

## Upaya Perlindungan Konsumen pada Transaksi E-Commerce di Indonesia (Kendala Implementasi Regulasi dan Pengawasan)

Izazi muShabrina

Fakultas Hukum, Universitas Bengkulu

e-mail: [firyals11@gmail.com](mailto:firyals11@gmail.com)

**Abstract.** *This research aims to analyze consumer protection in e-commerce in Indonesia, focusing on the obstacles in implementing consumer protection regulations in e-commerce in Indonesia. It also aims to analyze and evaluate the challenges related to compliance and oversight in the application of consumer protection regulations. In the digital era, e-commerce transactions have rapidly evolved, but this has also led to various consumer protection issues, such as fraud and a lack of transparency. For that reason, appropriate regulations are needed to protect consumers. This research employs a normative-descriptive research method, utilizing both the statute approach and the conceptual approach. The author uses the statute approach to analyze the applicable laws related to e-commerce and consumer protection, while the conceptual approach is used to explore the ideal concept of consumer protection in the context of digital transactions. The research results indicate that although regulations related to e-commerce are in place, the main challenge lies in the less-than-optimal implementation and oversight. Obstacles such as a lack of human resources and monitoring technology, as well as the complexity of cross-border jurisdictions, are factors that complicate effective consumer protection. Therefore, there is a need for efforts to improve legal infrastructure and stricter oversight to ensure that consumer rights are protected within the e-commerce ecosystem in Indonesia.*

**Keywords:** *Consumer protection, e-commerce, regulation, supervision, Indonesia*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan konsumen dalam e-commerce di Indonesia dengan fokus pada hambatan-hambatan dalam penerapan regulasi perlindungan konsumen dalam e-commerce di Indonesia, dan juga bertujuan untuk menganalisis serta mengevaluasi hambatan-hambatan terkait kepatuhan dan pengawasan dalam penerapan regulasi perlindungan konsumen. Di era digital, transaksi e-commerce telah berkembang pesat, namun hal ini juga menimbulkan berbagai masalah perlindungan konsumen, seperti penipuan dan kurangnya transparansi. Untuk itu, diperlukan regulasi yang tepat untuk melindungi konsumen. Penelitian ini menggunakan metode penelitian normative-deskriptif, dengan pendekatan statute approach dan conceptual approach. Penulis menggunakan pendekatan statute approach, menganalisis undang-undang yang berlaku terkait e-commerce dan perlindungan konsumen, sedangkan pendekatan konseptual (conceptual approach) digunakan untuk menggali konsep perlindungan konsumen yang ideal dalam konteks transaksi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun regulasi terkait e-commerce sudah ada, tantangan utama terletak pada implementasi dan pengawasan yang kurang optimal. Hambatan seperti kurangnya sumber daya manusia dan teknologi pengawasan, serta kompleksitas lintas batas yurisdiksi menjadi faktor yang mempersulit perlindungan konsumen secara efektif. Oleh karena itu, diperlukan upaya peningkatan infrastruktur hukum dan pengawasan yang lebih ketat untuk memastikan hak-hak konsumen terlindungi dalam ekosistem e-commerce di Indonesia.

**Kata kunci:** Perlindungan konsumen, e-commerce, regulasi, pengawasan, Indonesia

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin maju menyebabkan banyaknya terjadi perubahan dalam berbagai bidang. Hal ini dibuktikan dengan pesatnya perkembangan internet dalam intensitas yang tinggi. Keberadaan teknologi internet saat ini sangat membawa dampak yang positif bagi masyarakat. Meningkatnya kapasitas, kemudahan akses dan semakin terjangkaunya biaya penggunaan internet menyebabkan perubahan revolusioner dalam penggunaannya di berbagai bidang, termasuk bidang komunikasi, hiburan, pariwisata, dan bidang lainnya.

Fakta menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat pesat dari tahun ke tahun. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengumumkan jumlah pengguna internet Indonesia akan mencapai 221.563.479 jiwa tahun 2024, dari total penduduk 278.696.200 jiwa pada tahun 2023. Dari hasil survei penetrasi internet Indonesia 2024 yang dirilis APJII, maka tingkat penetrasi internet Indonesia menyentuh angka 79,5%. Dibandingkan dengan periode sebelumnya, maka ada peningkatan 1,4%.

Dengan melihat fenomena perkembangan internet yang revolusioner, Don Tapscott berpendapat bahwa proses bisnis di masa depan dapat berubah menjadi suatu kegiatan ekonomi yang berbeda format dengan ekonomi tradisional, atau memunculkan fenomena yang dikenal dengan ekonomi digital (*digital economy*). Seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna internet, hal ini menunjukkan bahwa kehadiran internet akan membawa manfaat yang lebih besar, dan perkembangan dunia bisnis dimasa depan mungkin akan ditandai dengan munculnya beragam aktivitas ekonomi digital. Mengingat adanya peningkatan aktivitas ekonomi digital, seperti *e-commerce*, di Indonesia, pasar *e-commerce* di tanah air diperkirakan akan mengalami pertumbuhan pesat di tahun-tahun mendatang. Pasar *e-commerce* Indonesia diprediksi akan melampaui \$53 miliar pada tahun 2025, yang mencerminkan meningkatnya kepercayaan konsumen terhadap belanja online dan sistem pembayaran digital yang semakin aman dan efisien. Posisi Indonesia sebagai pasar *e-commerce* terbesar ketiga di dunia, setelah Tiongkok dan Amerika Serikat, didorong oleh faktor-faktor seperti pendapatan per kapita yang meningkat, akses internet yang lebih luas, serta urbanisasi yang pesat. Pertumbuhan tersebut tidak hanya menghadirkan peluang besar bagi konsumen, namun juga membuka peluang baru bagi pengusaha untuk meningkatkan penjualan. Dengan menggunakan media elektronik untuk mempromosikan barang atau jasa secara online, para penjual dapat melakukan promosi dengan lebih mudah dan efisien, tanpa harus mengeluarkan biaya mahal untuk promosi

konvensional.

*E-commerce* sebagai platform perdagangan elektronik, memungkinkan transaksi antar pihak melalui komputer, jaringan komputer, atau media elektronik lainnya daripada bertemu langsung. Kegiatan ini pada hakikatnya merupakan bentuk transaksi jual-beli modern yang memanfaatkan inovasi teknologi seperti internet sebagai media transaksi.

Menurut Pasal 1457 KUH Perdata, jual-beli adalah suatu akad yang mana salah satu pihak berjanji akan mengikatkan diri untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak lain mengikatkan diri untuk membayar harga yang dijanjikan. Pengertian ini sesuai dengan Pasal 1313 KUH Perdata, yang menyatakan bahwa suatu perjanjian adalah perbuatan di mana satu orang atau lebih mengikatkan diri terhadap satu orang lain atau lebih. Dengan kata lain, *e-commerce*, meskipun dilakukan secara elektronik, tetap mengikuti prinsip-prinsip dasar perjanjian yang berlaku dalam transaksi jual-beli konvensional.

Dikarenakan transaksi yang dilakukan bersifat elektronik, maka perjanjian atau kontrak yang terjadi dalam *e-commerce* dibuat secara online. Walaupun begitu, harus terdapat empat syarat sahnya perjanjian menurut Pasal 1320 KUH Perdata agar suatu perjanjian dianggap sah yaitu:

- 1) Kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya;
- 2) Kecakapan untuk membuat suatu perjanjian;
- 3) Suatu pokok persoalan tertentu;
- 4) Klausula yang halal.

Selain UU No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, regulasi yang mengatur perlindungan konsumen dalam *e-commerce* masih relatif baru dan terus berkembang. Pemerintah telah mengeluarkan berbagai peraturan, seperti Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Peraturan Pemerintah (PP) No. 80 Tahun 2019 tentang Pedoman Penyelenggaraan Sistem Elektronik dan Transaksi Elektronik (PMSE), Peraturan Menteri Perdagangan No. 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) yang telah digantikan dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023, dan beberapa aturan lainnya.

Meskipun sudah banyak regulasi yang menunjukkan komitmen pemerintah Indonesia dalam menjamin hak-hak konsumen di era digital, namun masih banyak kendala dalam implementasi regulasi tersebut, baik dari segi kepatuhan pelaku usaha maupun efektivitas pengawasan yang dilakukan oleh pemerintah. Kendati demikian, tantangan dalam mewujudkan perlindungan konsumen yang efektif di era digital masih kompleks.

Rendahnya kepatuhan pelaku usaha dan keterbatasan efektivitas pengawasan menjadi kendala utama yang perlu segera diatasi. Kepastian hukum diwujudkan melalui substansi peraturan perundang-undangan secara normatif dan penerapannya (*law enforcement*).<sup>7</sup>

Di Indonesia, regulasi yang mengatur perlindungan konsumen dalam *e-commerce* masih relatif baru dan terus berkembang. Pemerintah telah mengeluarkan berbagai peraturan, seperti Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Peraturan Pemerintah (PP) No. 80 Tahun 2019 tentang Pedoman Penyelenggaraan Sistem Elektronik dan Transaksi Elektronik (PMSE), Peraturan Menteri Perdagangan No. 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) yang telah digantikan dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023, dan beberapa aturan lainnya.

## **METODE**

Penelitian Ini Menggunakan Pendekatan Yuridis Normatif, Yaitu Pendekatan Yang Menitikberatkan Pada Analisis Terhadap Norma-Norma Hukum Yang Berlaku, Baik Yang Tertulis Dalam Peraturan Perundang-Undangan Maupun Prinsip-Prinsip Hukum Yang Berkembang Dalam Praktik.

Metode Ini Dipilih Karena Fokus Penelitian Adalah Untuk Menganalisis Peraturan Hukum Yang Mengatur Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Di Indonesia Serta Mengkaji Hambatan Dalam Implementasi Dan Pengawasannya. Data Yang Digunakan Dalam Penelitian Ini Berupa Data Sekunder, Yang Terdiri Dari:

Bahan Hukum Primer, Yaitu Peraturan Perundang-Undangan Yang Relevan Seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik (Ite), Serta Peraturan Pelaksana Lainnya Yang Terkait Dengan E-Commerce.

Bahan Hukum Sekunder, Yaitu Literatur, Jurnal Hukum, Artikel Ilmiah, Dan Hasil Penelitian Terdahulu Yang Mendukung Analisis.

Bahan Hukum Tersier, Seperti Kamus Hukum Dan Ensiklopedia Hukum Yang Digunakan Untuk Memperkuat Pemahaman Terhadap Konsep-Konsep Hukum Yang Digunakan.

Pengumpulan Data Dilakukan Melalui Studi Pustaka (*Library Research*), Dengan Menganalisis Sumber-Sumber Hukum Tersebut Secara Sistematis. Selanjutnya, Data Dianalisis Secara Kualitatif, Yakni Dengan Mengkaji Isi (*Content Analysis*) Untuk Menemukan, Menjelaskan, Dan Memahami Permasalahan Hukum Yang Diteliti, Terutama Menyangkut Kesenjangan Antara Penerapan Regulasi Dan Pengawasannya Dalam Praktik

Perlindungan Konsumen Di Sektor E-Commerce. Jika Kamu Ingin Versi Metode Campuran, Yuridis-Empiris, Atau Pendekatan Kualitatif Umum (Non-Hukum), Saya Juga Bisa Bantu Buat.

## **PEMBAHASAN**

### **Implementasi Regulasi Perlindungan Konsumen dalam *E-commerce* di Indonesia**

Penerapan regulasi perlindungan konsumen pada *e-commerce* di Indonesia telah mengalami kemajuan yang signifikan seiring dengan pesat pertumbuhan industri ini. Undang-

Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen merupakan landasan hukum utama dalam melindungi hak-hak konsumen dalam transaksi elektronik.

Beberapa aspek penting dari undang-undang ini adalah hak-hak konsumen yang mana diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dimana pasal tersebut menyebutkan bahwa konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam menggunakan barang dan/atau jasa (Pasal 4 huruf a), berhak untuk memilih dan mendapatkan barang/jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi yang dijanjikan (Pasal 4 huruf b), serta berhak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa (Pasal 4 huruf c). Undang-undang ini juga mengatur kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang akurat dan lengkap serta bertanggung jawab atas kerugian konsumen yang timbul dari penggunaan barang/jasa yang diproduksi atau diperdagangkan.<sup>8</sup> Namun nampaknya masih banyak masyarakat (konsumen) yang belum pernah mendengar tentang keberadaan UUPK dan belum memahami sepenuhnya mengenai hak-haknya sebagai konsumen. Undang-undang ini menjadi dasar hukum untuk melindungi hak-hak konsumen, termasuk dalam transaksi elektronik.

Selain itu, ada beberapa aspek penting lainnya dalam implementasi regulasi yaitu :

#### **Upaya untuk Mengatasi Hambatan:**

##### **Penguatan Regulasi**

Perlu dilakukan pembaruan regulasi secara berkala agar tetap relevan dengan perkembangan teknologi dan praktik bisnis dalam *e-commerce*. Selain itu, Sanksi terhadap pelaku usaha yang melanggar harus tegas dan memberikan efek jera. Sehingga tidak ada lagi konsumen yang dirugikan akibat kecurangan dari pelaku usaha.

##### **Peningkatan Sumber Daya**

Lembaga pengawas perlu dilengkapi dengan sumber daya yang memadai, baik dari segi

jumlah personel maupun anggaran. Sehingga Perlu adanya kerjasama yang lebih erat antara pemerintah, pelaku usaha, konsumen, dan akademisi dalam upaya melindungi konsumen. Bahkan kalau perlu kita bisa mengadakan kerja sama internasional, karena pada dasarnya Pelanggaran e-commerce seringkali bersifat lintas batas, sehingga perlu adanya kerja sama internasional untuk mengatasi masalah ini.

### **Peningkatan Kesadaran Hukum**

Masyarakat perlu diberikan edukasi mengenai hak-hak konsumen dan cara-cara untuk melaporkan pelanggaran yang ada. Hal ini dimaksudkan agar konsumen menjadi lebih cerdas dalam berbelanja online dan dapat melindungi dirinya sendiri dari penipuan.

### **Pemanfaatan Teknologi**

Penggunaan teknologi informasi dapat membantu dalam pengawasan dan penegakan hukum terhadap pelanggaran perlindungan konsumen dalam *e-commerce*.

### **Standarisasi Kualitas Produk**

Perlu adanya standar kualitas produk yang jelas dan terukur untuk melindungi konsumen dari produk yang tidak aman atau tidak sesuai dengan deskripsi.

## **KESIMPULAN**

Implementasi peraturan perlindungan konsumen dalam *e-commerce* di Indonesia masih menghadapi berbagai hambatan yang signifikan. Rendahnya kesadaran konsumen, lemahnya pengawasan, dan tantangan teknologi adalah beberapa faktor utama yang menghambat efektivitas regulasi ini. Untuk mencapai perlindungan konsumen yang lebih baik, diperlukan upaya terpadu dari pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Buku**

Panjaitan, H. *Hukum Perlindungan Konsumen: Reposisi dan Penguatan Kelembagaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Dalam Memberikan Perlindungan dan Menjamin Keseimbangan Dengan Pelaku Usaha*. Jakarta: Jala Permata Aksara, 2021.

Kusumadewi, Yessy, dan Grace Sharon. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta: Lembaga Fatimah Azzahrah, 2022.

### **Peraturan Perundang-Undangan**

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang

Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

**Jurnal**

- Firmansyah, A.. Kajian kendala implementasi *e-commerce* di Indonesia. *Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi*, 8(2) (2017), hal. 127-136
- Izazi, F. S., Sajena, P., Kirana, R. S., & Marsaulina, K. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi *E-commerce* Melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Peraturan Pemerintah (Pp) Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.*Op.cit.* Hal 9
- Poernomo, Sri Lestari. "Analisis Kepatuhan Regulasi Perlindungan Konsumen dalam *E-commerce* di Indonesia." *UNES Law Review* 6, no. 1 (2023): 1772–1782.
- Paryadi, D. (Perkembangan Regulasi Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi *E-commerce* di Indonesia dan Negara-Negara ASEAN. *Era Hukum-Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum*, 14(2)(2016). Hal.292-314
- Putra, D. S. Y. A. "Peran Regulasi Dalam Mengatur Perdagangan Online Di Indonesia: Kepatuhan, Penyelesaian Sengketa, Dan Dampaknya Pada Bisnis Online." *HUKMY: Jurnal Hukum* 3, no. 2 (2023): 462–474.
- Suwandono, A., Suparto, S., Yuanitasari, D., & Kusmayanti, H. "Review Negatif Garansi Hangus dalam E-Commerce Perspektif Hukum Pelindungan Konsumen." *Al-Adl: Jurnal Hukum*, vol. 16, no. 1, 2024, hlm. 81-102.

**Artikel Website**

- APJII. "Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang." APJII, 2024. Diakses pada tanggal 30 Juli 2024. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>.
- Fidelis. "Kasus Kebocoran Data Pribadi Konsumen pada Platform *E-commerce* di Indonesia." *Kompasiana*.2024. Diakses 10 September 2024. <https://www.kompasiana.com/fidelis7/663adbbdc57afb1ad56c7612/kasus-kebocoran-data-pribadi-konsumen-pada-platform-e-commerce-di-indonesia>.
- Malia, Indiana. "Sebelum BPJS Kesehatan, Ini 3 Kasus Kebocoran Data Konsumen *E-commerce*." *IDN Times*.2021. Diakses 10 September 2024. <https://www.idntimes.com/business/economy/indianamalia/selain-bpjs-kesehatan-ini-3-kasus-kebocoran-data-konsumen-e-commerce>.
- Media Indonesia. "Pasar *E-commerce* Indonesia Terbesar Ketiga di Dunia, Tren Belanja Online Konsumen Terus Meningkat." Media Indonesia, 2024. Diakses pada tanggal 30 Juli 2024. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/678549/pasar-e-commerce-indonesia-terbesar-ketiga-di-dunia-tren-belanja-online-konsumen-terus-meningkat>.