



Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Membeli Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Postingan Di E-Commerce

Intan Wulan Sari, Ryanel Irzal, Viola Audra Jhunia

Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera barat

Email: intanwulansari2104@gmail.com, elviachan431@gmail.com, 10violajhunia@gmail.com

Abstract

The rapid advancement of digital technology has significantly increased transactions through e-commerce platforms in Indonesia. However, alongside this growth, legal protection issues for consumers have emerged, particularly in cases of purchasing goods that do not match the u or postings on e-commerce platforms. This study aims to analyze the legal protection provided in Indonesia to safeguard consumers from such harmful trade practices, focusing on the effectiveness of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection (UUPK). The research employs a literature review method by examining various regulations, scientific journals, and reports related to consumer protection in the digital sphere. The findings reveal that although the UUPK outlines the rights and obligations of consumers and business actors, its implementation in the e-commerce context faces significant challenges, such as weak supervision of sellers and limited consumer awareness of their rights. Furthermore, data from the Indonesian Consumers Foundation (YLKI) in 2023 indicated that 40% of consumer complaints were related to goods not matching their descriptions on e-commerce platforms, highlighting the need for stricter law enforcement and improved dispute resolution mechanisms. This study recommends the establishment of more specific regulations, more accessible dispute resolution channels, and stricter supervision of e-commerce platforms. Enhancing consumer education on their rights is also essential to empower them in handling digital transaction issues. By implementing these measures, a safer and fairer e-commerce environment can be created for all parties involved.

Keywords: Legal protection, consumer, e-commerce, Law,

Abstrak

Perkembangan pesat teknologi digital telah mendorong peningkatan signifikan dalam transaksi melalui platform e-commerce di Indonesia. Namun, seiring dengan kemajuan tersebut, muncul permasalahan perlindungan hukum bagi konsumen, khususnya dalam kasus pembelian barang yang tidak sesuai dengan deskripsi atau postingan di e-commerce. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan hukum yang berlaku di Indonesia dalam melindungi konsumen dari praktik perdagangan yang merugikan tersebut, dengan fokus pada efektivitas penerapan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur dengan menelaah berbagai regulasi, jurnal ilmiah, dan laporan terkait perlindungan konsumen di ranah digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun UUPK telah mengatur hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha, implementasinya dalam konteks e-commerce menghadapi tantangan signifikan, seperti lemahnya pengawasan terhadap penjual dan kurangnya pemahaman konsumen mengenai hak-hak mereka. Selain itu, data dari Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) tahun 2023 menunjukkan bahwa 40% pengaduan konsumen terkait dengan barang yang tidak sesuai dengan deskripsi di e-commerce, mengindikasikan perlunya penegakan hukum yang lebih tegas dan perbaikan mekanisme penyelesaian sengketa. Penelitian ini merekomendasikan adanya regulasi yang lebih spesifik dan mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih mudah diakses serta pengawasan lebih ketat terhadap platform e-commerce. Edukasi konsumen mengenai hak-haknya juga perlu ditingkatkan agar mereka lebih berdaya dalam menghadapi permasalahan transaksi digital. Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan tercipta lingkungan e-commerce yang lebih aman dan adil bagi seluruh pihak.

Kata kunci: *Perlindungan hukum, konsumen, e-commerce, Undang-Undang*

A. PENDAHULUAN

Era digital membawa perubahan mendasar pada preferensi dan perilaku belanja, mendorong migrasi yang luas ke platform e-commerce. Kemudahan, aksesibilitas produk yang luas, dan harga kompetitif menjadi daya tarik utama dari platform ini. Namun, perubahan ini juga menimbulkan tantangan dalam perlindungan hak, privasi, keamanan data, standar kualitas produk, dan mekanisme penyelesaian sengketa. Keamanan transaksi menjadi krusial, membutuhkan pengamanan data yang kuat melalui enkripsi dan protokol komputasi yang aman. Kualitas produk dan penetapan harga yang adil tetap menjadi faktor penentu dalam kepuasan pelanggan (Febriyanti et al., 2020). Sehubungan dengan itu, perlindungan Konsumen sebagai disiplin hukum, membentuk dan mencakup prinsip-prinsip yang mengatur serta memberikan jaminan perlindungan atas kepentingan konsumen. Dikodifikasi dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen di Indonesia, hukum ini menegaskan bahwa perlindungan konsumen merupakan serangkaian usaha yang berfungsi memberikan kepastian hukum untuk melindungi konsumen. Diskusi tentang perlindungan konsumen, oleh karenanya, mengacu pada jaminan dan pemenuhan hak-hak konsumen dalam kerangka hukum yang berlaku (Wahyudi et al., 2022).¹

Namun, di balik pertumbuhan pesat ini, muncul tantangan signifikan terkait perlindungan konsumen, khususnya dalam kasus pembelian barang yang tidak sesuai dengan deskripsi atau postingan yang ditampilkan di platform E-Commerce. Kasus barang yang tidak sesuai dengan deskripsi atau postingan merupakan salah satu bentuk permasalahan utama dalam ekosistem E-Commerce di Indonesia. Berdasarkan data Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) tahun 2023, sekitar 40% dari total pengaduan konsumen yang diterima berhubungan dengan ketidaksesuaian produk yang diterima dengan deskripsi yang dipromosikan. Hal ini menunjukkan adanya celah dalam sistem perlindungan konsumen yang belum sepenuhnya mampu melindungi hak-hak pembeli secara optimal.

Konsumen sering kali menghadapi kesulitan dalam mengajukan pengaduan, mendapatkan penggantian, atau memperoleh kompensasi atas kerugian yang dialami. Permasalahan ini diperburuk dengan kurangnya transparansi dalam sistem penyelesaian sengketa yang disediakan oleh beberapa platform E-Commerce, di mana proses klaim sering kali rumit dan tidak ramah bagi konsumen. Fenomena ini

¹ Yuyut Prayuti(2024). *Dinamika perlindungan hukum konsumen di era digital: analisis hukum terhadap praktik e-commerce dan perlindungan data konsumen di Indonesia.*

Jurnal interpretasi hukum, vol 5 no.1,904.

mencerminkan adanya kesenjangan dalam perlindungan hukum terhadap konsumen. Sebagai ilustrasi, konsumen sering kali menghadapi kesulitan dalam mendapatkan penggantian atau kompensasi ketika barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi yang tertera di platform. Beberapa kasus menunjukkan bahwa penjual atau pihak platform E-Commerce tidak selalu memberikan solusi yang memadai.

Perlindungan hukum terhadap konsumen juga terdapat pada ayat suci al-quran, yaitu surat Al-baqarah ayat 279.

تُظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ لَا أَمْوَالُكُمْ رُءُوسُ فَلَكُمْ تُبْنُونَ وَإِنَّ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ وَرَسُولَهُ ﷺ اللَّهُ مِّنْ بَحْرٍ فَأَذْنُوا تَفْعَلُوا أَلَمْ فَإِنْ

Arab-Latin: Fa il lam taf'alū fa`ẓanū biḥarbi minallāhi wa rasūlih, wa in tubtum fa lakum ru`ṣu amwālikum, lā taẓlimūna wa lā tuẓlamūn

Artinya: Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.

Dalam undang-undang Republik Indonesia nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, konsumen didefinisikan sebagai "setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga orang lain maupun makhluk yang lain dan tidak untuk diperdagangkan. Definisi ini mengandung kelemahan karena banyak hal yang tidak tercakup sebagai konsumen, seperti badan hukum, badan usaha, dan barang yang tidak ditawarkan dalam masyarakat dan adanya batasan-batasan yang samar. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen merupakan regulasi yang dirancang untuk memberikan perlindungan hukum bagi konsumen dalam melakukan transaksi di Indonesia.. Salah satu tantangan utama adalah kurangnya pemahaman konsumen terhadap hak-hak mereka. Banyak konsumen yang belum sepenuhnya menyadari bahwa mereka memiliki hak untuk menuntut penggantian atau pengembalian dana jika barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi yang tertera di platform. Ketidaktahuan ini menyebabkan rendahnya tingkat pelaporan atas kasus pelanggaran hak konsumen.

Lemahnya posisi konsumen untuk mendapatkan perlindungan hukum atas kecendrungan pelaku usaha, juga disebabkan oleh perangkat hukum yang melindungi konsumen belum bisa memberikan rasa aman atau kurang memadai untuk secara langsung melindungi kepentingan konsumen. Begitu pula, penegakkan hukum (law enforcement) itu sendiri dirasakan kurang tegas. Kondisi konsumen seperti itu, cenderung berpotensi untuk menjadi korban pelaku usaha. Apalagi didukung oleh orientasi berfikir dari sebagian pelaku usaha yang semata-mata masih bersifat profit oriented dalam konteks jangka pendek, tanpa memperhatikan keselamatann

konsumen yang merupakan bagian dari jaminan keberlangsungan usaha sang pelaku usaha dalam konteks jangka panjang.²

Hak konsumen yang diabaikan oleh pelaku usaha perlu dicermati secara seksama, pada era globalisasi dan perdagangan bebas saat ini, banyak bermunculan berbagai macam produk barang atau pelayanan jasa yang dipasarkan kepada konsumen. Baik melalui promosi, iklan, maupun penawaran secara langsung. Jika tidak berhati-hati dalam memilih produk barang atau jasa yang diinginkan, konsumen hanya akan menjadi objek eksploitasi dari pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Tanpa disadari, konsumen menerima begitu saja barang atau jasa yang dikonsumsi.³

Pentingnya perlindungan hukum bagi konsumen disebabkan oleh posisi tawar konsumen yang lemah. Perlindungan hukum terhadap konsumen mensyaratkan adanya pemihakan kepada posisi tawar yang lemah (konsumen). Perlindungan hukum bagi konsumen adalah suatu masalah yang besar, dengan persaingan global yang terus berkembang. Perlindungan hukum sangat dibutuhkan dalam persaingan dan banyaknya produk serta layanan yang menempatkan konsumen dalam posisi tawar yang lemah. Penelitian sebelumnya juga memiliki keterbatasan. Sebagai contoh, sebagian besar penelitian lebih berfokus pada aspek tertentu, tanpa mengeksplorasi pengalaman nyata konsumen atau efektivitas mekanisme pengaduan yang disediakan oleh platform e-commerce.

B. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian normatif, metode normatif adalah penelitian hukum yang dilakukan dengan meneliti bahan-bahan pustaka, serta berpusat pada sistem norma hukum, termasuk asas, norma dan peraturan perundang-undangan. Metode ini digunakan untuk menganalisis pertanggungjawaban hukum terhadap perlindungan konsumen serta mengkaji norma hukum yang berlaku, baik yang tercantum dalam peraturan perundang-undangan maupun doktrin hukum yang relevan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Perlindungan Hukum terhadap Hak-Hak Konsumen

Istilah konsumen ini berasal dari kata consumer (Inggris-Amerika), atau consument/konsument (Belanda). Pengertian consumer dan consument ini hanya

² Abd. Haris Hamid (2017). *Hukum perlindungan konsumen Indonesia*. Makassar hal 2.

³ Happy Susanto (2008). *Hak-hak konsumen jika dirugikan*. Jakarta selatan hal 1-2

bergantung dimana posisi ia berada. Secara harfiah arti kata consumer adalah lawan dari kata produsen, setiap orang yang menggunakan barang dan jasa. Tujuan penggunaan barang dan jasa itu nanti akan menentukan termasuk konsumen kelompok mana pengguna tersebut, begitu pula kamus bahasa Indonesia memberi arti kata consumer sebagai pemakai atau konsumen. Konsumen umumnya diartikan sebagai pemakai terakhir dari produk yang diserahkan pada mereka, yaitu setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjual belikan.⁴

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) merupakan landasan hukum utama yang dirancang untuk melindungi hak-hak konsumen di Indonesia. Namun, dengan berkembangnya transaksi elektronik atau e-commerce, muncul pertanyaan mengenai efektivitas UUPK dalam menangani permasalahan yang timbul, khususnya terkait dengan barang yang tidak sesuai dengan deskripsi di platform *E-Commerce*.

Dalam transaksi *E-Commerce*, konsumen sering kali tidak memiliki kesempatan untuk memeriksa fisik barang sebelum melakukan pembelian. Hal ini meningkatkan risiko ketidaksesuaian antara barang yang diterima dengan deskripsi atau gambar yang ditampilkan oleh penjual. Menurut data dari Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), pengaduan terkait barang yang tidak sesuai dengan deskripsi merupakan salah satu keluhan yang sering diajukan oleh konsumen. Secara terperinci, kasus refund di *E-Commerce* menjadi yang paling banyak dilaporkan, mencapai 23,4%. Selanjutnya diikuti oleh kasus penipuan atau pembobolan sebanyak 14,8%; barang tidak dikirim sebanyak 5,5%; masalah pengiriman 4,7%; barang tidak sampai 3,9%; informasi 3,1%; aplikasi eror 1,6%; dan barang hilang 0,8% .

Jumlah korban penyalahgunaan akun atau phising terus meningkat seiring berjalannya waktu. Pengguna yang sudah memiliki pengetahuan dan pengalaman pun tidak jarang juga menjadi korban phising karena kejahatan siber phising ini memang sulit dideteksi oleh pengguna. Dalam hal ini, konsumen pengguna e-commerce berhak mendapatkan perlindungan hukum terhadap kasus penyalahgunaan akun atau phising berdasarkan aturan dan regulasi yang berlaku di Indonesia. Pengertian perlindungan hukum adalah tindakan atau upaya untuk melindungi masyarakat dari perbuatan sewenang-wenang oleh penguasa yang tidak sesuai dengan aturan hukum, untuk mewujudkan ketertiban dan ketentraman sehingga memungkinkan manusia untuk menikmati martabatnya sebagai manusia.
15 Dengan kata lain, perlindungan hukum merupakan sebuah tindakan yang dilakukan untuk melindungi hak asasi manusia dari tindakan semena-mena yang menyebabkan dirinya mengalami kerugian dan perlindungan ini diberikan kepada

⁴ Rosmawati(2018). *Pokok-pokok hukum perlindungan konsumen*. Depok hal 2

seluruh masyarakat tanpa terkecuali dan dijamin berdasarkan aturan hukum yang berlaku.⁵

Penjual atau pelaku usaha di platform e-commerce sering kali tidak memberikan informasi produk secara lengkap dan akurat. Beberapa penjual bahkan dengan sengaja memberikan deskripsi yang menyesatkan demi menarik minat konsumen. Kurangnya pengawasan dan penegakan hukum terhadap praktik semacam ini menyebabkan pelanggaran terhadap hak-hak konsumen terus berlanjut. Penelitian yang dilakukan oleh Akbar Hamsah (2019) menunjukkan bahwa konsumen dalam transaksi e-commerce memiliki risiko yang lebih besar daripada penjual, seperti barang yang telah dibeli tidak sesuai pesanan, atau barang tersebut tidak dikirim oleh penjual. Karena itu, selain jaminan yang diberikan oleh penjual, diperlukan juga jaminan yang berasal dari pemerintah ini menunjukkan bahwa peran pemerintah dalam mengawasi dan menegakkan aturan sangat penting untuk memastikan perlindungan konsumen berjalan efektif.

Perkembangan teknologi dan model bisnis e-commerce yang sangat pesat membuat beberapa ketentuan dalam UUPK menjadi kurang relevan atau tidak mampu mengakomodasi kompleksitas transaksi digital saat ini. Misalnya, UUPK belum secara spesifik mengatur mengenai transaksi lintas batas yang sering terjadi dalam e-commerce, sehingga menyulitkan konsumen untuk menuntut haknya ketika berhadapan dengan penjual dari luar negeri. Untuk meningkatkan efektivitas UUPK dalam melindungi konsumen di era digital, beberapa langkah dapat diambil. Pertama, perlu dilakukan revisi terhadap UUPK agar dapat mengakomodasi perkembangan teknologi dan model bisnis e-commerce. Hal ini mencakup penambahan ketentuan yang secara spesifik mengatur transaksi elektronik, tanggung jawab platform e-commerce, serta mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih efisien dan mudah diakses oleh konsumen.

Hukum perlindungan konsumen bagi pembeli adalah hal yang sangat penting atau utama dalam kegiatan transaksi jual beli, karena dapat menghasilkan keamanan dan mencegah terjadinya kerugian-kerugian bagi pihak pembeli selaku konsumen. Dengan adanya hukum ini juga pembeli mendapatkan hak barang yang sesuai dengan pemberitahuan sebelumnya atau barang yang sesuai dengan yang dijanjikan oleh pihak penjual selaku pelaku usaha. Meskipun ditujukan untuk melindungi kepentingan konsumen, Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak bertujuan untuk mematikan pelaku usaha. Dengan adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha diharapkan lebih termotivasi untuk meningkatkan daya

⁵ Swanasti Djatu, Andriyanto Adhi (2003). Perlindungan hukum konsumen pengguna aplikasi E-Commerce terhadap kasus penyalahgunaan akun dalam konstruksi hukum ITE. *Al-qalam jurnal ilmiah keagamaan dan kemasyarakatan* vol.17 No.2, hal 979

saingnya dengan memperhatikan kepentingan konsumen. Hukum perlindungan konsumen sangatlah penting bagi pihak penjual selaku pelaku usaha, karena dapat mencegah penjual melakukan hal-hal yang dilarang dalam hukum dan juga dapat mencegah ruginya pihak pembeli selaku konsumen. Apabila penjual memahami hukum perlindungan konsumen maka mereka tidak akan melanggar hukum tersebut dan berjualan sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan.⁶

2. Bentuk Pertanggungjawaban Pelaku Usaha dalam Bisnis E-Commerce

Pelaku usaha berkewajiban dalam memberi informasi yang benar serta jujur tentang produk yang ditawarkan. Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar, berkaitan dengan syarat kontrak, produsen dan produk yang ditawarkan. Pembeli juga diberi kebebasan dalam menanyakan lebih lanjut ketersediaan maupun spesifikasi produk ke penjual melalui fitur online chat ataupun e-mail. Apabila pembeli tertarik, sebelum produk tersebut dibayar produk yang akan dibeli dapat dimasukkan ke shopping cart atau sejenis keranjang belanja online. Lalu apabila pembeli setuju membeli pembeli akan membayar pesanan yang ada di keranjang belanja online.

Definisi E-Commerce menurut Adi Nugroho (2006), E-Commerce adalah cara untuk menjual dan membeli barang dan jasa lewat jaringan internet. Sedangkan menurut Rahmati (2009) E-Commerce adalah singkatan dari electronic e-commerce yang artinya sistem pemasaran secara atau dengan media elektronik. E-Commerce ini mencakup distribusi, penjualan, pembelian, marketing dan service dari sebuah produk yang dilakukan dalam sebuah system elektronika seperti internet atau bentuk jaringan komputer yang lain, E-Commerce bukan sebuah jasa atau sebuah barang, tetapi merupakan perpaduan antara jasa dan barang.⁷

Penerapan E-Commerce bermula di awal tahun 1970 an, dengan adanya inovasi semacam electronic fund transfer (EFT). Saat itu tingkat aplikasinya masih terbatas pada perusahaan-perusahaan besar, lembaga keuangan, dan segelintir perusahaan kecil yang nekat. Lalu muncullah electronic data interchange (EDI), yang berkembang dari transaksi keuangan ke transaksi lain serta memperbesar jumlah perusahaan yang ikut berperan, mulai lembaga keuangan hingga perusahaan manufaktur, ritel, layanan, dan sebagainya. Aplikasi lain mulai muncul yang memiliki jangkauan lebih luas.⁸

⁶ Puteri Asyifa, Melawati, Panji Adam (2021). Pentingnya hukum perlindungan konsumen dalam jual beli. *Jurnal manajemen dan bisnis*, volume 3, No.1, hal 15-16

⁷ Dewi Irmawati (2011). Pemanfaatan E-Commerce dalam dunia bisnis. *Jurnal ilmiah orasi bisnis- ISSN 2085*, hal 97

⁸ M. Suyanto (2003). *strategi periklanan pada E-Commerce*. Yogyakarta, Hal 10

Pelaku usaha memiliki kecendrungan “melecehkan” hak-hak konsumen serta memanfaatkan kelemahan konsumen tanpa harus mendapatkan sanksi hukum. Pelaku usaha memiliki kebebasan memproduksi komoditas, tanpa harus mengikuti standar yang berlaku. Pelaku usaha cukup leluasa untuk melakukan promosi produk dengan cara mengelabui atau memanfaatkan ketidaktahuan konsumen mengenai produk tersebut.⁹

Transaksi bisnis *E-Commerce* ini memberikan kecepatan, kenyamanan serta kepraktisan bertransaksi bagi masyarakat yang menjadi nilai tambah konsumen. Tapi selain itu, hak konsumen masih seringkali diabaikan pelaku usaha, dikarenakan banyak konsumen yang tak menyadari haknya sendiri karena kurang ataupun bahkan tak sampainya informasi tentang hak konsumen menyebabkan konsumen ada di posisi yang lemah serta rentan terhadap tipu daya penjual. Sehingga konsumen haruslah mencari tahu hak yang dimilikinya atau didapatkan, berdasarkan hukum yang berkaitan pada transaksi *E-Commerce*. Kasus wanprestasi yang dijalankan pelaku usaha seringkali muncul dikarenakan jual beli online, itulah sebabnya banyak hak terhadap konsumen dari pada pelaku usaha karena konsumen sering kali lemah dalam melihat hak-haknya dalam transaksi jual beli.

Untuk menciptakan perlindungan hukum terhadap konsumen yang berjalan dengan baik maka disebutkan juga beberapa kewajiban dari konsumen maupun pelaku usaha. Kewajiban konsumen yaitu membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan jasa, beretika baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan jasa, membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati, mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen, sedangkan kewajiban pelaku usaha adalah beretika baik dalam melakukan kegiatan usahanya, memberikan informasi yang benar dan jelas, memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur, menjamin mutu barang dan jasa yang diproduksi, memberi kompensasi akibat penggunaan produk yang tidak sesuai.¹⁰

D. PENUTUP

Berdasarkan pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen dalam membeli barang yang tidak sesuai dengan postingan di e-commerce merupakan aspek dalam menjamin keadilan dan keamanan dalam transaksi digital yang semakin marak. Meskipun Indonesia telah memiliki dasar hukum yang mengatur perlindungan konsumen melalui Undang-

⁹ Abdul Halim(2017).*hak-hak konsumen*.Bandung, Hal15

¹⁰ Niru Anita, Nunuk sulisrudatin(2015). Pelaksanaan perlindungan konsumen di Indonesia. *Jurnal ilmiah hukum dirgantara*, volume 5 no.2 hal 78

Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), e-commerce masih menghadapi tantangan signifikan. Beberapa kendala utama meliputi kurangnya pemahaman konsumen tentang hak-haknya, lemahnya pengawasan terhadap pelaku usaha di platform digital, dan mekanisme penyelesaian sengketa yang sering kali tidak efektif atau berpihak kepada konsumen. Data dari Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) menunjukkan bahwa kasus pengaduan terkait ketidaksesuaian barang dengan deskripsi mencapai 40% dari total pengaduan e-commerce pada tahun 2023, menandakan urgensi perbaikan dalam perlindungan hukum di sektor ini.

Peningkatan edukasi konsumen menjadi aspek penting dalam memperkuat perlindungan hukum. Banyak konsumen di Indonesia belum memahami hak-hak dasar mereka dalam bertransaksi secara digital, termasuk hak untuk mengajukan pengaduan dan memperoleh kompensasi ketika barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi. Penyelesaian sengketa yang lebih efektif dan terjangkau juga perlu menjadi prioritas. Selain itu, pemerintah perlu mempertegas sanksi bagi penjual yang melanggar ketentuan, termasuk denda yang signifikan dan pencabutan izin usaha bagi pelaku yang terbukti melakukan pelanggaran berulang.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Rosmawati(2018). *Pokok-pokok hukum perlindungan konsumen*. Depok, Prenadamedia Group.

Abd.Haris Hamid(2017). *Hukum perlindungan konsumen Indonesia*.makassar,Sah Media.

Abdul Halim(2017).*hak-hak konsumen*.Bandung, Hikam Media Utama.

M.Suyanto(2003).*strategi periklanan pada E-Commerce*.Yogyakarta,Andi Offset.

Happy Susanto (2008). *Hak-hak konsumen jika dirugikan*. Jakarta selatan, Transmedia Pustaka

Jurnal:

Yuyut Prayuti(2024). *Dinamika perlindungan hukum konsumen di era digital: analisis hukum terhadap praktik e-commerce dan perlindungan*

data konsumen di Indonesia. *Jurnal interpretasi hukum*, vol 5
no.1,904.

Swanasti Djatu, Andriyanto Adhi (2003). Perlindungan hukum konsumen
pengguna aplikasi E-Commerce terhadap kasus penyalahgunaan
akun dalam konstruksi hukum ITE. *Al-qalam jurnal ilmiah*
keagamaan dan kemasyarakatan vol.17 No.2, hal 979.

Puteri Asyifa, Melawati, Panji Adam (2021). Pentingnya hukum perlindungan
konsumen dalam jual beli. *Jurnal manajemen dan bisnis*, volume 3,
No.1, hal 15-16

Dewi Irmawati (2011). Pemanfaatan E-Commerce dalam dunia bisnis. *Jurnal*
ilmiah orasi bisnis-ISSN 2085, hal 97.

Niru Anita, Nunuk sulisrudatin (2015). Pelaksanaan perlindungan konsumen di
Indonesia. *Jurnal ilmiah hukum dirgantara*, volume 5 no.2 hal 78.