

LETTERLIJK: JURNAL HUKUM PERDATA

Vol. 1 Issue 1, June 2024

ISSN xxxx-xxxx (Online) | DOI: <https://doi.org/10.25134/jise.vi12.xx>
Available Online at <https://journal.fhukum.uniku.ac.id/letterlijk/index>

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (cc-by)

ANALISIS PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE DI KAB. KUNINGAN

Ulfa Habibah¹, Vaskal Maulana², Zahra Dwi Putri³, Zea Septiani⁴

Program Studi Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Kuningan

20230610089@uniku.ac.id

20230610101@uniku.ac.id

20230610006@uniku.ac.id

20230610090@uniku.ac.id

Abstrak

Perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce menjadi sangat penting dalam era digital saat ini. Dengan perkembangan teknologi internet yang sangat pesat, transaksi jual beli melalui platform e-commerce telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Namun, adanya keterbatasan dalam pengaturan hukum dan keterbatasan hak-hak konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen No 8 Tahun 1999 serta Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UUITE) telah menimbulkan permasalahan dalam perlindungan hukum bagi konsumen. Penelitian ini membahas perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce, dengan fokus pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan UUITE sebagai dasar hukum yang mengatur perlindungan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce perlu diperluas dan diperjelas untuk memastikan kepastian hukum dan perlindungan hak-hak konsumen dalam bertransaksi e-commerce.

Kata kunci: Perlindungan Konsumen, Transaksi E-commerce, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Abstract

Consumer protection in e-commerce transactions is very important in the current digital era. With the rapid development of internet technology, buying and selling transactions via e-commerce platforms have become part of everyday life. However, there are limitations in legal regulations and limited consumer rights in the Consumer Protection Law No. 8 of 1999 and the Information and Electronic Transactions Law (UUITE) have created problems in legal protection for consumers. This research discusses legal protection for consumers in e-commerce transactions, with a focus on the Consumer Protection Law and UUITE as the legal basis that regulates consumer protection. The research results show that legal protection for consumers in e-commerce transactions needs to be expanded and clarified to ensure legal certainty and protection of consumer rights in e-commerce transactions.

Keywords : Consumer Protection, E-commerce Transactions, Consumer Protection Law, Information and Electronic Transactions Law.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini dunia mengalami kemajuan di bidang teknologi yang telah membawa perubahan dan pergeseran yang sangat cepat dalam suatu kehidupan. Pemanfaatan teknologi tersebut telah mendorong kegiatan perdagangan dan pertumbuhan ekonomi melalui bisnis yang berkembang sangat pesat di masyarakat. Hal ini salah satunya dipengaruhi dengan adanya perkembangan teknologi digital yang berbasis internet. Internet sebagai suatu media informasi dan komunikasi elektronik yang telah banyak dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan, antara lain untuk mencari data dan info berita, saling mengirim pesan melalui email, dan perdagangan atau bisnis. Layanan digital yang menjamur pada saat ini memiliki banyak keunggulan yang menjadikan sesuatu hal yang rumit bisa menjadi lebih mudah dan cepat.

Kehadiran layanan digital ini sangat berpengaruh besar di dalam dunia perdagangan padamasa sekarang terutama di masa pandemi ini yang menjadikan setiap kegiatan transaksi baik itu promosi/pemasaran produk atau jasa, penjualan dan pembelian bisa dilakukan secara elektronik. Kegiatan ini kita kenal dengan istilah electronic commerce atau sering kita dengar dengan singkatan e-commerce. Transaksi e-commerce yaitu transaksi dagang yang terjadi antara penjual dan pembeli untuk menyediakan barang, jasa atau mengambil alih hak. Kontrak ini dilakukan dengan menggunakan media elektronik (digital medium) tanpa dihadiri para pihak yang melakukan transaksi. Medium ini terdapat di dalam jaringan umum dengan sistem terbuka, yaitu internet atau world wide web, transaksi ini terjadi terlepas dari batas wilayah dan syarat nasional.

Transaksi e-commerce juga merupakan suatu perjanjian jual beli yang sama dengan jual beli konvensional pada umumnya. Di dalam suatu transaksi e-commerce juga mengandung suatu asas konsensualisme yang berarti kesepakatan dari kedua belah pihak. Suatu kesepakatan terjadi apabila terdapat penawaran dari pihak penjual lalu ada penerimaan dari pihak calon pembeli. Penawaran dan penerimaan inilah yang merupakan awal terjadinya kesepakatan antara pihak-pihak yang bersangkutan. Proses penawaran dan penerimaan online ini tidaklah beda dengan proses penawaran dan penerimaan pada umumnya. perbedaannya hanyalah pada media yang dipergunakan, pada transaksi e-commerce media yang digunakan adalah internet.

Pemanfaatan media e-commerce dalam dunia perdagangan sangat membawa dampak pada masyarakat, bukan hanya masyarakat Indonesia saja melainkan masyarakat internasional juga. Ditambah dengan keadaan pada saat sekarang ini, pandemi sedang melanda seluruh dunia yang menjadikan setiap orang ataupun pihak harus mengurangi aktivitas di luar yang mengakibatkan lebih banyak berinteraksi dengan menggunakan internet. Bahkan media ini sangat berpengaruh besar dalam perdagangan atau jual beli saat ini. Banyak hal terjadi selama masa

pandemi ini, diantaranya dengan adanya pembatasan aktivitas di luar menjadikan banyak perusahaan yang akhirnya memutuskan hubungan kerja terhadap para karyawannya. Hal ini menjadikan setiap orang yang terdampak karena pandemic untuk memutar otak bagaimana cara mereka tetap mendapatkan penghasilan. Dan terlihat dari banyaknya orang yang menggunakan e-commerce sebagai salah satu pilihan jalan untuk mendapatkan penghasilan. Para pelaku usaha bermunculan dengan aneka ragam barang-barang atau jasa yang ditawarkan melalui e-commerce. Hal ini menjadikan masyarakat lebih sering melakukan transaksi jual beli melalui internet.

Dengan adanya e-commerce tidak hanya produsen atau para penjual yang diuntungkan. Di sisi lain sangat menguntungkan terhadap para konsumen, karena konsumen bisa melakukan pencarian barang atau jasa dan mempunyai banyak pilihan untuk bisa mendapatkan barang atau jasa yang mereka inginkan tanpa harus mendatangi toko para penjual dan konsumen bisa mendapatkan informasi secara up to date dan terus menerus tetapi di sisi lain ada pelanggaran akan hak-hak konsumen yang sangat riskan terjadi dalam transaksi e-commerce ini seperti, ketidaksesuaian jenis dan kualitas barang yang dijanjikan, ketidaktepatan waktu pengiriman barang, ketidakamanan transaksi pembayaran, dan lainnya. Maka dari itu sangat diperlukan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce agar setiap konsumen memiliki kepastian hukum dalam melakukan transaksi e-commerce. Di negara kita perlindungan hukum terhadap konsumen diatur dengan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Selanjutnya disebutkan UU PK). Dengan adanya undang-undang ini diharapkan setiap konsumen yang melakukan transaksi e-commerce bisa mendapatkan kepastian hukum, sehingga aman dalam melakukan transaksi. Hukum perlindungan konsumen menurut Nasution adalah bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen, sedangkan hukum konsumen adalah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup.

E-commerce merupakan bentuk perdagangan yang mempunyai karakteristik tersendiri yaitu di mana penjual dan pembeli bisa melakukan transaksi jual beli tanpa harus bertemu. E-commerce tidak hanya di Indonesia, namun dapat melakukan perdagangan yang melintasi batas negara hanya dengan menggunakan media internet. Oleh karena itu, para konsumen harus berhati-hati dalam melakukan transaksi lewat internet. Persoalan tersebut antara lain menyangkut masalah mekanisme pembayaran dan jaminan keamanan dalam bertransaksi. Pentingnya permasalahan hukum di bidang e-commerce adalah terutama dalam memberikan perlindungan terhadap para pihak yang melakukan transaksi melalui internet.

Mengingat pentingnya hal dalam transaksi e-commerce tersebut maka negara kita Indonesia pada tahun 2008 mengeluarkan peraturan khusus yang mengatur transaksi melalui internet yaitu Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang untuk selanjutnya disingkat (UU ITE) dan

peraturan yang mengatur bisnis di Indonesia terdapat dalam UU No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan pada bab tujuh, yaitu Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Berdasarkan ketentuan Pasal 1 angka 10, UU ITE, disebutkan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer atau media elektronik lainnya. Para pihak yang terkait dalam transaksi jual beli secara elektronik melakukan hubungan hukum yang dituangkan melalui suatu bentuk perjanjian atau kontrak yang juga dilakukan secara elektronik tanpa adanya tatap muka antar pihak yang berkait.

Pemanfaatan teknologi informasi berperan penting dalam perdagangan dan pertumbuhan perekonomian nasional untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Maka dengan ini, pemerintah perlu mendukung pengembangan teknologi informasi melalui infrastruktur hukum dan pengaturannya, sehingga pemanfaatan teknologi informasi dilakukan secara aman untuk mencegah penyalahgunaannya dengan memperhatikan nilai-nilai agama dan sosial budaya masyarakat Indonesia.

Berdasarkan uraian di atas, kita ketahui bahwa pemerintah telah mengatur undang-undang mengenai perlindungan konsumen dan pengaturan hukum dalam transaksi e-commerce. Tetapi kenyataannya di lapangan masih saja ditemukan adanya konsumen yang mengalami penipuan dalam transaksi e-commerce tersebut. Terlebih selama masa pandemi ini yang mengharuskan semua lapisan masyarakat untuk bekerja dari rumah. Tentunya ini sangat berdampak pada sektor ekonomi perdagangan, sehingga menjadikan banyak masyarakat beralih dengan cara memanfaatkan e-commerce untuk menjadikan salah satu pilihan dalam melakukan perdagangan atau penjualan barang atau jasa ataupun pembelian barang atau jasa secara online.

RUMUSAN MASALAH

1. Apa itu perlindungan konsumen?
2. Apakah konsumen mempunyai hak dan kewajiban?
3. Apakah pelaku usaha mempunyai kewajiban?
4. Hasil Kuesioner?
5. Mengapa konsumen membutuhkan perlindungan hukum?
6. Apa dasar hukum perlindungan konsumen?
7. Apa kendala dalam penerapan hukum perlindungan konsumen?
8. Penyelesaian Sengketa Bisnis?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif atau yang dikenal dengan penelitian kepustakaan yang merupakan suatu proses untuk menemukan suatu aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi. Perolehan data yang dilakukan melalui kepustakaan yakni melalui pengumpulan data sekunder yang mencakup bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Namun, untuk melengkapi dan mendukung analisis data sekunder, apabila diperlukan perlu dilakukan wawancara dengan berbagai sumber yang dinilai yang memahami konsep dan pemikiran yang ada dalam data sekunder, sejauh masih dalam batas-batas metode penelitian yuridis normatif.

PERLINDUNGAN KONSUMEN

Aspek Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen

Pasal 1 angka 2 UU PK mendefinisikan konsumen sebagai setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Konsumen pada umumnya diartikan sebagai pemakai terakhir dari produk yang diserahkan kepada mereka oleh pengusaha, yaitu setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjualbelikan. Sedangkan, pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Kegiatan bisnis merupakan suatu hubungan yang saling membutuhkan antara pelaku usaha dan konsumen. Pada hakikatnya, untuk menjaga dan menjamin keseimbangan kedudukan antara konsumen dan pelaku usaha ini dibutuhkan perangkat peraturan yang dapat memberikan perlindungan hukum bagi konsumen. Perlunya perlindungan terhadap konsumen itu karena pada umumnya konsumen berada pada posisi yang lemah dalam hubungan dengan pelaku usaha (produsen), baik secara ekonomi, tingkat pendidikan atau kemampuan, daya bersaing maupun dalam posisi tawar-menawar. Pengaturan tentang hukum perlindungan konsumen telah diatur dalam UU PK. Berdasarkan UU PK Pasal 1 ayat (1) disebutkan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen berupa perlindungan terhadap hak-hak konsumen, yang diperkuat melalui undang-undang khusus, memberi harapan agar pelaku usaha tidak bertindak sewenang-wenang yang selalu merugikan hak-hak konsumen.

Aspek Hukum Dalam Transaksi E-commerce

Perkembangan teknologi khususnya internet telah mengubah konsep jual beli, di mana saat ini proses transaksi jual beli dapat dilakukan antara penjual dan pembeli tanpa harus bertemu langsung. Jual beli melalui internet yang dilakukan secara online ini dikenal dengan istilah e-commerce. Secara sederhana e-commerce diartikan sebagai transaksi elektronik. Electronic commerce transaction, yaitu transaksi dagang antara penjual dan pembeli untuk menyediakan barang, jasa atau mengambil alih hak.

E-commerce adalah kegiatan bisnis dengan melakukan pertukaran data (data interchange) via internet di mana kedua belah pihak yaitu orifinator dan addressee atau disebut dengan penjual dan pembeli barang dan atau jasa, dapat melakukan bargaining dan transaksi. Amir Hatman dalam bukunya, *Net Ready: Strategies for Success in the Economy* secara lebih terperinci lagi mendefinisikan e-commerce sebagai suatu mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua institusi (Business to Business) maupun antar institusi dan konsumen langsung (Business to Consumer).

Adapun ruang lingkup dalam transaksi e-commerce terdiri atas 3 (tiga) jenis, yaitu:

- a) Business to Business (bisnis ke bisnis);
- b) Business to Consumer (bisnis ke konsumen); dan
- c) Consumer to Consumer (konsumen ke konsumen).

Transaksi e-commerce melibatkan beberapa pihak, baik yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung, tergantung kompleksitas transaksi yang dilakukan. Artinya apakah semua proses transaksi dilakukan secara online atau hanya beberapa tahap saja yang dilakukan secara online. Apabila seluruh transaksi dilakukan secara online, mulai dari proses terjadinya transaksi sampai dengan pembayaran. Perjanjian yang dipakai dalam aktivitas e-commerce pada dasarnya sama dengan perjanjian yang dilakukan dalam transaksi konvensional, akan tetapi perjanjian yang dipakai dalam e-commerce merupakan perjanjian yang dibuat secara elektronik atau kontrak elektronik.

Perlindungan konsumen merupakan segala upaya untuk menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Pengertian perlindungan konsumen yang dijelaskan dalam UU PK Pasal 1 ayat (1) tersebut cukup memadai dan diharapkan sebagai benteng untuk meniadakan tindakan sewenang-wenang yang merugikan konsumen oleh pelaku usaha hanya untuk kepentingan perlindungan konsumen itu sendiri. Nasution menyebutkan pengertian hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang/jasa) konsumen antara penyedia dan penggunaannya, dalam kehidupan bermasyarakat. Menurut Johaness

Gunawan, perlindungan hukum terhadap konsumen dapat dilakukan pada saat sebelum terjadinya transaksi (no conflict/pre purchase) dan/atau pada saat setelah terjadinya transaksi (conflict/post purchase).

Pengaturan tentang hukum perlindungan konsumen telah diatur dalam UU PK. Berdasarkan UU PK Pasal 1 ayat (1) disebutkan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen berupa perlindungan terhadap hak-hak konsumen, yang diperkuat melalui undang-undang khusus, memberi harapan agar pelaku usaha tidak bertindak sewenang-wenang yang selalu merugikan hak-hak konsumen.

Penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagai usaha bersama mempunyai lima asas dasar, 18 yang kelima asas tersebut relevan dalam pembangunan nasional, yaitu :

- a) Asas manfaat, dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan;
- b) Asas keadilan, dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil;
- c) Asas keseimbangan, dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual;
- d) Asas keamanan dan keselamatan konsumen, dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan; dan
- e) Asas kepastian hukum, dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen serta negara menjamin kepastian hukum.

Menurut Pasal 3 UU PK, tujuan dari perlindungan konsumen adalah :

- a) Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari ekses pemakaian barang dan/atau jasa;

- c) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen, sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha; dan
- f) Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen. (Mewu & Mahadewi, 2023)

HAK DAN KEWAJIBAN KONSUMEN

Konsumen adalah pemakai barang atau jasa, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain, dan bukan untuk diperdagangkan. Dalam era perdagangan yang semakin bebas saat ini, perlindungan terhadap hak-hak konsumen menjadi hal yang sangat penting. Untuk itu, pemerintah mengeluarkan sejumlah peraturan demi menjamin hak-hak konsumen. Salah satunya adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Berikut hak-hak konsumen yang harus diperhatikan :

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan akses penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan edukasi konsumen
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif

8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan

Jika hak-hak ini tidak dipenuhi maka konsumen yang merasa dirugikan dapat mengajukan gugatan. Gugatan atas pelanggaran pelaku usaha dapat dilakukan melalui pengadilan atau luar pengadilan. Perlu dicatat bahwa penyelesaian sengketa di luar pengadilan tidak akan menghilangkan tanggung jawab pidana pelaku terbukti melakukan pelanggaran.

Selain hak, konsumen juga kewajiban yang diantaranya sebagai berikut :

Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;

b) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;

c) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati; dan

d) Mengikuti acto penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Pemerintah sudah mengatur UU PK yang diharapkan bisa menjadi kekuatan perlindungan hukum bagi setiap konsumen. Namun kenyataannya masih ditemukan para konsumen yang mengalami kerugian ketika melakukan transaksi, khususnya dalam transaksi elektronik. (Harruma, 2022)

KEWAJIBAN PELAKU USAHA

Pengertian pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun gactorg-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.(Dikha Anugrah, S.H., 2021)

Adapun yang menjadi kewajiban pelaku usaha sebagaimana yang telah disebutkan dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah :

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.

3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
5. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.
6. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
7. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Semua kewajiban tersebut wajib untuk dilaksanakan oleh pelaku usaha, bila tidak di laksanakan konsumen berhak melaporkan hal tersebut. (Topan, 2019)

Kewajiban pelaku usaha merupakan konsekuensi dari hak-hak konsumen. Jika disimak bak-baik, nampak bahwa kewajiban-kewajiban tersebut merupakan manifestasi hak-hak konsumen dalam sisi lain untuk menciptakan "budaya" tanggungjawab pada diri para pelaku usaha. (Zulham, 2013)

HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian melalui kuisioner ini melibatkan sebanyak 57 orang.

PERTANYAAN	JAWABAN	
	YA	TIDAK
Apakah anda pernah mengalami penipuan dalam berbelanja online?	47,4%	52,6%
PERTANYAAN BAGI KONSUMEN YANG MENGALAMI PENIPUAN BELANJA ONLINE		
Saya merasa bahwa informasi produk yang saya dapatkan dari situs online tidak akurat, sehingga saya mengalami penipuan	50%	50%
Saya merasa bahwa situs online yang saya gunakan tidak memberikan jaminan atau konvensasi	56,8%	43,2%

Saya pernah mengalami kesulitan dalam menghubungi admin toko tersebut untuk mengajukan komplain	72,7%	27,3%
Saya pernah mengalami masalah dengan produk yang saya beli, seperti produk rusak atau tidak sesuai deskripsi	86,4%	13,6%
Saya pernah mengalami masalah dengan pengiriman produk yang tidak sesuai dengan jadwal yang dijanjikan tanpa konfirmasi	52,3%	47,7%
Saya pernah tergiur dengan harga yang sangat murah, sehingga saya mendapatkan produk yang tidak sesuai	70,5%	29,5%
Apakah anda merasa platform belanja online telah memberikan perlindungan yang memadai terhadap penipuan	36,4%	63,6%
PERTANYAAN BAGI KONSUMEN YANG TIDAK MENGALAMI PENIPUAN BELANJA ONLINE		
Selama berbelanja di platform online saya selalu merasa puas dengan pengalaman berbelanja online tanpa mengalami masalah penipuan	72%	28%
Saya selalu mendapatkan produk yang sesuai dengan deskripsi yang di berikan toko tersebut	68%	32%
Saya puas berbelanja di platform online karena mendapatkan produk yang murah dengan kualitas terbaik	76%	24%
Saya senang berbelanja di toko ini karena rating nya tinggi dan respon admin ramah	86%	14%
Saya sangat puas dengan berbelanja di platform online karena pengiriman nya sampai sebelum estimasi yang tentukan	74%	26%

Kesimpulannya, dari pengisian kuisioner sebanyak 57 orang tersebut, yang mengalami penipuan belanja online sebesar 86,4% dengan factor (Saya pernah mengalami masalah dengan produk yang saya beli, seperti produk rusak atau tidak sesuai deskripsi). Dan yang tidak mengalami penipuan belanja online sebesar 86% dengan faktor (Saya senang berbelanja di toko ini karena rating nya tinggi dan respon admin ramah).

Mengapa Konsumen Membutuhkan Perlindungan Konsumen?

Konsumen membutuhkan Perlindungan Hukum karena mereka berada dalam posisi lemah dalam hubungan dengan produsen dan penjual. Mereka memerlukan Perlindungan Hukum untuk melindungi diri mereka dari kerugian dan kejahatan yang dapat dilakukan oleh pihak lain. Perlindungan Hukum ini juga bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen dalam melindungi diri mereka sendiri dan menimbulkan rasa tanggung jawab pada pelaku usaha dalam menjalankan usahanya.

Berikut alasan mengapa perlindungan hukum bagi konsumen sangat penting :

1. Melindungi konsumen, melindungi seluruh bangsa sebagaimana diamanatkan oleh tujuan Nasional menurut Pembukaan UUD 1945.
2. Melindungi konsumen perlu untuk menghindarkan konsumen dari dampak penggunaan teknologi.
3. Melindungi konsumen perlu untuk melahirkan manusia-manusia yang sehat dan jasmani sebagai pelaku-pelaku.
4. Melindungi konsumen perlu untuk menjamin sumber dana yang bersumber dari konsumen.
5. Perlindungan terhadap Praktik Bisnis yang Merugikan
Konsumen rentan terhadap praktik bisnis yang merugikan, seperti penipuan, pemalsuan, atau penjualan produk yang cacat. Perlindungan Hukum dapat membantu mencegah dan menindak pelaku praktik semacam itu.
6. Keamanan & Kesehatan
Produk yang tidak aman atau tidak sehat dapat membahayakan konsumen. Perlindungan Hukum memastikan bahwa produk-produk tersebut memenuhi standar keamanan & yang ditetapkan.
7. Informasi yang Jujur
Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang jujur mengenai produk atau layanan yang mereka beli. Perlindungan Hukum melindungi konsumen dari praktik penjualan yang menyesatkan atau informasi yang salah.
8. Pemulihan Kerugian
Jika konsumen mengalami kerugian karena produk yang cacat atau layanan yang buruk, perlindungan hukum memungkinkan mereka untuk mengajukan klaim ganti rugi atau kompensasi.
9. Ketidaksetaraan Kekuatan
Produsen atau penjual sering memiliki keunggulan dalam hal pengetahuan dan sumber daya dibandingkan dengan konsumen. Perlindungan Hukum membantu mengimbangi ketidaksetaraan kekuatan ini dengan memberikan konsumen hak-hak yang jelas dan mekanisme penegakan hukum.

10. Pencegahan Monopoli & Penyalahgunaan Kekuasaan
Perlindungan Hukum juga diperlukan untuk mencegah monopoli atau penyalahgunaan kekuasaan oleh besar yang dapat merugikan konsumen dengan menaikkan harga atau menurunkan kualitas produk.
11. Kemudahan Berbisnis
Dengan adanya perlindungan hukum yang jelas bagi konsumen, ini juga memberikan kepastian bagi produsen atau penjualan dalam menjalankan bisnis mereka, sehingga menciptakan lingkungan bisnis yang sehat dan stabil. (Dikha Anugrah, S.H., 2021)

Perseolan secara tegas diatur dalam Pasal 8 ayat (1) huruf f UU Perlindungan Konsumen yang melarang pelaku usaha untuk memproduksi dan atau memperdagangkan barang dan atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etika, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan atau jasa tersebut. Ketidak sesuaian spesifikasi barang yang diterima dengan barang tertera dalam iklan atau foto penawaran barang merupakan bentuk pelanggaran atau larangan bagi pelaku usaha dalam memperdagangkan barang. (DSL, 2024)

Selaku konsumen sesuai Pasal 4 huruf h UU Perlindungan Konsumen berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Pelaku usaha yang melanggar larangan memperdagangkan barang atau jasa yang tidak sesuai janji dalam label, etiket, keterangan, iklan tau promosi dapat dipidana berdasarkan Pasal 62 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen dengan pidana paling lama 5 tahun atau pidana denda paling banyak 2 Milliar. (Bernadetha Aurelia Oktavira., 2022)

Perlindungan konsumen dibutuhkan untuk menciptakan rasa aman bagi para konsumen dalam melengkapi kebutuhan hidup. Kebutuhan perlindungan konsumen juga harus bersifat tidak berat sebelah dan harus adil. Sebagai landasan penetapan hukum, asas perlindungan konsumen diatur dalam Pasal 2 UUPK 8/1999.

Perlindungan konsumen adalah hal yang sangat penting atau utama dalam segala transaksi jual beli. Konsumen dan produsen berhak untuk menerima manfaat yang bersifat tidak merugikan salah satu pihak. Keterbukaan informasi juga menjadi tolak ukur utama yang dilakukan produsen terhadap konsumen, guna mendapat kepercayaan maupun kenyamanan terhadap konsumen sebagai pengguna barang atau produk yang dibeli.

TUJUAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkan dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa.

- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen dengan unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi dan akses untuk mendapatkan informasi tersebut.
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha.
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, Kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen. (Renata Christha Aulia, 2022)

LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN

Di Indonesia, terdapat Beberapa Lembaga yang berperan dalam melindungi konsumen, yaitu :

1. Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN)
BPKN adalah Lembaga pemerintah nonstruktural yang bertugas untuk memberikan saran dan pertimbangan kepada presiden dalam merumuskan kebijakan di bidang perlindungan konsumen. BPKN juga bertugas untuk melakukan koordinasi dengan Lembaga pemerintah dan nonpemerintah yang terkait dengan perlindungan konsumen.
2. Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) Perlindungan Konsumen
LSM Perlindungan Konsumen adalah Lembaga nirlaba yang didirikan oleh Masyarakat untuk melindungi hak-hak konsumen. LSM Perlindungan Konsumen biasanya melakukan kegiatan seperti :
 - a. Edukasi dan penyuluhan kepada konsumen tentang hak-haknya.
 - b. Penerimaan pengaduan dan penyelesaian sengketa konsumen.
 - c. Advokasi dan lobi kebijakan kepada pemerintah dan pelaku usaha.
3. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI)
YLKI adalah salah satu LSM Perlindungan Konsumen yang tersebar dan ternama di Indonesia. YLKI aktif dalam melakukan berbagai kegiatan untuk melindungi konsumen, seperti :
 - a. Pengujian produk dan layanan.
 - b. Investigasi dan publikasi kasus pelanggaran hak konsumen.
 - c. Advokasi dan lobi kebijakan kepada pemerintah dan pelaku usaha.
4. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)
BPSK adalah Lembaga penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan. BPSK dibentuk di setiap Kabupaten / kota dan diketuai oleh seorang hakim. BPSK bertugas untuk menyelesaikan sengketa konsumen dengan cara musyawarah dan mufakat.
5. Kementrian dan Lembaga Pemerintah Lainnya
Beberapa kementrian dan Lembaga pemerintah juga memiliki peran dalam melindungi konsumen, seperti :

- a. Kementrian Perdagangan : bertugas untuk mengawasi dan menertibkan pelaku usaha yang melanggar hak-hak konsumen.
- b. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) : bertugas untuk mengawasi keamanan dan mutu obat dan makanan.
- c. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) : bertugas untuk mengawasi dan melindungi konsumen produk dan layanan keuangan.(Dikha Anugrah, S.H., 2024a)

DASAR HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Transaksi e-commerce dengan ciri khasnya yang bisa melakukan transaksi tanpa harus bertemu antara pihak penjual dan pembeli ini memiliki dua sisi yang berbeda. Di mana satu sisi sangat menguntungkan karena kita tidak lagi harus mendatangi penjual/pelaku usaha untuk bisa membeli atau mendapatkan barang yang diinginkan. Namun di sisi lain juga ada hal bisa merugikan konsumen, yaitu ketika penjual atau pelaku usaha yang tidak memiliki itikad baik. Hal ini banyak terjadi ketika konsumen sudah melakukan semua kewajibannya. Namun tidak mendapatkan barang yang telah mereka bayarkan.

Dalam kasus ini, konsumen memiliki keterbatasan dalam informasi penjual atau pelaku usaha. Di mana konsumen hanya mendapatkan info sesuai dengan yang tertera pada profil pelaku usaha saja. Ketika konsumen berusaha untuk melacak kembali pelaku usaha melalui nomor telepon yang dipakai pelaku usaha saat awal transaksi tiba-tiba tidak bisa dihubungi dan akun yang digunakan untuk promosi barang dan/atau jasa pun juga tidak bisa ditemukan. Hal ini bisa terjadi dikarenakan pelaku usaha memblokir konsumen yang telah melakukan transaksi. Di sini konsumen seperti tidak mempunyai kekuatan hukum untuk penyelesaian sengketa perlindungan.

Perkembangan dan kemajuan teknologi informasi yang demikian pesat telah menyebabkan perubahan kegiatan kehidupan manusia dalam berbagai bidang yang secara langsung telah memengaruhi lahirnya bentuk-bentuk perbuatan hukum baru. Pemanfaatan teknologi informasi yang berperan penting dalam perdagangan dan pertumbuhan perekonomian globalisasi saat ini. Kebebasan setiap pelaku usaha menggunakan pemanfaatan teknologi informasi membuat para konsumen sulit membedakan antara pelaku usaha yang resmi dengan tidaknya. UU ITE merupakan bentuk perhatian pemerintah terhadap

Pada dasarnya, penipuan online merupakan tindak pidana yang sama dengan penipuan konvensional yang diatur baik dalam KUHP lama yang masih berlaku pada saat artikel ini diterbitkan dan RKUHP 2022 yang telah mendapatkan persetujuan 15actor15 antara Presiden dan DPR ("RKUHP") yang mulai berlaku 3 tahun terhitung sejak tanggal diundangkan, yakni pada 15acto 2025 mendatang.

Pasal 378 KUHP	Pasal 492 RKUHP	Pasal 493 RKUHP
----------------	-----------------	-----------------

Barangsiapa dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum dengan menggunakan nama palsu atau martabat palsu; dengan tipu muslihat, ataupun rangkaian kebohongan, menggerakkan orang lain untuk menyerahkan barang sesuatu kepadanya, atau supaya memberi utang maupun menghapuskan piutang, diancam, karena penipuan, dengan pidana penjara paling lama 4 tahun.	Setiap orang yang dengan maksud menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum dengan memakai nama palsu atau kedudukan palsu, menggunakan tipu muslihat atau rangkaian kata bohong, menggerakkan orang supaya menyerahkan suatu barang, memberi utang, membuat pengakuan utang, atau menghapus piutang, dipidana karena penipuan, dengan pidana penjara paling lama 4 tahun atau pidana denda paling banyak kategori V, yaitu Rp500 juta.	Dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 tahun atau pidana denda paling banyak kategori IV yaitu Rp200 juta, penjual yang menipu pembeli: dengan menyerahkan barang lain selain yang telah ditentukan oleh pembeli; atau tentang keadaan, sifat, atau banyaknya barang yang diserahkan.
--	---	---

Kesimpulannya, pasal penipuan online, pasal tentang penipuan jual beli online maupun pasal penipuan pinjaman online memang tidak diatur secara eksplisit dalam KUHP lama dan RKUHP maupun UU ITE beserta perubahannya. Akan tetapi, menurut hukum online, pelaku penipuan online dapat dijerat menggunakan Pasal 28 ayat (1) UU ITE jo. Pasal 45A ayat (1) UU 19/2016.

Dasar Hukum Perlindungan Konsumen :

1. Kitab Undang-Undang Hukum Pidana;
2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
3. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik;
4. RKUHP 2022 yang telah mendapatkan persetujuan 16actor16 antara Presiden dan DPR;
5. Keputusan Bersama Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, Jaksa Agung Republik Indonesia dan Kepala Kepolisian Republik Indonesia Nomor 229, 154 KB/2/VI/2021 Tahun 2021 tentang Pedoman Implementasi atau Pasal Tertentu dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Sebagaimana Telah Diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. (Bernadetha Aurelia Oktavira, 2022)

KENDALA DALAM PENERAPAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Beberapa permasalahan mengenai penerapan peraturan perlindungan konsumen untuk pembelian produk secara online di Indonesia antara lain adalah penegakan hukum yang belum optimal karena kurangnya koordinasi antara lembaga penegak hukum, sumber daya manusia, dan keuangan, serta kurangnya kesadaran masyarakat akan hak-hak mereka sebagai konsumen. Selain itu, terdapat pula keterbatasan akses terhadap teknologi yang dapat mempengaruhi kesadaran konsumen akan hak-haknya dan memfasilitasi praktik penipuan atau penjualan produk ilegal di pasar online, masalah privasi dan keamanan data konsumen yang dapat menimbulkan risiko kebocoran dan pemanfaatan data pribadi oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab, masalah jaminan keaslian produk, dan kurangnya standar kualitas produk yang dapat mengakibatkan pembeli merasa kecewa terhadap kualitas produk yang diterima dan kesulitan mendapatkan ganti rugi dari penjual.

Beberapa solusi yang dapat dilakukan untuk mengimplementasikan hukum perlindungan konsumen dalam pembelian produk secara online di Indonesia adalah meningkatkan penegakan hukum dengan memperkuat koordinasi antarlembaga dan memperkuat penegakan hukum, meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-haknya sebagai konsumen, memperkuat akses terhadap teknologi dengan menyediakan akses teknologi yang terjangkau bagi masyarakat, meningkatkan privasi dan keamanan data konsumen dengan memberikan jaminan bahwa data konsumen aman dan terlindungi serta memberikan perlindungan hukum yang lebih kuat terhadap penyalahgunaan data pribadi, meningkatkan jaminan keaslian produk dengan memberikan informasi yang jelas mengenai merek dan sertifikasi produk serta memperkuat pengawasan terhadap produk palsu, mengembangkan sertifikasi produk yang dikeluarkan oleh lembaga yang terpercaya, meningkatkan edukasi konsumen mengenai standar kualitas produk dan cara membedakan produk yang memenuhi standar kualitas dengan produk yang tidak memenuhi standar kualitas, serta meningkatkan kerjasama antara pelaku usaha dan konsumen untuk memastikan produk yang dijual memenuhi standar kualitas yang diharapkan konsumen. (Zulham, 2013)

PENGERTIAN SENGKETA BISNIS

Sengketa bisnis merujuk pada ketidaksetujuan atau konflik yang timbul antara pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan bisnis. Sengketa ini dapat melibatkan berbagai macam masalah atau perbedaan pendapat, baik yang bersifat kontraktual maupun nonkontraktual. Sengketa bisnis dapat muncul di berbagai tahap proses bisnis, dan penyelesaiannya dapat melibatkan berbagai metode, seperti negosiasi, mediasi, arbitrase, atau litigasi. (Dikha Anugrah, S.H., 2024b)

PENYELESAIAN SENGKETA

Pasal 23 Nomor 8 UUPK menjelaskan “apabila pelaku usaha menolak atau tidak memberikan tanggapan atau ganti rugi atas gugatan konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 19 ayat (1), ayat (2), ayat (3), dan ayat (4), maka konsumen berhak untuk mengajukan gugatan melalui badan penyelesaian sengketa

konsumen atau melalui peradilan yang berada di daerah tempat tinggal konsumen”. Hal ini sesuai dengan Pasal 45 Ayat 1 UU Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa “konsumen dapat mengajukan gugatan kepada pelaku usaha melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau melalui peradilan yang berada di daerah tempat tinggal konsumen”. Undang-undang ini memberikan perlindungan dan pilihan bagi konsumen untuk menentukan sarana penyelesaian sengketa yang diinginkan, sesuai dengan Pasal 45 ayat 2 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Terdapat dua pilihan penyelesaian sengketa konsumen dalam undang-undang ini, yaitu :

1. Melalui pengadilan yang berada di lingkungan peradilan umum. Mengenai penyelesaian sengketa konsumen di pengadilan, tersedia beberapa pilihan yang dapat digunakan salah satunya yaitu gugatan perdata perwakilan kelompok atau class action. Gugatan ini memungkinkan konsumen yang dirugikan untuk mengajukan tuntutan hukum.
2. Mediasi dan konsiliasi memiliki fungsi yang sama, yakni menyelesaikan sengketa secara damai dan dilakukan atas inisiatif salah satu atau kedua belah pihak yang terlibat. Pada mediasi, para pihak yang bersengketa meminta bantuan dari mediator yang bersikap netral untuk mencapai kesepakatan. Mediator dalam hal ini hanya berperan sebagai fasilitator dan membantu para pihak untuk mencapai kesepakatan tanpa memberikan nasihat atau saran secara aktif.
3. Selain melalui jalur pengadilan, terdapat opsi lain dalam menyelesaikan sengketa konsumen secara damai yaitu arbitrase. Penyelesaian secara damai dapat dilakukan melalui musyawarah antara pelaku usaha dan konsumen, tanpa harus melibatkan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen atau pengadilan. Namun, penyelesaian secara damai harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan dapat mencakup kesepakatan mengenai jumlah dan bentuk ganti rugi yang akan diberikan. (Zulham, 2013)

KESIMPULAN

Perkembangan dan kemajuan teknologi informasi yang demikian pesat telah menyebabkan perubahan kegiatan kehidupan manusia dalam berbagai bidang yang secara langsung telah memengaruhi lahirnya bentuk-bentuk perbuatan hukum baru. Pemanfaatan teknologi informasi berperan penting dalam perdagangan dan pertumbuhan perekonomian globalisasi saat ini. Dengan adanya layanan digital mengubah sistem perdagangan di negara ini lebih mudah yang tidak mengharuskan penjual dan pembeli bertemu saat melakukan transaksi. Hal ini kita kenal dengan aktor transaksi e-commerce. Namun dibalik kemudahannya terdapat hal yang belum sesuai. Walau sudah ada undang-undang yang mengatur mengenai perdagangan dan transaksi elektronik.

Adanya UU PK yang telah memuat semua hal terkait mengenai pelaku usaha dan konsumen dalam melakukan transaksi jual beli, UU ITE yang memuat aturan dalam bertransaksi secara elektronik masih belum berjalan dengan semestinya. Terlihat masih adanya tindak kejahatan yang dilakukan oleh para pelaku usaha terhadap para konsumen. Bahkan masih banyak konsumen yang juga

belum mendapat hak mereka terutama hal dalam keselamatan dan perlindungan hukum ketika mereka menjadi korban wan prestasi dalam transaksi elektronik. Kurangnya sosialisasi dan pemahaman bagi konsumen juga mempengaruhi actor untuk mendapatkan perlindungan hukum dari badan terkait. Semakin berkembangnya teknologi saat ini diharapkan kesadaran bagi semua pelaku usaha dan konsumen serta badan terkait untuk lebih meningkatkan perlindungan hukum untuk semua pihak.

Dari pengisian kuisioner sebanyak 57 orang tersebut, yang mengalami penipuan belanja online sebesar 86,4% dengan factor (Saya pernah mengalami masalah dengan produk yang saya beli, seperti produk rusak atau tidak sesuai deskripsi). Dan yang tidak mengalami penipuan belanja online sebesar 86% dengan faktor (Saya senang berbelanja di toko ini karena rating nya tinggi dan respon admin ramah).

DAFTAR PUSTAKA

- Bernadetha Aurelia Oktavira., S. . (2022). *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Belanja Online*. Hukum Online. https://www.hukumonline.com/klinik/a/perlindungan-hukum-terhadap-konsumen-lt5obf69280b1ee/?utm_source=website&utm_medium=internal_link_klinik&utm_campaign=perlindungan_konsumen_online
- Bernadetha Aurelia Oktavira, S. . (2022). *Pasal Penipuan Online untuk Menjerat Pelaku*. Hukum Online. <https://www.hukumonline.com/klinik/a/pasal-penipuan-online-lt4fodb1bf87ed3/>
- Dikha Anugrah, S.H., M. . (2021). Hukum Perlindungan Konsumen. In *Liputan 6* (Vol. 4, Issue 1, p. 1). https://www.bappenas.go.id/files/9013/6082/9890/12eksistensi-pengadilan-niaga-dan-perkembangannya-dalam-era-globalisasi__20081123185136__1261__11.pdf%0Ahttp://solusihukum.com%0Ahttps://www.hukumonline.com/berita/baca/lt5a50a563ae78e/sejak-mk-berdiri--ini
- Dikha Anugrah, S.H., M. . (2024a). Lemabaga Perlindungan Konsumen. In I. Vidyafi (Ed.), *Pengantar Hukum Bisnis* (pp. 142–143). PR RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Dikha Anugrah, S.H., M. . (2024b). Pengertian Sengketa Bisnis. In I. Vidyafi (Ed.), *Pengantar Hukum Bisnis* (p. 151). PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- DSLALAWFIRM, A. (2024). *Perlindungan Konsumen Aman Oleh UU Perlindungan Konsumen*. Dslalawfirm. <https://www.dslalawfirm.com/id/perlindungan-konsumen>
- Harruma, I. (2022). *Hak-hak Konsumen Menurut UU Perlindungan Konsumen*. Kompas.Com. <https://nasional.kompas.com/read/2022/04/29/03300001/hak-hak-konsumen-menurut-uu-perlindungan-konsumen>
- Mewu, M. Y. S., & Mahadewi, K. J. (2023). Perlindungan Konsumen Dalam Pembelian Produk Online: Analisis Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia. *Jurnal Kewarganegaraan*, 7(1), 441–450.
- Renata Christha Aulia, S. . (2022). *Hukum Perlindungan Konsumen: Cakupan, Tujuan, dan*

Dasarnya. Hukum Online. <https://www.hukumonline.com/klinik/a/hukum-perlindungan-konsumen-cakupan-tujuan-dan-dasarnya-lt62dfc65f7966c/>

Topan, R. (2019). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Rendratopan.Com. <https://rendratopan.com/2019/04/05/hak-dan-kewajiban-pelaku-usaha-berdasarkan-undang-undang-perlindungan-konsumen/>

Zulham. (2013). *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta.