

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN E-COMMERCE  
INDONESIA DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN  
KONSUMEN**

Siska Anggraeni<sup>1</sup>, Ayarikha Asiyah Indardi<sup>2</sup>, Bagas Arya Wiratama<sup>3</sup>, Pascal  
Pertiwi<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>PPKN Universitas Pamulang

<sup>1</sup>[siskaanggraeni910@gmail.com](mailto:siskaanggraeni910@gmail.com), <sup>2</sup>[ayaaindardi@gmail.com](mailto:ayaaindardi@gmail.com),

<sup>3</sup>[bagasarya7011a@gmail.com](mailto:bagasarya7011a@gmail.com), <sup>4</sup>[pertiwipascal@gmail.com](mailto:pertiwipascal@gmail.com)

**ABSTRACT**

*The development of e-commerce in Indonesia has provided convenience in transactions, but it has also created various problems that may harm consumers, such as products that do not match their descriptions, online fraud, and misuse of personal data. This study aims to analyze the legal protection of e-commerce consumers based on Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection and to examine the relevance of the Law on Electronic Information and Transactions in supporting consumer protection. This study employs a normative juridical method using statutory and conceptual approaches. The results show that the Consumer Protection Law regulates consumer rights, as well as the obligations and responsibilities of business actors, although its implementation still faces several challenges. Therefore, more effective supervision and strengthened legal protection are required to ensure secure and fair e-commerce transactions.*

*Keywords: legal protection, consumers, e-commerce, Consumer Protection Law, electronic transactions.*

**ABSTRAK**

Perkembangan e-commerce di Indonesia memberikan kemudahan dalam transaksi, namun juga menimbulkan berbagai permasalahan yang merugikan konsumen, seperti barang yang tidak sesuai dengan deskripsi, penipuan online, dan penyalahgunaan data pribadi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan hukum terhadap konsumen e-commerce berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta relevansi Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik dalam mendukung perlindungan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UUPK telah mengatur hak konsumen, kewajiban, dan tanggung jawab pelaku usaha, namun implementasinya masih menghadapi berbagai kendala. Oleh karena itu, diperlukan pengawasan yang lebih efektif serta penguatan perlindungan hukum guna mewujudkan transaksi e-commerce yang aman dan berkeadilan.

Kata Kunci: perlindungan hukum, konsumen, e-commerce, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, transaksi elektronik.

## **A. Pendahuluan**

Di era globalisasi saat ini Indonesia mengalami kemajuan teknologi yang sangat pesat sehingga membawa perubahan yang signifikan dalam kehidupan bermasyarakat, terutama dibidang ekonomi. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya penggunaan internet dan perangkat digital yang akhirnya mengubah cara masyarakat dalam berbisnis maupun bertransaksi, dari yang awalnya dilakukan secara konvensional kemudian berubah menjadi non-konvensional melalui e-commerce. Hal ini sejalan dengan pendapat Iskandar (2025) yang menyatakan bahwa kehadiran internet dan perangkat digital telah mengubah cara masyarakat dalam bertransaksi. Di Indonesia, fenomena ini tercermin dari maraknya penggunaan e-commerce dalam kegiatan jual beli yang dinilai lebih praktis dan efisien, karena masyarakat hanya perlu mencari produk yang mereka butuhkan di platform digital tanpa perlu mendatangi toko dan bertatap muka dengan penjual.

Di sisi lain, penggunaan e-commerce juga menimbulkan permasalahan yang serius karena adanya ketimpangan posisi antara

konsumen dan pelaku usaha, dimana konsumen berada pada posisi yang lebih lemah dari pelaku usaha sehingga sering mengakibatkan kerugian dan kekecewaan (Bintarawati dan Rismana, 2024). Dengan sistem jual beli yang dilakukan secara virtual, konsumen seringkali mengalami kerugian karena spesifikasi produk yang dijelaskan pada deskripsi toko terkadang tidak sesuai dengan aslinya seperti produk yang dikirim cacat atau rusak, kemudian dalam hal ini konsumen juga mengalami kesulitan dalam pengembalian produk dan pengajuan refund. Selain itu, dengan meningkatnya penggunaan e-commerce juga turut memicu maraknya penipuan online, seperti penjual fiktif menawarkan produk yang sebenarnya tidak ada sehingga ketika sudah melakukan pembayaran produk tidak dikirim dan penjual menghilang. Konsumen juga sering menerima produk palsu atau tiruan yang tidak memiliki izin edar dan tidak memenuhi standar keamanan. Namun, meskipun konsumen mengalami hal tersebut, mereka tetap mengalami kesulitan dalam memperoleh kompensasi atau menyelesaikan masalahnya dengan efektif. Maka dari itu, diperlukan

perlindungan hukum bagi konsumen dengan berlandaskan pada Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) sebagai instrumen hukum utama yang mengatur hak dan kewajiban konsumen maupun pelaku usaha. Undang-undang ini menjadi landasan normatif dalam memberikan kepastian hukum, keadilan, dan perlindungan terhadap konsumen yang mengalami kerugian dalam transaksi elektronik.

Dalam menganalisis perlindungan yang dibutuhkan oleh konsumen, penelitian ini menggunakan teori perlindungan hukum yang dikemukakan oleh Philipus M. Hadjon yang menjelaskan bahwa perlindungan hukum dapat diberikan secara preventif dan represif. Menurut Philipus M. Hadjon perlindungan hukum preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya permasalahan atau sengketa dengan cara pemerintah memberikan pembinaan kepada konsumen untuk memperoleh haknya sebagaimana ditentukan dalam pasal 29 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), sedangkan perlindungan hukum represif adalah upaya hukum yang dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi antara

pelaku usaha dan konsumen yang telah diatur dalam UUPK dan UU ITE (Ridzka dan Atirmidzi, 2023). Selain itu, penelitian ini juga menggunakan teori perlindungan konsumen yang dikemukakan oleh AZ Nasution, yaitu bagian dari hukum konsumen yang berisi prinsip atau aturan untuk melindungi kepentingan konsumen (Fista et al., 2023).

Berdasarkan landasan teori tersebut, perlindungan hukum terhadap konsumen e-commerce tidak hanya dipahami secara konseptual, tetapi juga harus ditinjau dari aspek normatif melalui peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Oleh karena itu, perlu dikaji pengaturan perlindungan konsumen dalam berbagai instrumen hukum yang relevan seperti Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) khususnya berfokus pada Pasal 4 tentang Hak Konsumen, Pasal 7 tentang Kewajiban Pelaku Usaha, dan Pasal 19 tentang Tanggung Jawab Pelaku Usaha. Ketiga pasal tersebut menegaskan bahwa konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa yang dibeli dan konsumen juga berhak

menerima pembinaan serta berhak menerima kompensasi apabila barang/jasa yang diterima tidak sesuai dengan sebagaimana mestinya, kemudian dalam hal ini pelaku usaha berkewajiban untuk memenuhi hak konsumen tersebut sesuai tanggung jawabnya dengan memberikan ganti rugi berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya apabila barang/jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian (Republik Indonesia, 1999). Dalam penelitian ini, ketentuan-ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen menjadi fokus utama analisis karena merupakan dasar hukum yang secara khusus mengatur hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha.

Selain Undang-Undang Perlindungan Konsumen, perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce juga didukung oleh Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Undang-undang ini memberikan pengakuan terhadap dokumen elektronik sebagai alat bukti yang sah sehingga dapat mendukung

penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi elektronik.

Secara empiris, sengketa konsumen dalam transaksi e-commerce masih sering terjadi. Berdasarkan data dari Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) sepanjang tahun 2024-2025 terdapat 228 pengaduan konsumen terhadap pelaku usaha di sektor e-commerce. Sejalan dengan ini, Emiliana dalam siaran pers Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (2026) menegaskan bahwa pengaduan konsumen terus meningkat setiap tahunnya, terutama pada tahun 2025 yang mencapai angka 133 pengaduan terkait belanja online. Berbagai laporan menunjukkan adanya keluhan terkait barang yang tidak sesuai, barang tidak dikirim, proses refund yang berbelit, hingga penipuan yang masih menjadi keluhan utama. Kemudian, pada beberapa kasus beban risiko ini justru dialihkan kepada konsumen dan kurir, sementara platform digital belum sepenuhnya bertanggung jawab atas ekosistem bisnis yang dibangun. Hal tersebut menunjukkan bahwa perlindungan hukum yang telah diatur dalam perundang-undangan masih

belum cukup optimal untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi elektronik.

Berbagai penelitian mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen e-commerce telah banyak dilakukan. Penelitian-penelitian tersebut umumnya membahas perlindungan konsumen dari aspek Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, maupun pengaturan perdagangan digital dalam peraturan perundang-undangan lainnya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rizkia et al (2024) dengan judul "Legal Protection of Consumers in Electronic Transactions: Challenges and Future Prospects" dengan menggunakan metode penelitian hukum normative dan pendekatan studi kepustakaan ditemukan bahwa regulasi perlindungan konsumen sudah cukup lengkap, tetapi penerapannya masih terkendala oleh rendahnya kesadaran konsumen, kurang efektifnya penyelesaian sengketa, dan lemahnya penegakan hukum, sehingga diperlukan edukasi, pengawasan, dan pembaruan regulasi. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Puspitasari dan

Setjoatmadja (2025) berjudul "Evaluating the Effectiveness of Consumer Protection Laws in Indonesia: A Case Study of E-Commerce" menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan data sekunder, menyimpulkan bahwa meskipun Indonesia telah memiliki struktur hukum dasar untuk melindungi konsumen, perbaikan lebih lanjut masih diperlukan untuk memastikan perlindungan yang kuat dan efektif di pasar e-commerce. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Rahman et al. (2023) berjudul "Hukum Perlindungan Konsumen di Era E-Commerce: Menavigasi Tantangan Perlindungan Konsumen dalam Lingkungan Perdagangan Digital" melalui pendekatan metode campuran yang menggabungkan analisis kualitatif, survei, dan wawancara, penelitian ini menjelaskan bahwa perlindungan konsumen dalam e-commerce di Indonesia masih lemah karena pelanggaran privasi data, iklan yang menipu, produk palsu, dan kesulitan dalam menyelesaikan sengketa, sehingga diperlukan penegakan hukum, peningkatan keamanan transaksi, dan edukasi konsumen yang lebih efektif.

Berdasarkan penelitian terdahulu, belum ditemukan kajian yang secara khusus menganalisis perlindungan hukum terhadap konsumen e-commerce dengan menjadikan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebagai fokus utama analisis. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji perlindungan hukum terhadap konsumen e-commerce berdasarkan hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, dan tanggung jawab pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Selain itu, penelitian ini juga mempertimbangkan peran Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagai regulasi pendukung dalam memberikan kepastian hukum terhadap transaksi elektronik dan penyelesaian sengketa konsumen.

## **B. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif. Menurut Zainuddin dan Karina (2023) metode penelitian yuridis normatif merupakan

sebuah penelitian yang menekankan pada permasalahan hukum dengan berfokus pada yurisdiksi tertentu yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data, serta menganalisis hukum dan norma-norma hukum yang relevan. Penelitian ini berfokus pada perlindungan hukum terhadap konsumen e-commerce di Indonesia ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan peraturan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Pendekatan peraturan perundang-undangan dilakukan dengan cara menganalisis berbagai peraturan undang-undang yang berkaitan dengan perlindungan konsumen e-commerce, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang kemudian akan dikaitkan juga dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Perppu Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi

Undang-Undang. Semenetera itu, pendekatan konseptual dilakukan dengan mengkaji konsep-konsep hukum yang berkaitan dengan perlindungan hukum, perlindungan konsumen, transaksi elektronik, serta tanggung jawab pelaku usaha dalam kegiatan e-commerce.

Adapun, sumber bahan hukum yang digunakan pada penelitian ini, yaitu bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum primer yang digunakan berupa peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, khususnya di bidang e-commerce. Sedangkan, bahan hukum sekunder yang digunakan terdiri dari buku-buku hukum, jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, serta pendapat para ahli yang relevan dengan topik penelitian.

Teknik pengumpulan bahan hukum dalam penelitian ini dilakukan dengan studi kepustakaan (library research). Menurut Soekanto dan Mamudji (2019), studi kepustakaan dalam penelitian hukum normatif merupakan suatu prosedur pengumpulan data yang dilakukan dengan cara meneliti bahan-bahan pustaka atau data sekunder yang mencakup bahan hukum primer,

sekunder, dan tersier. Pendapat tersebut sejalan dengan langkah penelitian ini yang mengumpulkan dokumen hukum secara digital melalui situs Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum (JDIH) untuk bahan hukum primer, serta menghimpun artikel jurnal ilmiah dan buku teks hukum yang relevan sebagai bahan hukum sekunder.

Analisis bahan hukum dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif secara deskriptif. Menurut Solikin (2021), analisis deskriptif kualitatif dalam penelitian hukum normatif dilakukan dengan mengkaji bahan hukum primer dan sekunder secara sistematis dan logis, sehingga diperoleh gambaran yang jelas mengenai keberlakuan dan efektivitas norma hukum terhadap permasalahan yang diteliti. Sejalan dengan pandangan tersebut, analisis dalam penelitian ini diterapkan dengan membedah isi pasal-pasal dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen guna menguraikan sejauh mana instrumen hukum positif tersebut mampu memberikan perlindungan dan kepastian hukum yang efektif bagi konsumen e-commerce di Indonesia.

## **C. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### **1. Perlindungan Hak Konsumen dalam Transaksi E-Commerce**

Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce di Indonesia pada dasarnya sudah diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), antara lain hak atas keamanan, kenyamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/jasa, hak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi barang dan/atau jasa, serta hak untuk memperoleh kompensasi atau ganti rugi apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian.

Namun, dalam praktik transaksi e-commerce, hak konsumen tersebut masih sering mengalami pelanggaran, seperti barang yang dikirim tidak sesuai dengan spesifikasi yang telah dijelaskan pada deskripsi toko, menerima barang rusak, bahkan sering kali barang yang telah dibayar tidak dikirim. Hal ini tentunya menimbulkan keresahan dalam melakukan transaksi e-commerce, karena informasi yang diberikan oleh pelaku usaha belum memenuhi unsur

kebenaran, kejelasan, dan kelengkapan (Kelik dan Irfan, 2023). Oleh karena itu, berdasarkan ketentuan pada pasal 4 (h) konsumen berhak mendapatkan kompensasi atau ganti rugi apabila mengalami kerugian karena barang atau jasa yang dikirim tidak sesuai dengan perjanjian atau sebagaimana mestinya.

### **2. Kewajiban Pelaku Usaha dalam Transaksi E-Commerce**

Dalam transaksi e-commerce, pelaku usaha memiliki kewajiban kepada konsumen sebagaimana telah diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Dalam pasal ini dijelaskan bahwa pelaku usaha harus beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, memiliki kewajiban dalam memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi barang dan/atau jasa, serta memberikan kompensasi atau ganti rugi apabila barang atau jasa yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan perjanjian. Hal ini sejalan dengan pendapat Kholifah dan Yuliawan (2025) yang menyatakan bahwa salah satu tanggung jawab pelaku usaha dalam e-commerce

adalah memastikan kebenaran dan keakuratan tentang informasi produk yang telah ditampilkan di platform digital. Oleh karena itu, salah satu hukum mendasar yang melekat pada pelaku usaha dalam menawarkan produk melalui platform digital adalah wajib menyajikan informasi lengkap dan benar terkait produk yang diperjual belikan. Apabila informasi yang disajikan oleh pelaku usaha tidak lengkap dan yang didapatkan oleh konsumen adalah informasi keliru yang menyesatkan, maka pihak pelaku usaha harus menerima konsekuensi berupa tanggungan biaya ganti rugi, jaminan dan garansi.

### **3. Tanggung Jawab Pelaku Usaha atas Kerugian Konsumen**

Berdasarkan ketentuan pada Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menegaskan bahwa pelaku usaha memegang tanggung jawab mutlak atas segala bentuk kerugian yang dialami konsumen akibat mengkonsumsi barang/jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Tanggung jawab pelaku usaha ini merupakan konsekuensi hukum dari hubungan antar pelaku usaha dan konsumen yang terjadi apabila konsumen

mengalami kerugian yang timbul dari produk yang diperdagangkan oleh pelaku usaha (Kamran et al., 2025).

Namun demikian, dalam praktiknya masih ditemukan berbagai kendala, seperti pelaku usaha yang menolak memberikan kompensasi, sulitnya menghubungi penjual, serta adanya pengalihan tanggung jawab kepada jasa ekspedisi atau platform marketplace. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelaksanaan tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi e-commerce masih belum berjalan secara optimal. Oleh karena itu, diperlukan pengawasan yang lebih efektif serta peningkatan kesadaran hukum pelaku usaha agar hak konsumen untuk memperoleh ganti rugi dapat terpenuhi sebagaimana diamanatkan dalam Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Adapun bentuk ganti rugi dalam transaksi e-commerce antara lain:

- 1) Pengembalian dana atau refund kepada konsumen yang dilakukan setelah terjadinya transaksi sehingga kerugian pihak konsumen dapat dipulihkan.
- 2) Penggantian barang merupakan bentuk tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen

karena barang yang dikirim terdapat kerusakan, cacat, tidak sesuai dengan spesifikasi produk dan gambar, serta tidak sesuai dengan apa yang konsumen pesan.

Servis atau perbaikan barang biasanya diberikan kepada konsumen apabila barang yang dibeli oleh konsumen masih bisa diperbaiki dan masih layak untuk dipakai. Dalam hal ini pelaku usaha berkewajiban menanggung biaya perbaikan atau garansi sesuai perjanjian.

### **Relevansi Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik Dalam Perlindungan Konsumen E-Commerce**

Selain Undang-Undang Perlindungan Konsumen, perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce juga didukung oleh Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Pada pasal 5 (1) undang-undang ini menegaskan bahwa informasi atau dokumen dalam bentuk elektronik, termasuk hasil cetaknya, bisa dijadikan sebagai bukti hukum yang resmi di pengadilan. Hal ini

sejalan dengan pendapat Daffa et al., (2023) yang menyatakan bahwa tanda tangan elektronik dan dokumen elektronik telah memperoleh pengakuan sebagai alat bukti yang sah dalam hukum. Namun, bukti dalam transaksi digital ini dinyatakan sah dan mengikat, apabila pemenuhan kewajibannya mengacu pada prinsip hukum perdata, yaitu adanya kesepakatan mutlak dari kedua belah pihak tanpa paksaan, memiliki transaksi yang jelas, serta tidak melanggar undang-undang maupun ketertiban umum. Menurut Novianti dan Nurhayati (2023), keabsahan transaksi elektronik tidak hanya ditentukan oleh pengguna media elektronik, tetapi juga oleh terpenuhinya unsur-unsur perjanjian yang sah, serta adanya kesepakatan yang dibuktikan secara elektronik.

### **Efektivitas Perlindungan Hukum Konsumen E-Commerce di Indonesia**

#### **1. Implementasi Perlindungan Konsumen dalam Praktik E-Commerce**

Meskipun Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah mengatur hak konsumen dan

tanggung jawab pelaku usaha, implementasinya dalam praktik e-commerce masih belum berjalan secara optimal. Hal ini dapat dilihat dari masih tingginya jumlah pengaduan yang diterima oleh BPKN dan YLKI pada tahun 2024-2025. Tingginya angka pengaduan tersebut menunjukkan bahwa perlindungan hukum yang diberikan oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen belum sepenuhnya mampu mencegah terjadinya kerugian konsumen dalam transaksi elektronik. Dengan demikian, keberadaan regulasi yang memadai belum sepenuhnya diikuti oleh efektivitas pelaksanaannya di lapangan.

Salah satu contoh lemahnya perlindungan konsumen dalam praktik e-commerce dapat dilihat dari terungkapnya kasus ribuan ponsel rakitan ilegal yang dipasarkan sebagai produk baru. Menurut Kementerian Koordinator Bidang Politik dan Keamanan (2025), terdapat sejumlah handphone dari berbagai merk telah direkondisi dan dipasok secara rutin dari Batam, kemudian dirakit di Jakarta Barat setelah itu dijual melalui marketplace dengan harga sekitar 50% dari harga resmi. Praktik perdagangan ini tentunya tidak hanya

merugikan negara, tetapi juga merugikan konsumen karena barang yang dijual tidak memenuhi standar kualitas dan keamanan yang artinya telah melanggar Undang-Undang Perlindungan Konsumen khususnya pada Pasal 4 tentang hak konsumen dalam memperoleh keamanan serta memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang yang dibeli. Hal ini juga menunjukkan bahwa masih terdapat pelaku usaha yang tidak beritikad baik dalam menjalankan kegiatan usahanya. Praktik tersebut bertentangan dengan kewajiban pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan menunjukkan bahwa pengawasan terhadap perdagangan melalui sistem elektronik masih perlu diperkuat.

## **2. Kendala Perlindungan Konsumen E-Commerce**

Tingginya pengaduan konsumen menunjukkan adanya beberapa kendala dalam perlindungan hukum dibidang e-commerce. Hal ini sejalan dengan pendapat Prayuti (2024), menyatakan bahwa konsumen menghadapi resiko yang meningkat, termasuk penipuan online, dan pelanggaran privasi. Adapun, kendala

utamanya seperti barang yang tidak sesuai dengan deskripsi produk yang telah dibuat oleh pelaku usaha sehingga konsumen tidak memperoleh informasi yang benar dan jujur sebagaimana telah dijamin pada Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Selain itu, maraknya penipuan online yang dilakukan oleh penjual fiktif mengakibatkan konsumen mengalami kerugian karena barang yang telah dibayar tidak dikirimkan. Kemudian, proses pengembalian dana (refund) sering kali memerlukan waktu yang lama dan tidak jarang pelaku usaha mengabaikan keluhan konsumen. Disisi lain, meningkatnya penggunaan platform digital juga menimbulkan risiko kebocoran dan penyalahgunaan data pribadi konsumen.

### **3. Upaya Penguatan Perlindungan Hukum Konsumen**

Sejumlah kendala yang masih dihadapi dalam perlindungan konsumen e-commerce menunjukkan bahwa pelaksanaan perlindungan hukum di Indonesia belum berjalan secara optimal. Menurut Thamrin (2025), implementasi dilapangan juga masih lemah karena keterbatasan kelembagaan, rendahnya literasi konsumen, dan absennya mekanisme

penyelesaian sengketa digital yang efektif. Oleh karena itu, diperlukan berbagai upaya untuk memperkuat perlindungan hukum terhadap konsumen agar dapat memberikan kepastian hukum, keadilan, dan rasa aman dalam melakukan transaksi elektronik. Untuk meningkatkan efektivitas perlindungan hukum terhadap konsumen e-commerce, diperlukan pengawasan yang lebih ketat terhadap pelaku usaha dan penyelenggara platform digital. Selain itu, edukasi mengenai hak dan kewajiban konsumen perlu ditingkatkan agar masyarakat memiliki kesadaran hukum dalam melakukan transaksi elektronik. Penyelesaian sengketa konsumen juga perlu dioptimalkan melalui mekanisme yang lebih mudah dan cepat. Sementara itu, marketplace sebagai penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik perlu memperkuat sistem verifikasi penjual, meningkatkan keamanan data pengguna, serta menyediakan mekanisme pengaduan dan pengembalian dana yang lebih efektif.

### **D. Kesimpulan**

Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-

commerce di Indonesia pada dasarnya telah memiliki landasan normatif yang cukup kuat melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. UUPK memberikan jaminan atas hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, serta tanggung jawab atas kerugian yang timbul, sedangkan UU ITE memperkuat pembuktian transaksi elektronik dan legitimasi dokumen digital. Dengan demikian, secara formal Indonesia telah memiliki perangkat hukum yang dapat melindungi konsumen dalam ekosistem digital. Namun, secara empiris, perlindungan tersebut belum berjalan optimal karena masih terdapat kendala berupa rendahnya literasi konsumen, lemahnya pengawasan terhadap pelaku usaha, maraknya penipuan digital, serta belum efisiennya mekanisme penyelesaian sengketa. Oleh karena itu, diperlukan penguatan regulasi, peningkatan pengawasan, edukasi konsumen, serta optimalisasi penyelesaian sengketa berbasis elektronik agar perlindungan konsumen dalam e-commerce benar-benar efektif dan memberikan

kepastian hukum yang adil bagi semua pihak

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Buku :**

Rifa'i, I. J., Purwoto, A., Ramadhani, M., Muksalmina, Rusydi, M. T., Harahap, N. K., Mardiyanto, I., Churniawan, E., Junaedi, M., Agustiwi, A., Saragih, G. M., Bariah, C., & Surasa, A. (2023). *Metodologi penelitian hukum*. Sada Kurnia Pustaka.

Solikin, N. (2021). *Pengantar metodologi penelitian hukum*. Qiara Media.

### **Artikel in Press :**

Iskandar, S. A. (2025). Perkembangan e-commerce di Indonesia: Regulasi dan tantangannya. *Media Hukum Indonesia (MHI)*, 3(4), 98–101.

Kementerian Koordinator Bidang Politik dan Keamanan Republik Indonesia. (2025, Juli 24). *Ungkap peredaran HP rekondisi ilegal bernilai miliaran, Kemenko Polkam apresiasi sinergi pengawasan*. <https://polkam.go.id/ungkap-peredaran-hp-rekondisi-ilegal-bernilai-miliaran-kemenko-polkam-apresiasi-sinergi-pengawasan/>

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia. (2026, Januari 15). *Bedah pengaduan konsumen 2025: 365 hari pengaduan konsumen, menulis ulang regulasi dan kebijakan korporasi yang inklusif dan berkeadilan*. <https://ylki.or.id/bedah-pengaduan-konsumen-2025-365-hari->

[pengaduan-konsumen-menulis-  
ulang-regulasi-dan-kebijakan-  
korporasi-yang-inklusif-dan-  
berkeadilan/](#)

**Jurnal :**

- Annisa, W. N. (2025). Perlindungan hukum bagi konsumen dalam sengketa perdata e-commerce: Analisis atas asas itikad baik. *Indonesian Journal of Civic and Law Studies*, 1(1), 23–33.
- Attirmidzi, M. Z., & Rizka. (2022). Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam sistem transaksi online perspektif Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. *Jurnal Supremasi*, 12(1), 97–108. <https://doi.org/10.35457/Supremasi.V12i1.1679>
- Bintarawati, F., & Rismana, D. (2024). Efektivitas Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam memberikan perlindungan hukum bagi pengguna e-commerce di era ekonomi digital. *Risalah Hukum*, 20(2), 102–112. <https://doi.org/10.30872/Risalah.V20i2.1570>
- Daffa, M. F., Rahman, S., & Qahar, A. (2023). Kekuatan pembuktian tanda tangan elektronik sebagai alat bukti dalam perkara perdata. *Journal of Lex Philosophy (JLP)*, 4(1), 205–221.
- Fista, Y. L., Machmud, A., & Suartini, S. (2023). Perlindungan hukum konsumen dalam transaksi e-commerce ditinjau dari perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Binamulia Hukum*, 12(1), 177–189.

<https://doi.org/10.37893/Jbh.V12i1.599>

- Ilham, M., & Arini, S. (2022). Kebijakan hukum transaksi bisnis e-commerce di Indonesia. *Khatulistiwa Law Review*, 3(1), 469–477. <https://doi.org/10.24260/Klr.V3i1.3549>
- Kamran, M., Miru, A., & Maskun, M. (2021). Online selling and buying fraud: The law of electronic transaction perspective. *JCH (Jurnal Cendekia Hukum)*, 6(2), 270–288.
- Kholifah, S. N., & Yuliawan, I. (2025). Perlindungan hukum konsumen atas cacat informasi suatu produk dalam transaksi e-commerce di Indonesia. *Jurnal Fakultas Hukum Universitas Tulang Bawang*, 23(3), 510–528. <https://doi.org/10.37090/Z7emt998>
- Nasution, M. F., Purba, Y. Y., Silalahi, J. A. S., & Purba, V. L. (2025). Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 4(2), 1931–1938. <https://doi.org/10.56799/Peshum.V4i2.7481>
- Pratama, B. P., & Sembiring, S. (2024). Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam memasuki era digital: Tantangan dan solusi menuju transaksi elektronik yang aman, nyaman, dan terpercaya. *Ensiklopedia of Journal*, 6(3), 225–230.

- <https://doi.org/10.33559/Eoj.V6i3.2582>
- Prayuti, Y. (2024). Implikasi risiko transaksi digital terhadap pengaduan konsumen di sektor e-commerce: Tinjauan strategi nasional perlindungan konsumen 2024. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(3), 10038–10048.  
<https://doi.org/10.31004/Innovative.V4i3.11440>
- Puspitasari, D., & Setjoatmadja, S. (2025). Evaluating the effectiveness of consumer protection laws in Indonesia: A case study of e-commerce. *Jurnal Mediasas: Media Ilmu Syari'ah dan Ahwal Al-Syakhsiyyah*, 8(1), 65–75.  
<https://doi.org/10.58824/Mediasas.V8i1.155>
- Rahman, I., Sahrul, Mayasari, R. E., Nurapriyanti, T., & Yuliana. (2023). Hukum perlindungan konsumen di era e-commerce: Menavigasi tantangan perlindungan konsumen dalam lingkungan perdagangan. *Jurnal Hukum dan HAM Wara Sains*, 2(8), 683–691.  
<https://doi.org/10.58812/Jhhws.V2i08.605>
- Rizkia, N. D., Hidayat, W. A., Kaemirawati, D. T., Novianty, R. R., & Febrianty, Y. (2024). Legal protection of consumers in electronic transactions: Challenges and future prospects. *Journal Equity of Law and Governance*, 4(2), 307–315.  
<https://doi.org/10.22225/Elg.4.2.10141.307-315>
- Rosianna, E. S., & Made, G. S. K. R. (2024). Perlindungan konsumen dalam e-commerce di Indonesia (Hambatan penerapan regulasi antara penerapan dan pengawasan). *Aliansi: Jurnal Hukum, Pendidikan dan Sosial Humaniora*, 1(6), 58–70.
- Tamrin, B. (2025). Analisis hukum terhadap perlindungan konsumen dalam transaksi digital di Indonesia: Tinjauan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 8(6), 3246–3255.  
<https://doi.org/10.56338/Jks.V8i6.7738>
- Wardiono, K., & Firmansyah, I. (2024). Hak atas informasi terhadap perlindungan hukum bagi konsumen dalam jual beli online melalui Lazada. *Justisi*, 10(1), 1–19.  
<https://doi.org/10.33506/Jurnaljustisi.V10i1.2255>
- Zainuddin, M., & Karina, A. D. (2023). Penggunaan metode yuridis normatif dalam membuktikan kebenaran pada penelitian hukum. *Smart Law Journal*, 2(2), 114–123.