



## **Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Perdagangan di E-commerce di Indonesia**

### ***Consumer Legal Protection in Trading Transactions on E-commerce in Indonesia***

**Yuyut Prayuti<sup>1</sup>, Elis Herlina<sup>2</sup>, & Mia Rasmiaty<sup>3</sup>**

<sup>1, 2, 3</sup>Fakultas Hukum Universitas Islam Nusantara

#### **Info Artikel**

##### **Penulis Korespondensi**

Corresponding Author:

✉ [prayutyuyut@gmail.com](mailto:prayutyuyut@gmail.com)

##### **Riwayat**

History:

Submitted: 24-04-2024

Revised: 13-06-2024

Accepted: 10-06-2024

##### **Kata Kunci:**

Digital; Elektronik; Hukum; Konsumen; Perlindungan.

##### **Keyword:**

*Consumer; Digital; Electronic; Law; Protection.*

#### **Abstrak**

Penelitian ini mengevaluasi perlindungan hukum yang dapat diakses oleh konsumen dalam transaksi perdagangan elektronik dan metode penyelesaian sengketa yang diterapkan dalam kasus pelanggaran kontrak. Metode yang digunakan adalah pendekatan yuridis normatif dengan spesifikasi penelitian deskriptif analitis, menggunakan data sekunder yang mencakup hukum primer, sekunder, dan tersier sebagai sumber informasi. Analisis data dilakukan secara kualitatif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa regulasi hukum terkait perlindungan konsumen *E-commerce* diatur dalam Undang-Undang No. 8/1999 tentang Perlindungan Konsumen, khususnya pada pasal 19, 20, 21, 24, dan 26. Pelaksanaan perlindungan ini melibatkan kerja sama antara pemerintah, Badan Perlindungan Konsumen Nasional, dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat. Untuk menyelesaikan sengketa terkait wanprestasi, hukum menyediakan dua jalur, yaitu litigasi dan non-litigasi, sebagai solusi yang dapat ditempuh.

#### **Abstract**

*This research evaluates the legal protection accessible to consumers in electronic commerce transactions and the dispute resolution methods applied in cases of breach of contract. The method used is a normative juridical approach with analytical descriptive research specifications, using secondary data that includes primary, secondary, and tertiary laws as sources of information. Data analysis was conducted qualitatively. The research findings show that legal regulations related to E-commerce consumer protection are regulated in Law No. 8/1999 on Consumer Protection, specifically in articles 19, 20, 21, 24, and 26. The implementation of this protection involves cooperation between the government, the National Consumer Protection Agency, and the Non-Governmental Consumer Protection Agency. To resolve disputes related to default, the law provides two paths, namely litigation and non-litigation, as solutions that can be pursued.*



Copyright © 2024 by  
Jurnal Hukum  
Mimbar Justitia.

**All writings published in this journal  
are personal views of the authors  
and do not represent the views of  
the Constitutional Court.**

<https://doi.org/10.35194/jhmj.v10i1.4086>

## **A. PENDAHULUAN**

### **1. Latar Belakang**

Kemajuan pesat dalam teknologi informasi dan sistem transaksi elektronik telah menempatkan sektor ini pada posisi terdepan dalam dunia industri. Teknologi informasi tidak hanya memudahkan dan menghemat waktu, tetapi juga menawarkan keuntungan tambahan berupa perluasan pasar global tanpa perlu mengirim orang atau pergi ke lokasi lain.<sup>1</sup> Teknologi saat ini telah memudahkan kegiatan sehari-hari manusia. Misalnya, di sektor perdagangan, transaksi bisnis kini dapat dilakukan tanpa perlu konsumen berinteraksi secara langsung dengan penjual sebagaimana yang terjadi di pasar tradisional, namun cukup melalui perantara elektronik yang terkoneksi internet.<sup>2</sup>

Dalam konteks dunia usaha, teridentifikasi dua varian utama: pertama adalah usaha konvensional yang mengikuti nilai-nilai serta metode klasik, dan kedua adalah usaha modern yang lebih kontemporer. Tiap model bisnis ini menampilkan pendekatan yang unik, memiliki tantangan spesifik, menghadapi implikasi hukum tertentu, serta menyuguhkan solusi yang beragam. Kemajuan dalam bidang teknologi informasi telah memfasilitasi pelaksanaan transaksi secara digital, yang sering diistilahkan sebagai kontrak jual beli elektronik.

Di Indonesia, menurut ketentuan hukum yang berlaku, sebuah kontrak jual beli harus memasukkan sejumlah klausul yang ditulis dengan jelas dan spesifik, yang dapat diwujudkan dalam bentuk akta otentik atau akta yang dibuat secara non-formal. Kehadiran klausul-klausul tersebut berfungsi untuk memperlancar proses pelaksanaan kontrak, termasuk dalam hal penerapan hak-hak dan kewajiban para pihak yang terlibat.

Sistem hukum yang ada saat ini belum mempertimbangkan dampak internet. Sementara itu, bisnis modern saat ini telah dipengaruhi oleh internet. Saat ini, bisnis modern telah mengalami transformasi besar akibat pengaruh internet. Teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang pesat telah melahirkan sistem transaksi bisnis yang inovatif dan kreatif. Ketersediaan jaringan informasi global yang transparan dan teknologi canggih seperti internet, Cybernet, atau world wide web memfasilitasi pertukaran informasi yang cepat di

---

<sup>1</sup> Fitriah Fitriah, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Sosial," *Solusi* 18, no. 3 (2020): 371–382, <https://doi.org/10.36546/solusi.v18i3.305>.

<sup>2</sup> Ibid.

seluruh dunia maya.<sup>3</sup>

*E-commerce*, yang merupakan elemen dari *e-business* yang melibatkan transaksi elektronik, tengah dipelajari oleh para ahli dan praktisi untuk mengembangkan pemahaman yang lebih jelas tentang konsep ini. Teknologi internet telah berdampak signifikan terhadap perilaku, interaksi, dan hubungan antar manusia, terutama dalam konteks perdagangan dan bisnis. Ini juga dikenal sebagai bisnis elektronik atau *Electronic commerce*.<sup>4</sup>

*E-commerce* secara luas diartikan sebagai semua jenis transaksi jual beli barang atau jasa melalui media elektronik. Proses transaksi ini dilakukan dengan mengikuti sistem hukum yang berlaku dan norma-norma di suatu negara, termasuk Indonesia. Berdasarkan peraturan hukum yang ada dalam jual beli, terdapat beberapa aspek penting dalam kontrak jual beli, yaitu hak dan kewajiban kedua belah pihak yang ditegaskan pada saat perjanjian. Perjanjian ini berfungsi sebagai bukti keabsahan transaksi. Dalam era *E-commerce*, penjual dan pembeli dapat berinteraksi langsung atau melakukan transaksi melalui metode elektronik seperti email atau telecopy. Transaksi dan pembayaran bisa dilaksanakan melalui internet. Kesepakatan kontrak bisa dikirimkan oleh sisi seorang individu atau entitas tertentu menuju individu atau entitas lain, komunikasi atau tindakan terjadi tanpa perantara atau langsung, atau menggunakan alat atau teknologi digital sebagai medium.

Bajaj, dalam bukunya yang berjudul "*E-commerce : The Cutting Edge of Business*," menguraikan beragam manfaat yang bisa didapatkan melalui perdagangan elektronik. Pertama, *E-commerce* memungkinkan konsumen dan pelaku bisnis untuk melakukan transaksi dengan cepat dan mudah tanpa harus mengunjungi toko fisik. Proses pembelian dapat diselesaikan dalam hitungan menit, sehingga menghemat waktu berharga yang dapat dialokasikan untuk kegiatan produktif lainnya. Selain itu, dengan adanya model standar yang telah disiapkan dan tidak perlu diketik ulang, risiko kesalahan manusia dalam proses pengetikan informasi diminimalkan. Hal ini sangat penting dalam menjaga akurasi data dan meningkatkan keandalan transaksi. Selanjutnya, waktu bisnis dapat dimanfaatkan dengan seefisien mungkin sebab aktivitas bertransaksi bisa dijalankan pada waktu apapun serta di

---

<sup>3</sup> Anak Agung Hari Narayana and Dewa Gde Rudy, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online Melalui Media Facebook," *Jurnal Kertha Negara* 9, no. 2 (2021): 83–91, <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthanegara/article/view/70052>.

<sup>4</sup> Cindy Aulia Khotimah and Jeumpa Crisan Chairunnisa, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli-Online (E-Commerce)," *Business Law Review* 1, no. 1 (2015): 14–20, <https://law.uui.ac.id/wp-content/uploads/2016/12/blc-fhuui-v-01-02-cindy-aulia-khotimah-jeumpa-crisan-chairunnisa-perlindungan-hukum-bagi-konsumen-dalam-transaksi-jual-beli-online-e-commerce.pdf>.

lokasi manapun. Hal ini memberikan kesempatan untuk memperoleh lebih banyak informasi terkait bisnis yang relevan. Dengan informasi yang lebih lengkap dan up-to-date, perusahaan dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasionalnya, yang pada gilirannya dapat mendukung keputusan bisnis yang lebih baik.<sup>5</sup>

Meskipun *E-commerce* memiliki berbagai kelebihan seperti yang telah diuraikan sebelumnya, masih ada isu hukum penting yang perlu diperhatikan. Dalam konteks proses dan mekanisme transaksi yang terjadi, terdapat beberapa masalah hukum yang muncul, terutama terkait dengan kontrak atau perjanjian. Masalah pertama adalah mengenai kapan perjanjian dalam transaksi *E-commerce* dianggap sah, yang berkaitan erat dengan pertemuan permintaan dan penawaran melalui media virtual. Kedua, terdapat masalah mengenai pilihan hukum dan pembuktian, yang meliputi penentuan yurisdiksi hukum yang berlaku serta metode pembuktian yang sah dalam transaksi elektronik. Ketiga, muncul isu tentang keabsahan tanda tangan digital dan pesan data, yang mencakup validitas legal dari tanda tangan digital serta keabsahan pesan data yang digunakan dalam transaksi *E-commerce*.

Masalah-masalah tersebut mengungkapkan bahwa transaksi dalam *E-commerce* memiliki kepentingan dan risiko tertentu, terutama karena pembayaran harus dilakukan terlebih dahulu oleh konsumen. Konsumen juga tidak dapat memastikan keaslian atau kualitas dari barang yang dibeli sebelumnya. Selain itu, pembayaran elektronik, seperti transfer bank atau penggunaan nomor kartu kredit online, dapat meningkatkan risiko penipuan, baik sipil maupun kriminal, tanpa adanya jaminan bahwa barang yang dibeli akan dikirim sesuai dengan yang dipesan. Bagaimana pembuktiannya apabila terjadi gugatan di kemudian hari? Apa dasar yang digunakan untuk menilai keaslian suatu dokumen elektronik dalam *E-commerce* yang rata-rata tidak memiliki tanda tangan?

Selanjutnya, berdasarkan Pasal 1 Ayat 10 dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, transaksi elektronik didefinisikan sebagai tindakan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, atau alat elektronik lainnya. Transaksi jual beli secara elektronik dan transaksi jual beli secara konvensional yang berlangsung di dunia nyata mencakup pihak-pihak yang terlibat dalam proses tersebut. Namun, dalam transaksi jual beli elektronik, pihak-pihak tersebut tidak

---

<sup>5</sup> Dilshad Shaik and Ms.V. Poojasree, 'Consumer Protection in E-Commerce: A Legal and Compliance Framework in the Digital Market', in *The 1st International Conference on Law and Human Rights 2020 (ICLHR 2020)*, 1.1 (2020) 18–23.

berinteraksi secara langsung, melainkan berkomunikasi melalui jaringan internet.

## **2. Perumusan Masalah**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji keterkaitan secara yuridis di antara berbagai entitas yang terlibat yang terlibat dalam transaksi jual beli barang melalui *platform E-commerce*. Dalam transaksi elektronik ini, terdapat beberapa pihak yang berperan penting, yaitu: Penelitian ini menguraikan peran berbagai pihak dalam transaksi elektronik. Pertama, penjual atau merchant yang bertindak sebagai pelaku usaha yang berperan penting dalam aktivitas komersial. Kedua, pembeli atau konsumen yang terlibat dalam membeli produk atau memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh penjual. Ketiga, bank memiliki peran sebagai penyalur dana, di mana mereka memfasilitasi transfer keuangan dari pembeli atau konsumen ke penjual atau merchant, memastikan kelancaran pembayaran dalam transaksi. Keempat, penyedia layanan internet yang bertanggung jawab menyediakan akses jaringan yang memungkinkan transaksi elektronik berlangsung. Penelitian ini juga menggali lebih dalam mengenai tanggung jawab distributor dalam kasus wanprestasi. Untuk memahami lebih lanjut mengenai hubungan hukum antara semua pihak yang terlibat, pendekatan yuridis normatif diadopsi untuk menganalisis sengketa wanprestasi dalam transaksi elektronik tersebut.

## **3. Metode Penelitian**

Dalam studi ini, metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif. Metode ini fokus pada penelitian hukum berdasarkan norma dan kaidah hukum yang berlaku, termasuk undang-undang dan keputusan pengadilan, serta norma sosial yang berlaku dalam masyarakat. Data untuk penelitian ini akan dikumpulkan melalui penelitian kepustakaan, dimana saya akan mengumpulkan data sekunder dengan menelaah literatur seperti buku, jurnal, peraturan, serta dokumen yang diperoleh dari internet dan sumber lain yang relevan. Analisis data akan dilakukan melalui teknik analisis kualitatif untuk menjawab permasalahan penelitian. Selain itu, bahan hukum akan dianalisis menggunakan teknik analisis isi, suatu metode deskriptif yang secara sistematis menguraikan detail pemecahan masalah.<sup>6</sup> Analisis konten mengungkap pendekatan integratif dan konseptual yang biasanya digunakan untuk mengidentifikasi, memproses, dan menganalisis materi hukum guna memahami arti,

---

<sup>6</sup> Naimah and Soesilo, 'Perlindungan Konsumen Marketplace Dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen', *Journal Economics & Business Law Review*, 1.1 (2021), 22–31.

kepentingan, dan keterkaitannya.

## **B. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi Perdagangan *E-commerce***

Secara umum, ada beberapa masalah yang dihadapi oleh konsumen dalam melakukan transaksi jual beli melalui *E-commerce*, antara lain: Berikut adalah parafrase dari poin-poin yang Anda berikan (1) Konsumen mengalami kesulitan untuk langsung memeriksa, melihat, atau merasakan produk yang ingin dibeli secara online; (2) Adanya kerancuan dalam informasi produk yang ditawarkan serta keraguan apakah semua informasi esensial telah diterima untuk memutuskan transaksi; (3) Ambiguitas mengenai status hukum dari pelaku usaha; (4) Kurangnya jaminan keamanan dalam bertransaksi, termasuk keamanan privasi dan kurangnya penjelasan tentang risiko-risiko yang terkait dengan sistem pembayaran elektronik; (5) Distribusi risiko yang tidak proporsional, di mana konsumen sering harus membayar di muka sementara penerimaan barang masih tidak pasti, dengan hanya ada jaminan pengiriman bukan jaminan penerimaan; (6) Sifat transaksi yang tidak mengenal batas negara, menimbulkan pertanyaan tentang yurisdiksi hukum mana yang berlaku.<sup>7</sup>

Perlindungan bagi konsumen mencakup sejumlah area, yang bermula dari keamanan produk atau layanan pada tahap awal perolehan hingga efek dari penggunaannya. Biasanya, dalam ranah perlindungan konsumen, terdapat dua komponen penting yang harus diperhatikan, yaitu: 1) Pengamanan hak-hak konsumen sehingga produk yang diterima sesuai dengan apa yang dipromosikan atau dijanjikan; dan 2) Perlindungan terhadap klausula-klausula yang merugikan yang diterapkan terhadap konsumen. Selain itu, ada dua cara utama untuk menyediakan perlindungan hukum bagi konsumen, baik dalam transaksi daring maupun tatap muka: 1) Perlindungan hukum yang ditetapkan melalui peraturan-peraturan hukum yang berlaku secara umum untuk semua jenis transaksi; dan 2) Perlindungan hukum yang muncul dari kesepakatan antara para pihak yang terlibat dalam transaksi tersebut.<sup>8</sup>

Definisi tentang perjanjian dinyatakan secara jelas di dalam Pasal 1313 dari Kitab

---

<sup>7</sup> Gede Nanda Radithya, I Nyoman Putu Budiarta, and Ni Made Puspasutari Ujianti, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Tiruan Pada Transaksi E-Commerce (Studi Kasus Pada Toko Stridwear.Id Bali)," *Jurnal Interpretasi Hukum* 3, no. 2 (2022): 332–338.

<sup>8</sup> K Hidayah and A Witasari, "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Secara Online (E-Commerce)," in *Prosiding Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula* (Semarang: Universitas Islam Sultan Agung, 2022), 275–291, <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kimuh/article/download/20466/6606>.

Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata).<sup>9</sup> Menurut pasal tersebut, perjanjian adalah sebuah tindakan legal yang terjadi ketika satu atau lebih orang berkomitmen atau berjanji kepada orang lain atau kepada beberapa orang lain. Untuk dinyatakan sebagai perjanjian yang valid atau sah menurut KUHPerdata, beberapa kriteria harus dipenuhi, yaitu: harus ada kesepakatan yang disetujui oleh semua pihak yang berpartisipasi (sesuai dengan Pasal 1321 KUHPerdata), setiap pihak yang terlibat harus memiliki kapasitas atau kecakapan hukum untuk membuat perjanjian (sesuai dengan Pasal 1329 KUHPerdata), subjek perjanjian harus spesifik mengenai hal tertentu (sesuai dengan Pasal 1333 KUHPerdata), dan alasan atau tujuan dari perjanjian harus legal atau sah (sesuai dengan Pasal 1337 KUHPerdata). Kriteria tentang adanya kesepakatan mengimplikasikan bahwa semua pihak perlu menyepakati isi perjanjian dan ini harus dicapai tanpa adanya elemen paksaan, penipuan, atau kesalahan yang signifikan.

Kecakapan hukum menandakan bahwa pihak-pihak yang terlibat harus memiliki kapasitas hukum untuk membuat perjanjian, seolah-olah telah mencapai kedewasaan serta tidak lagi dalam pengawasan atau perlindungan. Kesepakatan tentang sesuatu yang spesifik mengharuskan bahwa subjek dari kesepakatan tersebut haruslah eksplisit dan terdefinisi dengan baik. Adanya sebab yang halal menunjukkan bahwa tujuan dari perjanjian tersebut harus sah dan tidak bertentangan dengan hukum, moral, atau ketertiban umum. Dengan memenuhi keempat syarat tersebut, suatu perjanjian dianggap sah dan dapat menimbulkan akibat hukum bagi para pihak yang terlibat.<sup>10</sup>

Dalam peraturan yang disebut Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), tidak terdapat penjelasan mendetail mengenai apa itu perjanjian. Namun, dalam Pasal 1 butir 17 UU ITE, dijelaskan bahwa perjanjian atau kontrak elektronik merupakan sebuah kesepakatan yang dibuat antar para pihak melalui suatu platform berbasis elektronik. Terkait dengan keabsahan kontrak elektronik tersebut, Pasal 18 ayat (1) UU ITE secara eksplisit menyebutkan bahwa transaksi elektronik yang termuat dalam suatu kontrak elektronik dianggap sah dan mengikat semua pihak yang berpartisipasi di dalamnya. Transaksi yang dilaksanakan melalui platform *E-commerce* memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan

---

<sup>9</sup> Alfian Jati Satrio, Rahmi Zubaedah, and Rani Apriani, "Tinjauan Hukum Perdata Tentang Perjanjian Jual Beli Online Pada Marketplace," *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 11, no. 4 (2024): 10–17, <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/article/view/14170/8428>.

<sup>10</sup> Ramadhan Wardhana, "Perlindungan Konsumen Jual Beli Online Masker Di Marketplace Facebook," *Justicia Sains: Jurnal Ilmu Hukum* 5, no. 2 (2020): 336–349.

dengan transaksi tradisional yang memanfaatkan peralatan elektronik.<sup>11</sup> Untuk memberikan gambaran, transaksi konvensional mirip dengan perjanjian tradisional, tetapi ada sedikit perbedaan yang disebabkan oleh penggunaan alat elektronik. Pada transaksi *E-commerce*, proses komunikasi atau negosiasi antara konsumen dan pengusaha dilakukan melalui sarana elektronik, yang menyebabkan perbedaan dalam metode interaksi jika dibandingkan dengan transaksi konvensional.

Sementara itu, dalam konteks transaksi *E-commerce*, sistem ini sengaja dirancang untuk memfasilitasi transaksi jual beli. Setelah pembayaran dilakukan, pelaku usaha akan menjalankan kewajibannya dengan menyerahkan barang atau jasa kepada konsumen. Seluruh aspek yang terlibat dalam kegiatan jual beli produk atau jasa secara online, mulai dari pembuatan perjanjian, pembayaran, hingga pengiriman, dilakukan melalui media elektronik.

Pelaksanaan upaya perlindungan konsumen didukung melalui partisipasi berbagai pihak, termasuk pemerintah, Badan Perlindungan Konsumen Nasional, dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat. Pemerintah memegang peran penting dalam pembinaan dan pengawasan pelaksanaan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, sesuai dengan Pasal 29 ayat (1) dan Pasal 30 ayat (1) dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, yang menetapkan tanggung jawab pemerintah untuk memastikan hak-hak konsumen dan pelaku usaha terpenuhi serta kewajiban mereka dilaksanakan. Badan Perlindungan Konsumen Nasional didirikan untuk memberikan dukungan perlindungan hukum kepada konsumen, dengan peran menyampaikan usulan dan rekomendasi kepada pemerintah mengenai metode-metode untuk memperkuat keamanan konsumen di Indonesia, sesuai dengan Pasal 34 ayat (1) dari Undang-Undang yang sama. Selain itu, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, yang beroperasi secara mandiri dan berorientasi pada masyarakat, bertugas mengutamakan perlindungan konsumen dan menyediakan bantuan hukum. Lembaga ini diakui oleh pemerintah jika memenuhi syarat-syarat tertentu, sebagaimana diatur dalam Pasal 44 ayat (3) dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen.<sup>12</sup>

Dalam pelaksanaan perlindungan konsumen dalam transaksi perdagangan elektronik (*E-commerce*), penting untuk memperhatikan berbagai panduan yang telah ditetapkan, baik dari

---

<sup>11</sup> Arbi Siti Rabiah et al., "Haruskah E-Payment Trust Diterapkan E-Commerce Sebagai Faktor Kepuasan Konsumen?," *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 9, no. 7 (2020): 2724–2743, <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i07.p13>.

<sup>12</sup> Tira Nur fitria, "Bisnis Jual Beli Online(Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 03, no. 01 (2017): 52–53, <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/download/99/87>.

perspektif pelaku usaha, konsumen, maupun produk. Dari perspektif pelaku usaha, perlindungan konsumen dapat diwujudkan melalui transparansi informasi mengenai identitas, alamat lengkap, kontak, jenis usaha, dan kepemilikan izin resmi, yang semuanya memberikan rasa aman dan kepercayaan bagi konsumen. Konsumen, di sisi lain, perlu menyediakan informasi lengkap tentang identitas mereka, namun penting bagi pelaku usaha untuk memastikan keamanan data konsumen agar tidak disalahgunakan. Dari perspektif produk, informasi yang akurat dan tidak menyesatkan sangat krusial, karena membantu konsumen dalam membuat keputusan transaksi yang tepat, menghindari kerugian akibat informasi produk yang tidak sesuai dengan kenyataan. Dalam transaksi jual beli online, beberapa aspek penting yang perlu dipertimbangkan konsumen termasuk kesempatan mengkaji ulang transaksi, meninjau harga dan ongkos kirim, memahami prosedur pengiriman dan asuransi, akses catatan transaksi, kebijakan retur barang, serta garansi penggantian barang atau pengembalian uang jika barang tidak sesuai atau rusak. Keseluruhan panduan ini bertujuan untuk memberikan perlindungan maksimal kepada konsumen dalam ekosistem perdagangan elektronik.<sup>13</sup>

Transaksi pembelian dan penjualan melalui platform *E-commerce* pada dasarnya serupa dengan transaksi yang dilakukan secara tradisional. Dalam proses ini, kedua pihak terlibat, yaitu pembeli dan penjual, bertanggung jawab untuk memenuhi kewajiban dan tanggung jawab mereka sendiri. Namun, terkait dengan aspek perlindungan hukum bagi pembeli dalam transaksi online, hingga kini belum terdapat regulasi spesifik yang mengaturnya secara jelas dan terperinci. Oleh karena itu, perlindungan hukum bagi pembeli dalam kegiatan *E-commerce* masih bergantung pada aturan yang telah ditetapkan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

## **2. Upaya Hukum yang Dapat Dilakukan Konsumen Apabila Terjadi Wanprestasi dalam Transaksi Perdagangan di *E-commerce***

Hingga saat ini, kasus wanprestasi sering terjadi pada pembeli atau konsumen, yang intinya adalah sebuah pelanggaran terhadap hak-hak yang dimiliki oleh konsumen serta memiliki kemungkinan untuk menyebabkan kerugian. Sebagai contoh nyata pertama, terjadi wanprestasi oleh platform *E-commerce* Shopee. Pada Agustus 2020, seorang konsumen

---

<sup>13</sup> Hidayah and Witasari, "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Secara Online (E-Commerce)."

membeli sebuah ponsel melalui platform ini, tetapi barang tersebut tidak tiba hingga September 2020. Konsumen tersebut sempat menanyakan status pengiriman kepada ekspedisi, namun tidak ada pengiriman yang terjadi. Ekspedisi kemudian mengarahkan konsumen untuk mengajukan permintaan pengembalian dana ke Shopee, yang prosesnya berlangsung bertele-tele tanpa kejelasan, akibat kejadian tersebut, konsumen menderita kerugian finansial sebesar Rp 16.000.000,00.

Sebagai contoh lain, pada tanggal 25 Mei 2021, terjadi suatu insiden yang melibatkan pelanggaran kontrak oleh platform *E-commerce*, Tokopedia. Insiden ini berawal ketika seorang pembeli melakukan pembelian sebuah baterai ponsel melalui platform tersebut. Di malam hari yang sama, penjual memberitahukan bahwa baterai yang dimaksud sudah tidak tersedia lagi karena kehabisan stok. Meskipun demikian, Tokopedia masih melanjutkan proses pengiriman paket tersebut. Ketika paket tersebut sampai di tangan pembeli, ia mendapati bahwa paket itu sebenarnya tidak berisi barang apapun. Pembeli tersebut telah mengambil langkah untuk mengirimkan bukti berupa video saat membuka paket tersebut (unboxing) ke Tokopedia sebagai evidensi, hingga saat ini belum ada tanggapan atau solusi yang diberikan terkait permasalahan ini. Kasus-kasus ini menunjukkan bahwa meskipun *E-commerce* mempermudah transaksi jual beli, masalah wanprestasi tetap menjadi ancaman bagi hak-hak konsumen.<sup>14</sup>

Secara umum, konsumen menghadapi sejumlah masalah saat bertransaksi melalui *E-commerce*. Pertama, ada kekhawatiran tentang keamanan data pribadi, di mana konsumen sering kali merasa khawatir informasi sensitif mereka dapat disalahgunakan oleh pihak ketiga. Kedua, masalah kualitas produk sering muncul, di mana barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi atau gambar yang ditampilkan di situs. Ketiga, keterlambatan pengiriman juga menjadi keluhan umum, yang bisa disebabkan oleh berbagai faktor seperti logistik yang kurang efisien atau kendala pengiriman dari luar negeri. Keempat, proses pengembalian barang yang rumit dan memakan waktu membuat konsumen enggan untuk melakukan klaim jika ada ketidakpuasan terhadap produk yang diterima. Terakhir, ketidakjelasan mengenai kebijakan garansi dan layanan purna jual sering membuat konsumen merasa tidak terlindungi setelah pembelian dilakukan.

Tanggung jawab yang diemban oleh pelaku usaha memberikan dasar bagi konsumen

---

<sup>14</sup> Yudha Sri Wulandari, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce," *Ajudikasi : Jurnal Ilmu Hukum* 2, no. 2 (2018): 199–210, <https://core.ac.uk/download/pdf/327233420.pdf>.

untuk melindungi hak-hak mereka apabila terjadi pelanggaran atau wanprestasi dalam perjanjian jual beli, baik secara offline maupun online, sehingga memungkinkan konsumen untuk mengambil langkah hukum guna mencegah sengketa dan menimbulkan efek jera pada penjual yang tidak memiliki itikad baik. Meskipun demikian, dalam kedua kasus tersebut, konsumen tidak mengambil tindakan hukum untuk memulihkan kerugian yang dialami. Masalah wanprestasi ini adalah sesuatu yang tak terhindarkan. Oleh karena itu, apabila terjadi wanprestasi, tindakan hukum perlu diambil. Karena dalam transaksi online, ada banyak keterbatasan informasi yang diperoleh, baik oleh konsumen maupun penjual. Sebelum mengambil tindakan hukum dalam transaksi jual beli online, penting untuk terlebih dahulu melakukan analisis tentang konsekuensi hukum yang dapat timbul akibat wanprestasi dalam transaksi tersebut.

Dalam ranah transaksi *E-commerce*, penerapan prinsip tanggung jawab mutlak berlaku jika terjadi wanprestasi. Situasi yang tidak menguntungkan bagi pembeli mengalihkan seluruh tanggung jawab kepada penjual atau pelaku usaha, yang berkewajiban untuk sepenuhnya bertanggung jawab atas segala aktivitas yang terjadi selama transaksi tersebut. Berdasarkan KUHPerdara, jika prestasi tidak dipenuhi, konsekuensi hukumnya adalah: Pembayaran kompensasi atas kerugian yang dialami oleh kreditur atau pihak yang berhak menerima prestasi (Pasal 1243 KUHPerdara), penghentian perjanjian disertai dengan pembayaran kompensasi (Pasal 1267 KUHPerdara), peralihan risiko sejak saat terjadinya pelanggaran kontrak (Pasal 1237 ayat (2) KUHPerdara), serta pembayaran biaya perkara jika terjadi gugatan di pengadilan (Pasal 181 ayat (1) HIR), semuanya merupakan mekanisme hukum yang mengatur konsekuensi wanprestasi. Namun demikian, isu utama, yaitu langkah hukum yang dapat diambil jika terjadi pelanggaran kontrak dalam transaksi *E-commerce*, referensi terhadap hal ini dapat ditemukan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yang berkaitan dengan Perlindungan Konsumen dan juga dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 yang kemudian diperbaharui dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik.

Tindakan hukum yang bisa diambil apabila terjadi pelanggaran kontrak berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dapat dilakukan mengingat pembeli sebagai konsumen berhak memperoleh perlindungan hukum. Proses hukum yang bisa ditempuh untuk menyelesaikan sengketa sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen mencakup dua jalur:

- a. Litigasi: Pasal 45 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur mengenai penyelesaian sengketa yang dialami oleh konsumen melalui jalur pengadilan. Pasal 45 menyatakan bahwa: a) "Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum"; b) "Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui peradilan atau di luar peradilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa." Kasus wanprestasi yang diselesaikan melalui jalur litigasi atau pengadilan biasanya melibatkan transaksi jual beli langsung yang mempertemukan penjual dan pembeli. Contoh konkret adalah wanprestasi dalam transaksi jual beli tanah, di mana ketidakpatuhan terjadi ketika proses jual beli hak atas tanah yang seharusnya sah di hadapan Pejabat Pembuat Akta Tanah (PPAT) menjadi tidak sah secara hukum karena ketidakhadiran salah satu pihak dalam menandatangani akta. Tindakan tersebut termasuk dalam kategori wanprestasi.
- b. Non-Litigasi: Penyelesaian melalui jalur non-litigasi sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dilakukan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Melalui badan ini, para pihak memiliki kebebasan untuk menyelesaikan sengketa melalui berbagai metode seperti konsiliasi, mediasi, dan arbitrase. Penyelesaian sengketa melalui jalur non-litigasi, atau melalui BPSK, seringkali terkait dengan transaksi jual beli *E-commerce*. Hal ini disebabkan karena BPSK merupakan alternatif bagi konsumen yang mengalami kerugian dalam transaksi jual beli dengan nilai yang relatif kecil. Sebagai konsumen, salah satu hak yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah hak untuk memperoleh advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa yang wajar. Penyelesaian sengketa, seperti wanprestasi, berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat dilakukan melalui BPSK.. BPSK merupakan organisasi yang bertanggung jawab dalam menangani dan menyelesaikan perselisihan antara pelaku usaha dan konsumen. Berdasarkan terminologi, BPSK adalah lembaga ad hoc yang dibentuk serta diatur oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dengan tugas pokok menyelesaikan konflik atau sengketa yang terjadi antara konsumen dan pelaku usaha.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Dyah Ochtorina Susanti, "The Electronic Market (Marketplace) on Electronic Trade (E-Commerce) in Indonesia," *NOTARIIL Jurnal Kenotariatan* 7, no. 1 (2022): 24–31.

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen adalah sebuah lembaga atau institusi non-struktural yang berfungsi utama dalam menyelesaikan masalah konsumen di luar jalur pengadilan. Keberadaan institusi ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, khusus di Pasal 45 ayat (1) bersamaan dengan Pasal 23, yang menyediakan mekanisme penyelesaian masalah konsumen melalui cara-cara non-litigasi. Sesuai dengan aturan yang tertera dalam Pasal 45 ayat (1) dan Pasal 23 dari undang-undang yang sama, tersedia berbagai metode penyelesaian sengketa yang dapat diterapkan. Menurut Pasal 45 ayat (2) UUPK, Penyelesaian sengketa konsumen dapat diimplementasikan melalui metode-metode berikut: 1) Penyelesaian secara damai antara pihak-pihak yang terlibat dalam sengketa tanpa campur tangan pengadilan atau mediator netral; 2) Penyelesaian melalui proses pengadilan; 3) Penyelesaian di luar pengadilan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Badan ini memiliki peran penting dalam memberikan alternatif bagi konsumen untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi tanpa harus melalui proses pengadilan yang panjang dan rumit.

Prosedur penanganan konflik oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) ditetapkan sesuai dengan ketentuan yang terdapat dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) serta Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan (Kepmenperindag) No. 350/MPP/12/2001 mengenai Pelaksanaan Tugas dan Wewenang. Prosedur ini dirumuskan dengan kesederhanaan maksimal dan bertujuan untuk menghindari suasana berlebihan formalitas. Penyelesaian sengketa di BPSK dilaksanakan melalui mekanisme non-litigasi, artinya tidak termasuk dalam ranah proses peradilan formal di pengadilan. Menurut keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 350/MPP/12/2001, baik pelaku usaha maupun konsumen memiliki hak untuk memilih metode penyelesaian sengketa yang mereka inginkan, yaitu melalui konsiliasi, mediasi, atau arbitrase. Jika konsiliasi atau mediasi yang dipilih, ketua Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) akan segera menunjuk majelis sesuai dengan peraturan yang berlaku untuk bertindak sebagai konsiliator atau mediator. Sebaliknya, jika arbitrase dipilih, prosedur ini melibatkan pemilihan arbiter ketiga yang merupakan anggota BPSK dari unsur pemerintah untuk berperan sebagai ketua majelis. Ini memberikan fleksibilitas dan pilihan kepada para pihak untuk menentukan metode penyelesaian sengketa yang paling sesuai dengan

kebutuhan dan situasi masing-masing.<sup>16</sup>

Selain itu, metode konsiliasi kedua adalah melalui mediasi, yaitu proses negosiasi untuk menyelesaikan sengketa atau masalah tersebut melibatkan pihak ketiga yang netral, dikenal sebagai mediator, yang berperan dalam bekerja sama dengan kedua pihak yang bersengketa guna membantu mereka mencapai suatu kesepakatan yang memuaskan bagi kedua belah pihak. Mediator tidak memiliki kewenangan untuk memutuskan sengketa, tetapi hanya membantu memfasilitasi dialog dan mencari solusi yang dapat diterima bersama. Apabila para pihak berhasil mencapai kesepakatan, mereka merancang solusi untuk sengketa tersebut dengan panduan spesifik dari mediator. Solusi ini kemudian dirumuskan dalam sebuah perjanjian tertulis yang ditandatangani oleh kedua belah pihak. Perjanjian tersebut diajukan kepada majelis Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) untuk disahkan dalam bentuk putusan majelis, yang bersifat mengikat bagi kedua belah pihak, memastikan kesepakatan memiliki kekuatan hukum yang kuat. Dalam putusan mediasi ini, tidak ada sanksi administratif yang tercantum, sehingga penyelesaian lebih menekankan pada kesepakatan bersama dan penyelesaian damai tanpa adanya hukuman tambahan.

Tindakan hukum yang dapat ditempuh jika ada pelanggaran perjanjian dalam transaksi online (*E-commerce*) bisa mengacu pada Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 yang dikaitkan dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Regulasi ini memberikan landasan hukum bagi konsumen untuk mendapatkan keadilan. Jika penjual online atau pelaku usaha tidak memenuhi tanggung jawabnya dalam transaksi *E-commerce*, konsumen memiliki hak untuk mengambil langkah hukum. Hal ini diatur dalam pasal 38 dan 39 undang-undang tersebut yang berfokus pada penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha. Sesuai dengan Pasal 38 UU ITE No. 11 Tahun 2008, dinyatakan bahwa "Setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan sistem elektronik atau menggunakan teknologi informasi yang menimbulkan kerugian". Kalimat ini mengimplikasikan bahwa pelanggan yang mengalami kerugian memiliki hak untuk menuntut pihak yang memiliki kewajiban terhadap kerugian yang terjadi sebagai hasil dari penerapan teknologi informasi dalam kegiatan transaksi secara online.

---

<sup>16</sup> Ratna Indayatun and Pangi Suryadi, "Consumer Protection in Buying and Selling Online," in *Proceedings of the 2nd International Conference on Law, Social Science, Economics, and Education, ICLSSEE 2022* (Semarang: EAI, 2022), 1–6.

Menurut Pasal 39 ayat (2) UU ITE, selain penyelesaian melalui jalur perdata, para pihak memiliki pilihan alternatif untuk mengakhiri perselisihan dengan menggunakan arbitrase atau organisasi lain. Namun, apabila negosiasi tidak mencapai kesepakatan, misalnya dalam kasus di mana pelaku usaha menawarkan penyelesaian dengan pengembalian dana setelah barang dikembalikan ke penjual, tetapi pembeli menolak dan menginginkan uang ditransfer terlebih dahulu sebelum barang dikembalikan, maka barang tetap akan dikembalikan ke penjual karena kedua pihak berpegang teguh pada komitmen masing-masing.<sup>17</sup> Oleh karena itu, pihak yang merasa telah dirugikan memiliki hak untuk mengajukan gugatan ke pengadilan, mengingat hal tersebut telah diatur oleh Pasal 38 dari Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang menyebutkan bahwa "setiap orang yang dirugikan dalam penyelenggaraan transaksi elektronik dapat mengajukan gugatan".

Pengajuan tuntutan hukum dalam perkara ini adalah tindakan yang diambil konsumen dalam memanfaatkan hak mereka untuk menuntut kompensasi atas kerugian yang diterima selama transaksi perdagangan elektronik. Ini dilakukan sesuai dengan aturan yang terdapat dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), tindakan ini diambil untuk memastikan hak-hak konsumen terlindungi dan memberikan kompensasi yang adil atas kerugian yang timbul akibat transaksi jual beli daring. Gugatan tersebut dapat diajukan melalui dua metode, yaitu:

- a. Litigasi, sebagaimana ditentukan dalam Pasal 38 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), memberikan peluang kepada pihak yang merasa dirugikan oleh transaksi elektronik untuk mengajukan tuntutan hukum. Dengan diakuinya alat bukti elektronik sebagai bukti sah di pengadilan sesuai dengan Pasal 5 ayat (1), (2), dan (3) UU ITE, konsumen dapat memanfaatkan berbagai bentuk bukti dalam proses litigasi. Bukti-bukti tersebut mencakup: dokumen yang memverifikasi pengiriman dana atau pelunasan, bersama dengan pesan teks atau surat elektronik yang menampilkan persetujuan atas transaksi pembelian, serta data yang mencakup identitas lengkap, lokasi tinggal, kontak telepon, serta detail akun bank dari penjual, merupakan elemen penting dalam memastikan keabsahan sebuah transaksi.
- b. Non-Litigasi, sebagaimana diatur dalam Pasal 39 ayat (2) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), menetapkan bahwa para pihak yang bersengketa dapat

---

<sup>17</sup> Fenny Bintarawati, "Juridical Analysis of Consumer Protection Against Fraud in The Marketplace," *Walisongo Law Review (Walrev)* 4, no. 1 (2022): 49–67.

menyelesaikan perselisihan melalui arbitrase atau lembaga lain yang bukan merupakan jalur gugatan perdata. Penyelesaian sengketa ini dapat dilakukan berdasarkan ketentuan dalam undang-undang perlindungan konsumen serta undang-undang informasi dan transaksi elektronik. Pelaksanaan mekanisme ini diserahkan kepada para pihak yang mengalami wanprestasi dalam transaksi jual beli daring. Ketentuan ini tidak hanya merujuk pada UU ITE, tetapi juga Undang-Undang Perlindungan Konsumen, karena pembeli dalam konteks ini adalah konsumen yang memiliki hak atas perlindungan hukum. Selain itu, bentuk wanprestasi dalam transaksi jual beli daring serupa dengan wanprestasi dalam transaksi jual beli konvensional, dengan perbedaan utama terletak pada media transaksinya, yaitu melalui platform daring.<sup>18</sup>

Pengajuan tuntutan hukum dalam konteks ini merupakan langkah yang diambil oleh konsumen untuk menuntut kompensasi atas kerugian yang dialami dalam transaksi perdagangan elektronik, sesuai dengan ketentuan dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Langkah ini bertujuan untuk melindungi hak-hak konsumen dan memastikan adanya kompensasi yang adil atas kerugian yang terjadi. Proses pengajuan tuntutan dapat dilakukan melalui dua metode utama: litigasi dan non-litigasi. Litigasi, sebagaimana diatur dalam Pasal 38 UU ITE, memungkinkan konsumen yang dirugikan untuk mengajukan tuntutan hukum dengan menggunakan alat bukti elektronik yang sah di pengadilan. Bukti ini termasuk dokumen pengiriman dana, pesan teks atau email persetujuan transaksi, serta data identitas dan kontak penjual. Sementara itu, metode non-litigasi, yang diatur dalam Pasal 39 ayat (2) UU ITE, menawarkan penyelesaian sengketa melalui arbitrase atau lembaga non-peradilan lainnya, berdasarkan ketentuan UU Perlindungan Konsumen dan UU ITE. Mekanisme ini memberikan fleksibilitas kepada pihak yang bersengketa dalam penyelesaian masalah, mirip dengan penyelesaian wanprestasi dalam transaksi konvensional, dengan perbedaan utama terletak pada media transaksi yang dilakukan secara daring.

### **C. KESIMPULAN**

Beragam aspek termasuk dalam perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen ketika melakukan transaksi jual beli secara online, termasuk jaminan terhadap kualitas dan

---

<sup>18</sup> Rizki Yudha Brammantyo and Irham Rahman, "Legal Protection of E-Commerce Consumers in Online Transactions in Indonesia," *American Journal of Social Sciences and Humanities* 4, no. 2 (2019): 358–368.

kesesuaian barang atau jasa yang dibeli. Perlindungan ini dimulai dari tahap perolehan produk hingga pengawasan atas dampak penggunaan produk atau jasa tersebut, memastikan bahwa hak-hak konsumen terjaga sepanjang proses transaksi dan penggunaan, memastikan barang atau jasa sesuai dengan yang dijanjikan, bebas dari cacat, dan aman digunakan, termasuk jaminan penggantian atau perbaikan jika ada masalah. Perlindungan hukum yang disebutkan berlaku juga dalam aktivitas *E-commerce*, di mana diperlukan aturan yang ketat untuk memastikan keamanan dan kepercayaan para konsumen saat melakukan transaksi secara online. Untuk melindungi konsumen, tindakan yang dilakukan mencakup penetapan kewajiban kepada para pelaku usaha. Mereka wajib menyediakan informasi yang akurat dan jelas serta harus bertanggung jawab atas segala kerugian yang mungkin dialami oleh konsumen. Pelaksanaan perlindungan konsumen melibatkan berbagai pihak, termasuk pemerintah sebagai regulator, lembaga perlindungan konsumen, dan organisasi non-pemerintah di bidang advokasi konsumen. Jika terjadi pelanggaran dalam transaksi jual beli online, konsumen memiliki hak untuk menempuh jalur hukum sesuai dengan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan UU No. 11 Tahun 2008 yang telah diubah dengan UU No. 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Langkah hukum pertama yang dapat diambil adalah merujuk pada UU No. 8 Tahun 1999, karena pembeli berstatus sebagai konsumen yang mendapatkan perlindungan hukum. Penyelesaian sengketa menurut UU Perlindungan Konsumen dapat dilakukan melalui proses litigasi di pengadilan atau non-litigasi melalui mediasi, arbitrase, atau mekanisme penyelesaian perselisihan alternatif yang disetujui oleh kedua pihak, memberi keluwesan bagi konsumen untuk mendapatkan keadilan dan ganti rugi yang pantas.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Bintarawati, Fenny. "Juridical Analysis of Consumer Protection Against Fraud in The Marketplace." *Walisongo Law Review (Walrev)* 4, no. 1 (2022): 49–67.
- Brammantyo, Rizki Yudha, and Irham Rahman. "Legal Protection of E-Commerce Consumers in Online Transactions in Indonesia." *American Journal of Social Sciences and Humanities* 4, no. 2 (2019): 358–368.
- Fitriah, Fitriah. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Sosial." *Solusi* 18, no. 3 (2020): 371–382. <https://doi.org/10.36546/solusi.v18i3.305>.
- Hidayah, K, and A Witasari. "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Secara Online (E-Commerce)." In *Prosiding Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula*, 275–291. Semarang: Universitas Islam Sultan Agung, 2022. <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kimuh/article/download/20466/6606>.
- Indayatun, Ratna, and Pangi Suryadi. "Consumer Protection in Buying and Selling Online." In *Proceedings of the 2nd International Conference on Law, Social Science, Economics, and*

- Education, ICLSSEE 2022*, 1–6. Semarang: EAI, 2022.
- Khotimah, Cindy Aulia, and Jeumpa Crisan Chairunnisa. “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli-Online (E-Commerce).” *Business Law Review* 1, no. 1 (2015): 14–20. <https://law.uui.ac.id/wp-content/uploads/2016/12/blc-fhuui-v-01-02-cindy-aulia-khotimah-jeumpa-crisan-chairunnisa-perlindungan-hukum-bagi-konsumen-dalam-transaksi-jual-beli-online-e-commerce.pdf>.
- Naimah, and Soesilo. “Perlindungan Konsumen Marketplace Dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.” *Journal of Economics and Business Law Review* 1, no. 1 (2021): 22–31. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JEBLR/article/view/24213>.
- Narayana, Anak Agung Hari, and Dewa Gde Rudy. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online Melalui Media Facebook.” *Jurnal Kertha Negara* 9, no. 2 (2021): 83–91. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthanegara/article/view/70052>.
- Nur fitria, Tira. “Bisnis Jual Beli Online(Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 03, no. 01 (2017): 52–53. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/download/99/87>.
- Rabiah, Arbi Siti, Mochammad Fahlevi, Nendi Juhandi, and Pawit Winarto. “Haruskah E-Payment Trust Diterapkan E-Commerce Sebagai Faktor Kepuasan Konsumen?” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 9, no. 7 (2020): 2724–2743. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i07.p13>.
- Radithya, Gede Nanda, I Nyoman Putu Budiarta, and Ni Made Puspasutari Ujianti. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Tiruan Pada Transaksi E-Commerce (Studi Kasus Pada Toko Stridwear.Id Bali).” *Jurnal Interpretasi Hukum* 3, no. 2 (2022): 332–338.
- Satrio, Alfian Jati, Rahmi Zubaedah, and Rani Apriani. “Tinjauan Hukum Perdata Tentang Perjanjian Jual Beli Online Pada Marketplace.” *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 11, no. 4 (2024): 10–17. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/article/view/14170/8428>.
- Shaik, Dilshad, and Ms.V. Poojasree. “Consumer Protection in E-Commerce: A Legal and Compliance Framework in the Digital Market.” In *Proceedings of the 1st International Conference on Law and Human Rights 2020 (ICLHR 2020)*, 18–23. Banda Aceh: Atlantis Press, 2020. <https://www.atlantis-press.com/proceedings/iclhr-20/125956181>.
- Susanti, Dyah Ochtorina. “The Electronic Market (Marketplace) on Electronic Trade (E-Commerce) in Indonesia.” *NOTARIIL Jurnal Kenotariatan* 7, no. 1 (2022): 24–31.
- Wardhana, Ramadhan. “Perlindungan Konsumen Jual Beli Online Masker Di Marketplace Facebook.” *Justicia Sains: Jurnal Ilmu Hukum* 5, no. 2 (2020): 336–349.
- Wulandari, Yudha Sri. “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce.” *Ajudikasi: Jurnal Ilmu Hukum* 2, no. 2 (2018): 199–210. <https://core.ac.uk/download/pdf/327233420.pdf>.