuka platform belanja online mereka sendiri atau dengan menawarkan pengalaman yang lebih unik dan personal kepada pelanggan mereka. Namun, bagi sebagian pedagang, belanja online dapat menjadi ancaman serius bagi keberlangsungan bisnis mereka.

Seperti contoh kasus dari sisi buruk berbelanja *online* yaitu barang yang dipesan setelah diterima tidak sesuai dengan gambar atau keterangan mengenai deskripsi barang yang kurang memberi penjelasan secara detail mengenai rincian barang sehingga konsumen akan merasa dirugikan. Maka dari itu, pembeli bisa melalakukan retur barang (pengembalian barang), akan tetapi kebanyakan dari konsumen yang mengalami kasus seperti ini tidak melakukan retur barang karena adanya tambahan biaya pengiriman dan belum lagi lamanya proses waktu pengiriman yang terkesan rumit.

Selain itu, meningkatnya kesadaran akan keamanan transaksi *online* telah membantu meningkatkan kepercayaan konsumen melakukan pembelian *online*. Namun, tantangan seperti infrastruktur seperti logistik yang belum merata di Indonesia dan keamanan data tetap menjadi perhatian bagi pelaku industri dan regulator. Secara keseluruhan, belanja *online* di Indonesia terus berkembang dengan pesat dan diharapkan akan terus menjadi motor utama pertumbuhan ekonomi digital dimasa depan.

Selain itu, dukungan dari pemerintah dalam mendorong ekosistem digital dan pembayaran non-tunai juga telah mempercepat pertumbuhan belanja *online* di Indonesia. Namun tantangan, seperti insfrastruktur logistik yang masih perlu ditingkatkan dan kemanan transaksi *online* tetap menjadi fokus untuk memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan dalam industri belanja *online* dimasa depan. Platform *e-commerce* harus mandapatkan perizinan resmi dan sah dari pihak yang berwenang dalam mengelola data pribadi pengguna atau konsumen.

Perlindungan hukum terhadap konsumen online diatur dalam kebijakan hukum pidana yaitu mengatur tentang perlindungan konsumen dalam transaksi jual-beli online atau *e-commerce* di Indonesia antara lain dalam UU ITE, UU PK, KUHP, dan UU No.7 Tahun 2014 tentang perdagangan elektronik. Undang-undang ini mengatur hak dan kewajiban pelaku bisnis



dan konsumen dalam transaksi *online*, termasuk perlindungan konsumen, keamanan transaksi, dan penyelesaian sengketa. Selain itu, terdapat juga Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan melalui sistem elektronik yang memberikan pedoman lebih rinci terkait hal tersebut.

Hukum yang berlaku:

1. Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Terdapat berbagai undang-undang yang mengatur hak dan perlindungan konsumen, termasuk dalam konteks belanja online. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan deskripsi yang diberikan oleh penjual, serta hak untuk mendapatkan ganti rugi jika terjadi ketidaksesuaian atau kerusakan.

2. Peraturan Perdagangan Elektronik

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan Elektronik memberikan kerangka kerja yang mengatur transaksi *online*, termasuk kewajiban pelaku bisnis untuk memberikan informasi yang jelas dan akurat kepada konsumen.

3. Kewajiban Penjual

Penjual dalam transaksi *online* wajib memberikan informasi yang jelas mengenai produk atau jasa yang dijual, harga, syarat dan ketentuan, serta prosedur pengiriman dan pengembalian barang.

4. Penyelesaian Sengketa

Terdapat mekanisme penyelesaian sengketa antara konsumen dan penjual melalui Lembaga penyelesaian sengketa konsumen, baik yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun swasta.

5. Perlindungan Data Pribadi

Penjual juga memiliki kewajiban untuk melindungi data pribadi konsumen sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi.

6. Kejahatan Cyber

Perlindungan terhadap kejahatan cyber juga penting dalam konteks belanja *online*, termasuk penipuan online dan pencurian identitas.

## BAHAN DAN METODE

Penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan yuridis normatif, fokus pada analisis terhadap hukum sebagai norma positif dalam sistem perundang-undangan. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memahami dan mengevaluasi kerangka hukum yang mengatur kegiatan jual beli melalui platform *e-commerce*, dengan penekanan pada perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen. Dalam konteks ini, penelitian deskriptif digunakan untuk memaparkan dan menganalisis lebih lanjut pengaturan serta penerapan hukum yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce*.

Penelitian deskriptif memungkinkan penyajian yang sistematis mengenai aspek-aspek hukum yang terkait, seperti hak dan kewajiban konsumen serta tanggung jawab penjual dalam transaksi online. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat mengidentifikasi kebijakan dan regulasi yang ada, serta menganalisis implementasinya dalam praktik bisnis *e-commerce*. Hal ini membantu dalam memahami sejauh mana perlindungan hukum yang tersedia bagi konsumen dalam konteks transaksi *online*, serta potensi perbaikan atau penyempurnaan yang dapat dilakukan dalam kerangka regulasi yang ada.

Dengan demikian, penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana hukum diterapkan dalam praktik jual beli online, serta relevansi dan efektivitas perlindungan hukum yang ada terhadap kepentingan konsumen dalam ekosistem *e-commerce*.



## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Hubungan dan Kedudukan hukum terhadap konsumen dalam bertransaksi online melalui e-commerce*

E-commerce adalah segala bentuk transaksi perdagangan atau perniagaan barang atau jasa dengan menggunakan media elektronik. Kemajuan teknologi informasi bagi konsumen kini berkembang pesat dengan adanya internet. Sehingga membuat konsumen semakin kritis dan selektif dalam menentukan produk yang akan dipilihnya. Dengan ini memudahkan para konsumen dalam pemasaran produk dalam menghemat biaya dan waktu. Akan tetapi terdapat dampak buruk yang sering terjadi yang memungkinkan terjadinya kekeliruan atau bentuk kecurangan yang dapat memerlukan resiko penanganan lebih besar. Termasuk dalam proses pembayaran dan pengiriman barang dan jasa dapat dilakukan diakhir kesepakatan.

Menurut KUHPerdata terdapat Kedudukan hukum para pihak dalam transaksi e-commerce yaitu saling mengikatkan diri, terhadap satu orang atau lebih Dimana pihak-pihak yang melakukan transaksi memiliki hubungan hukum yang dapat disebut sebagai perjanjian. Dan apabila sudah memenuhi syarat sah perjanjian yang berupa kesepakatan kedua belah pihak yang halal maka transaksi tersebut dianggap sah.

Pendapat hukum dalam Transaksi e-commerce dapat dilihat melalui kesepakatan dalam transaksi e-commerce. Pertama terdapat pendapat hukum yang menyatakan bahwa sepakat dalam transaksi terjadi pada saat pengiklam timbol send oleh pihak pembeli. Adanya hal itu terjadilah antara penjual dan pembeli. Biasa disebut dengan kata sepakat. Hubungan hukum yang terjadi dalam transaksi ecommerce terdapat hak dan kewajiban tersebut diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Dapat disebut dengan wanprestasi apabila salah satu pihak melakukan cidera janji.

### *Komponen dan Sistematika pengaturan hukum jual-beli barang melalui electronic Commerce*

Di era modern seperti saat ini, transaksi jual beli online bukanlah suatu hal yang baru. Hampir di seluruh negara telah melakukan transaksi jual beli online atau yang lebih dikenal dengan E-commerce. Seperti bukalapak, Lazada, olx, Shopee, Tokopedia dan masih banyak lagi. E-commerce lahir berdasarkan kontrak jual beli secara elektronik antara penjual dan pembeli. Melalui situs-situs yang berhubungan dengan jaringan internet, melalui situs-situs resmi dengan katalog barang dan di sertai deskripsi produk sehingga tidak mengharuskan konsumen untuk datang atau berkunjung di sebuah toko.

Jual beli diatur dalam pasal 1457 KUHPerdata dimana suatu perjanjian dimana yang satu mengikat dirinya untuk menyerahkan suatu keendaan dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Terdapat dalam pasal 1313 KUHPerdata disebutkan suatu persetujuan adalah perbuatan dimana satu orang atau lebih meningkatkan diri terhadap satu orang atau lebih. Sehingga jual beli tersebut dapat dinyatakan sah apabila pembeli sudah melakukan persetujuan yang dinyatakan dalam pasal 1458 KUHPerdata. Dan diatur pada pasal 1320 KUHPerdata yaitu syarat sah jual beli yaitu kesepakatan para pihak dalam perjanjian kecakapan dalam suatu hal tertentu dan memiliki sebab yang hal, apabila tidak tidak memenuhi syarat sah dianggap batal dalam perjanjian.

Komponen dari data privasi disebut data pribadi, dimana didalam privasi terhadap hak seseorang untuk menutup atau merahasiakan hal-hal yang bersifat pribadi (informasi pribadi). Terdapat dalam pasal 26 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik mensyaratkan bahwa penggunaan setiap data pribadi dalam sebuah media elektronik harus mendapatkan persetujuan pemilik data bersangkutan. Dan bagi setiap pelanggar yang melanggar ketentuan ini dapat digugat atas kerugian yang ditimbulkan.



**Prosedur perlindungan hukum bagi konsumen yang mengalami kerugian akibat jual-beli barang e-commerce menurut undang-undang perlindungan konsumen dan hukum telematika**

Dalam hal ini konsumen yang mengalami kerugian akibat jual-beli barang melalui ecommerce Indonesia dapat dijelaskan dalam Undang-undang perlindungan konsumen (UU Perlindungan Konsumen) dan Undang-undang Informasi dan transaksi elektronik (UU ITE). Berikut penjelasan mengenai prosedur dan mekanisme perlindungan hukum:

**UU Perlindungan konsumen :**

- a. Pemberitahuan dan klaim : dimana saling memberitahu masalah yang terkait dalam ecommerce ketika terdapat kerugian, akan diberitahukan atau diklaim dalam bentuk tertulis atau melalui sarana komunikasi elektronik.
- b. Penyelesaian sengketa melalui musyawarah : dapat dilakukan musyawarah melalui sarana komunikasi elektronik atau secara langsung.
- c. Penyelesaian sengketa melalui badan penyelesaian sengketa konsumen (BPSK) : dimana pengajuan permohonan sengketa ke BPSK yang berwenang jika musyawarah tidak berhasil mencapai kesepakatan.
- d. Penyelesaian sengketa melalui pengadilan : penyelesaian terakhir konsumen dapat menggugat ke pengadilan, jika melalui BPSK tidak membuahkan hasil.

**UU ITE :**

- a. Pengaduan kepada penyelenggara e-commerce : diharapkan memberikan respon dan solusi yang tepat terhadap pengaduan tersebut.
- b. Penegakan hukum jika penyelenggara ecommerce tidak memberikan respon atau solusi, konsumen dapat melaporkan masalah tersebut kepada pihak yang berwenang seperti kepolisian atau komisi pengawas persaingan usaha (KPPU) sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam UU ITE.

Prosedur dan mekanisme perlindungan hukum ini bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan melindungi konsumen dalam transaksi jual-beli barang melalui e-commerce. Terdapat perlindungan hukum telematika (UU No. 11 tahun 2008) terhadap tindakan melawan hukum dalam transaksi elektronik. Namun terdapat hal yang lebih relevan, seperti ketentuan perjanjian atau kebijakan yang ditetapkan oleh penyedia jasa ecommerce. Disarankan untuk mempelajari secara seksama agar dapat melindungi hak-hak mereka.

**Perlindungan hukum data konsumen dalam keamanan jual beli online**

Data pribadi adalah data perorangan tertentu yang disimpan, dirawat, dan dijaga kebenarannya serta dilindungi kerahasiaann. Terdapat pada Pasal 1 Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaran System dan Transaksi Elektronik. Karena posisi konsumen yang lemah dan harus dilindungi oleh hukum. Hal ini sangat penting bagi konsumen sendiri dalam melakukan transaksi online dikarenakan data pribadi tersebut berhubungan dengan keamanan konsumen itu sendiri.

Undang- undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Elektronik memberikan perlindungan hukum terhadap keamanan data elektronik tersebut dari pengaksesan illegal yang terdapat dalam Pasal 30 dan Pasal 46 Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi Elektronik. Yang telah menjamin perlindungan konsumen terhadap konsumen terhadap privasinya dalam transaksi online.

Bericara mengenai perlindungan konsumen secara khusus telah diatur didalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Terdapat



prinsip perlindungan konsumen yaitu segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Konsumen yang disebut penerima pinjaman sedangkan pemberi pinjaman diasumsikan sebagai pelaku usaha dalam hubungan antara penyedia layanan dan pemberian pinjaman maka diasumsikan sebagai konsumen adalah pemberi pinjaman. Dengan begitu dapat disebut dua konsumen yaitu penerima pinjaman dan pemberi pinjaman (tergantung hubungan antara para pihak). Dengan demikian lingkup konsumen dapat didefinisikan secara luas, yang di dalamnya mencakup konsumen barang dan jasa.

Dalam hukum perlindungan konsumen, terdapat prinsip-prinsip yang muncul sebagai akibat hubungan hukum antara pelaku usaha dengan konsumen, diantaranya:

- a. Caveat Emptor (Let The Buyer Beware)

Dalam bahasa latin berarti hal ini merefleksikan adanya kedudukan yang seimbang antara konsumen dan pelaku usaha sehingga tidak perlu perlindungan.

- b. The Due Care Theory

Teori ini menyatakan bahwa pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk berhati-hati dalam mendistribusikan produk barang dan jasanya kepada konsumen secara luas. Dan jika pelaku sudah melakukan prinsip kehati-hatian, maka pelaku usaha tidak dapat dipersalahkan atas kerugian yang diderita konsumen. Apabila terdapat pelanggaran harus disertakan bukti kerugian.

- c. The Privity of Contract

Dimana pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk melindungi konsumen, jika diantara keduanya terdapat hubungan kontraktual. Sehingga konsumen dapat mengungat atas dasar wanprestasi.

Perlindungan konsumen juga dituangkan dalam bentuk penyusunan strategi nasional keuangan inklusif yang ditetapkan melalui peraturan presiden Nomor 82 tahun 2016 dengan mengedepankan 5(lima) pilar yaitu pilar edukasi keuangan, pilar hak property masyarakat, pilar fasilitas intermediasi dan saluran distribusi keuangan, pilar layanan keuangan sektor pemerintah, dan pilar perlindungan konsumen dimana perlindungan konsumen dimaksudkan untuk memberikan rasa aman kepada masyarakat dalam berinteraksi Lembaga keuangan. Didalam sektor Lembaga keuangan Otoritas jasa keuangan (OJK) bertanggung jawab atas sektor jasa keuangan telah menyelesaikan pengaduan konsumen, dan dapat mengajukan gugatan kepada pelaku usaha atau pihak lain yang merugikan konsumen.

**A. Kebijakan hukum pidana dalam mengatur perlindungan konsumen transaksi jual beli online (E-Commerce) di Indonesia**

Terdapat upaya penanggulangan kejahatan melalui hukum pidana, terdapat suatu langkah kebijakan, untuk menentukan bagaimana suatu langkah yang rasional dalam melakukan kebijakan tidak pula dipisahkan dari tujuan kebijakan pembagunan itu sendiri secara integral. Serta bagaimana mewujudkan kesejahteraan bagi masyarakat. Dengan jalur penal (hukum pidana) dan jalur non penal (di luar hukum pidana) maka dari itu tindak pidana harus diperhatikan dan mengarah pada tercapainya tujuan dari kebijakan sosial berupa social welfare dan social defence. Dilihat dari sudut pandang politik kriminal, dan keseimbangan antara sarana penal dan non penal.

**B. Aspek pidana dalam perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli dalam E-Commerce**

Aspek ini terdapat dalam peraturan Perundang-Undangan yang berkaitan dengan transaksi elektronik yang bersifat khusus dalam bentuk suatu hukuman kepada mereka



yang telah melakukan suatu pelanggaran terhadap keharusa-keharusan yang telah ditentukan didalamnya. Dalam kitab Undang-Undang Hukum pidana berdasarkan pasal 378 tentang penipuan dengan sanksi pidana penjara paling lama empat tahun, pasal 62 Undang-Undangan Perlindungan Konsumen dengan sanksi pidana penjara paling lama lima tahun atau denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah), dan pasal 28 ayat (1) Undang-Undang informasi dan transaksi elektronik tentang menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibat kerugian konsumen dalam transaksi elektronik dengan sanksi pidana penjara paling lama enam tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

## PENUTUP

Perkembangan teknologi informasi, khususnya internet, membawa perubahan besar dalam dunia perdagangan, termasuk dalam aktivitas jual beli. Munculnya e-commerce atau perdagangan online menghadirkan kemudahan dan akses yang luas bagi konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa. Namun, di balik kemudahan tersebut, terdapat potensi pelanggaran hak konsumen dalam transaksi online. Oleh karena itu, diperlukan perlindungan hukum yang memadai untuk memastikan hak-hak konsumen terjamin dan terlindungi. Di Indonesia, terdapat beberapa landasan hukum yang mengatur tentang perlindungan konsumen, termasuk dalam transaksi online:

1. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen): UU ini mengatur hak dan kewajiban konsumen, serta larangan bagi pelaku usaha untuk melakukan praktik yang merugikan konsumen.
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE): UU ini mengatur tentang transaksi elektronik, termasuk jual beli online, dan mengatur tentang sanksi bagi pelanggaran terkait transaksi elektronik.
3. Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem Elektronik: Peraturan ini mengatur tentang penyelenggaraan sistem elektronik, termasuk platform e-commerce, dan mewajibkan platform e-commerce untuk memenuhi standar tertentu untuk melindungi konsumen.

Konsumen online memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang lengkap, memilih produk, mendapatkan produk yang sesuai pesanan, mendapatkan ganti rugi, dan layanan purna jual. Pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memberikan informasi yang benar, menjaga keamanan data, menyelesaikan keluhan, dan mematuhi regulasi. Meskipun terdapat regulasi, masih terdapat beberapa tantangan dalam penegakan hukum, seperti perubahan teknologi yang pesat, kesulitan penegakan hukum, dan kurangnya kesadaran konsumen. Upaya yang perlu dilakukan untuk meningkatkan perlindungan konsumen online adalah dengan meningkatkan regulasi, penegakan hukum, edukasi konsumen, dan kerja sama antar pihak.

## REFERENSI

- [1] R. E. Perkasa, N. S. P, and B. E. Turisno, “Perlindungan Hukum Pidana Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual/Beli Online (E-Commerce) Di Indonesia,” *Diponegoro Law J.*, vol. 5, no. 4, p. 3, 2016, [Online]. Available: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/dlr/article/view/13361>
- [2] I. D. G. A. Wiranjaya and I. G. P. Ariana, “Perlindungan hukum terhadap pelanggaran privasi konsumen dalam bertransaksi online,” *J. Ilmu Huk.*, vol. 6, no. 1, pp. 1–5, 2017, [Online]. Available: <https://ocs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/21906>
- [3] K. D. Pramita and K. D. Hendrayana, “Perlindungan Hukum Terhadap Investor Sebagai Konsumen dalam Investasi Online,” *J. Pacta Sunt Servanda*, vol. 2, no. 1, pp. 24–35,



2021.

- [4] I. P. Y. Saputra, I. N. P. Budiartha, and N. M. P. Ujianti, “Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Akibat Kerugian yang Ditimbulkan oleh Pelaku Usaha Toko Online di facebook,” *J. Prefer. Huk.*, vol. 3, no. 1, pp. 26–30, 2022, doi: 10.22225/jph.3.1.4618.26-30.
- [5] K. Hidayah and A. Witasari, “Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Secara Online (E-Commerce),” *Pros. Konstelasi Ilm. Mhs.* ...., pp. 275–291, 2022, [Online]. Available: <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kimuh/article/download/20466/6606>
- [6] A. M. Y. N. Anak and M. D. P. I, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Wanprestasi Pelaku Usaha Online,” *J. Kertha Wicara*, vol. 10, no. 4, pp. 247–257, 2021.
- [7] D. Triasih, D. T. Muryati, and A. H. Nuswanto, “Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Perjanjian Pinjaman Online,” *Semin. Nas. Huk. Univ. Negeri Semarang*, vol. 7, no. 2, pp. 591-608., 2021, [Online]. Available: <https://doi.org/10.15294/snunnes.v7i2.732>
- [8] C. Aulia, K. Jeumpa, and C. Chairunnisa, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli-Onlinecommerce,” *Bus. Law Rev.*, vol. 1, no. 10, pp. 14–20, 2016, [Online]. Available: <https://law.uii.ac.id/wp-content/uploads/2016/12/blc-fhuii-v-01-02-cindy-aulia-khotimah-jeumpa-crisan-chairunnisa-perlindungan-hukum-bagi-konsumen-dalam-transaksi-jual-beli-online-e-commerce.pdf>
- [9] M. Anwar and M. Kurdi, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Pembelian Secara Online,” *J. MISSY (Management Bus. Strateg.)*, vol. 2, no. 2, pp. 45–48, 2021, doi: 10.24929/missy.v2i2.1864.
- [10] D. E. Rusmawati, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce,” *FIAT JUSTISIA Jurnal Ilmu Huk.*, vol. 7, no. 2, 2015, doi: 10.25041/fiatjustisia.v7no2.378.