



Perlindungan Hak Konsumen E-Commerce Dalam Kasus Wanprestasi: Barang Tidak Sesuai Deskripsi Produk

Fanny Cathelia Erianto¹, Affan Adyuanas², Zevanya Praja Syaharani³,
Dian Mulyana⁴, Sabrina Riyadh Thalib⁵

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

Abstract

Received: 05 November 2025

Revised: 17 November 2025

Accepted: 28 November 2025

Perkembangan e-commerce di Indonesia memudahkan transaksi, namun menimbulkan masalah perlindungan konsumen, terutama terkait ketidaksesuaian produk dengan deskripsi. Meskipun UUPK mengatur hak konsumen, pelaksanaannya masih lemah, sehingga banyak konsumen kesulitan mendapatkan ganti rugi atas kerugian akibat produk yang tidak sesuai. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan yuridis normatif yang berfokus pada telaah terhadap peraturan perundang-undangan, doktrin hukum, serta putusan pengadilan yang relevan dalam konteks perlindungan konsumen pada transaksi e-commerce dalam hal terjadinya wanprestasi. Fokus utamanya adalah pada kajian norma hukum yang berlaku sebagai pedoman perilaku, sesuai dengan pemahaman dari Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji. Perdagangan e-commerce mempermudah transaksi, namun menimbulkan risiko wanprestasi seperti barang tidak sesuai deskripsi. Perlindungan konsumen diatur dalam UUPK dan UU ITE, namun implementasinya masih lemah. Tanggung jawab hukum ada pada pelaku usaha dan platform. Untuk melindungi konsumen dalam ekosistem e-commerce, diperlukan sistem pengawasan yang optimal, edukasi hukum yang memadai, serta penyelesaian sengketa yang efisien. Landasan hukum perlindungan tersebut tercantum dalam UUPK dan UU ITE, namun implementasinya masih lemah. Diperlukan peningkatan literasi hukum, penguatan pengawasan platform, optimalisasi peran BPSK, serta penegakan hukum terhadap wanprestasi dan klausula baku untuk menciptakan transaksi digital yang adil dan aman.

Keywords: *Perlindungan Konsumen, Wanprestasi, Perdagangan Elektronik*

(*) Corresponding Author:

2210611293@mahasiswa.upnvj.ac.id¹,

2210611145@mahasiswa.upnvj.ac.id²,

2210611157@mahasiswa.upnvj.ac.id³,

2210611299@mahasiswa.upnvj.ac.id⁴,

2210611282@mahasiswa.upnvj.ac.id⁵.

How to Cite: Erianto, F., Adyuanas, A., Syaharani, Z., Mulyana, D., & Thalib, S. (2025). Perlindungan Hak Konsumen E-Commerce Dalam Kasus Wanprestasi: Barang Tidak Sesuai Deskripsi Produk. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(12.A), 275-283. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/12219>.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah menciptakan revolusi besar dalam dunia perdagangan, khususnya melalui platform e-commerce. Beberapa tahun terakhir Perdagangan daring atau e-commerce, yang menghubungkan pembeli dan penjual melalui internet, telah berkembang dengan pesat. Di Indonesia, e-commerce menjadi pilihan utama bagi banyak masyarakat untuk melakukan transaksi jual beli karena menawarkan berbagai keuntungan, seperti kemudahan

akses, harga yang lebih bersaing, dan variasi produk yang sangat beragam. Platform perdagangan online besar seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, dan Tiktok Shop telah menjadi alat penting untuk transaksi sehari-hari di lingkungan masyarakat Indonesia.

Namun, dengan pesatnya pertumbuhan e-commerce, muncul pula tantangan besar dalam hal perlindungan konsumen, khususnya yang berkaitan dengan kesesuaian produk yang diterima konsumen dengan deskripsi yang dipromosikan. Sebagai ilustrasi, ada banyak situasi di mana barang yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan deskripsi produk yang diberikan oleh penjual, baik melalui video iklan, foto, maupun siaran langsung. Hal ini seringkali menimbulkan ketidakpuasan konsumen dan merugikan pihak pembeli.

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) mengatur berbagai hak konsumen dalam transaksi perdagangan, salah satunya adalah hak untuk mendapatkan informasi yang benar, transparan, dan dapat dipercaya terkait barang yang dibelinya. Namun, dalam prakteknya, perlindungan hukum terhadap konsumen sering kali masih tidak mencukupi, terutama terkait dengan transaksi e-commerce. Ketidaksesuaian barang dengan deskripsi produk yang ada di platform e-commerce dapat menimbulkan masalah hukum baik bagi konsumen maupun pelaku usaha. Dalam situasi ini, secara yuridis, pelaku usaha memiliki kewajiban untuk menyampaikan informasi yang akurat dan terbuka mengenai kondisi barang yang ditawarkan kepada konsumen, namun sering kali kewajiban ini diabaikan, yang menyebabkan ketidakadilan bagi konsumen.

Meskipun telah ada regulasi mengenai perlindungan konsumen, tidak sedikit konsumen yang kesulitan untuk memperoleh ganti rugi atau penyelesaian sengketa atas barang yang tidak sesuai. Hal ini terutama disebabkan oleh adanya kesenjangan antara ekspektasi konsumen terhadap produk yang dibeli dan kenyataan yang diterima setelah transaksi dilakukan.

RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen e-commerce dalam kasus wanprestasi berupa barang yang tidak sesuai dengan deskripsi produk?
2. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha e-commerce terhadap konsumen dalam kasus barang yang tidak sesuai dengan deskripsi produk?

METODE PENELITIAN

Penelitian hukum normatif merupakan pendekatan yang diadopsi dalam studi ini. Metode ini, yang sering disebut juga sebagai penelitian hukum doktrinal, biasanya melihat hukum sebagai ketentuan-ketentuan tertulis dalam undang-undang (*Law in Books*). Selain itu, hukum dipahami sebagai sekumpulan aturan atau norma yang berfungsi sebagai panduan perilaku manusia yang dianggap pantas dan sejalan dengan ketentuan yang ada. Pendekatan ini digunakan untuk menganalisa berbagai peraturan dan undang-undang yang relevan serta keputusan pengadilan berkenaan dengan perlindungan hak konsumen dalam e-commerce, terutama dalam kasus wanprestasi yang berhubungan dengan barang yang tidak serupa dengan apa yang ada pada deskripsi. Berdasarkan pandangan Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, pendekatan hukum normatif merupakan bentuk penelitian yang dilakukan melalui analisis terhadap sumber-sumber hukum yang

memiliki sifat normatif, seperti undang-undang, doktrin hukum, dan keputusan pengadilan. Dengan demikian, penelitian ini terfokus pada kajian terkait norma hukum yang berlaku.

LITERATURE REVIEW

Beberapa studi literatur yang menjadi dasar pentingnya perlindungan hak konsumen dalam e-commerce menguraikan kasus wanprestasi terkait barang yang tidak sesuai deskripsi. Salah satunya ditulis oleh Rahadian Irhamil Haqqi Al Irsyad dan Anang Dony Irawan pada tahun 2022 yang membahas tentang perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi online terkait barang yang tidak sesuai. Dalam kajian itu, ditemukan bahwa langkah hukum bisa dilakukan melalui proses litigasi dengan mengajukan gugatan ke Pengadilan Negeri. Di sisi lain, perlindungan hukum secara non-litigasi dapat dilakukan oleh lembaga berwenang untuk menyelesaikan sengketa, seperti lembaga penyelesaian sengketa konsumen. Para pelaku usaha di Indonesia mempunyai tanggung jawab untuk mengganti kerugian yang dialami oleh konsumen yang terdampak. Tindakan ini sangat penting untuk menjamin perlindungan bagi konsumen dan memastikan adanya regulasi yang jelas demi memenuhi harapan konsumen. Agar transaksi daring tidak dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab, diperlukan upaya perlindungan hukum terhadap konsumen yang melakukan pembelian secara elektronik. Salah satu dasar hukum yang mengatur hal ini adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Regulasi tersebut memberikan perlindungan serta kepastian hukum bagi konsumen dalam menjalankan transaksi online, sehingga dapat dijadikan landasan untuk menuntut hak ketika mengalami kerugian akibat tindakan pelaku usaha. Hal ini sejalan dengan pemaparan Imelda Martinelli dan kolega (2023), yang menyoroti tanggung jawab hukum pelaku usaha terhadap kesesuaian produk yang dipasarkan melalui video promosi di platform TikTok dalam konteks transaksi e-commerce di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen E-commerce Dalam Kasus Wanprestasi Berupa Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Deskripsi Produk

Kemajuan teknologi informasi telah memberikan dampak signifikan terhadap perubahan cara masyarakat melakukan transaksi, salah satunya melalui e-commerce atau perdagangan elektronik. Model transaksi ini memberikan kenyamanan dan efektivitas dalam proses jual beli, tetapi juga menyimpan kemungkinan masalah hukum yang rumit, terutama bagi pembeli. Salah satu isu yang sering muncul adalah wanprestasi berupa pengiriman barang yang berbeda dari informasi yang tercantum. Berdasarkan ketentuan hukum perdata di Indonesia, wanprestasi terjadi apabila salah satu pihak tidak melaksanakan prestasi sesuai perjanjian yang berlaku. Dalam kegiatan e-commerce, pengusaha atau penjual kerap mengirimkan produk yang tidak sesuai dengan spesifikasi, deskripsi, gambar, maupun informasi yang tercantum pada laman situs. Situasi seperti ini tentu merugikan konsumen dan menuntut adanya perlindungan hukum yang efektif.

Jaminan perlindungan hukum bagi konsumen dalam konteks ini dapat ditemukan dalam berbagai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia, salah satunya melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang

Perlindungan Konsumen (UUPK) yang menjadi landasan hukum utama yang mengatur mengenai hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha. Pasal 4 UUPK menyatakan bahwa konsumen berhak mendapatkan kenyamanan, keamanan, dan keselamatan saat menggunakan barang dan/atau jasa, serta berhak atas informasi yang tepat, jelas, dan jujur terkait kondisi dan jaminan barang. Di samping itu, Pasal 8 ayat (1) huruf f UUPK melarang pelaku usaha untuk memproduksi dan/atau menjual barang yang tidak sesuai dengan deskripsi atau spesifikasi yang ditawarkan. Jika pelaku usaha melanggar ketentuan ini, maka konsumen memiliki hak untuk mendapatkan kompensasi sebagaimana telah diatur dalam Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Model kompensasi ini dapat berupa uang yang dikembalikan, barang yang diganti, atau bentuk lain yang telah disetujui. Jika pelaku usaha gagal memenuhi kewajiban tersebut, mereka dapat dihadapkan pada sanksi administratif atau bahkan hukuman pidana sesuai ketentuan dalam Pasal 62 UUPK.

Di samping Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), jaminan hukum bagi konsumen dalam kegiatan e-commerce juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), yang kemudian diperbaharui melalui Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016. Regulasi ini mengakui legalitas transaksi digital dan menegaskan bahwa perjanjian elektronik memiliki kekuatan hukum yang setara dengan kontrak tertulis. Dalam Pasal 28 ayat (1) UU ITE, Penyampaian informasi elektronik yang tidak benar dan merugikan konsumen dalam transaksi digital dilarang oleh hukum. Ketentuan ini memberikan dasar yuridis untuk menuntut pelaku usaha yang dengan sengaja menyajikan keterangan produk yang menipu. Oleh karena itu, jika suatu barang tidak sesuai dengan deskripsi yang diberikan, konsumen dapat menempuh jalur hukum menggunakan UU ITE sebagai landasan untuk melaporkan, terutama dalam kasus jika pelaku usaha melakukan penipuan dengan sengaja dan terus-menerus.

Konflik antara konsumen dan pelaku usaha dapat diselesaikan dengan dua pendekatan, yaitu melalui proses hukum formal atau melalui penyelesaian non-litigasi. Jalur non-litigasi (diluar hukum) biasanya difasilitasi oleh platform e-commerce itu sendiri melalui fitur *komplain*, pengembalian dana (*refund*), atau penggantian barang (*return*). Mekanisme ini tergolong cepat dan praktis karena tidak memerlukan proses pengadilan. Namun, jika kesepakatan antara konsumen dan pebisnis tidak dapat dicapai, maka proses hukum menjadi pilihan lain. Konsumen bisa mengajukan gugatan di Pengadilan Negeri berdasarkan ketentuan Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) yang berkaitan dengan tindakan melawan hukum, atau melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sesuai dengan Pasal 52–58 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK). BPSK sebagai badan yang mirip lembaga pengadilan mempunyai hak untuk menyelesaikan masalah antara konsumen dengan cara mediasi, arbitrase, atau adjudikasi, yang biasanya berjalan lebih cepat dan biaya yang dikeluarkan lebih rendah dibandingkan dengan pengadilan resmi.

Tanggung jawab dalam hal wanprestasi e-commerce tidak hanya dipegang oleh penjual yang menjalankan usaha, tetapi juga melibatkan pihak penyedia platform atau marketplace. Ditegaskan bahwa penyedia platform bertanggung jawab secara moral dan administratif untuk menjamin keamanan transaksi, memberikan layanan pengaduan yang efektif, serta menjatuhkan sanksi kepada

penjual yang melakukan pelanggaran. Platform seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan lainnya telah menyediakan fitur pelaporan, penyelesaian sengketa, serta kebijakan perlindungan pembeli yang dapat dijadikan sarana alternatif untuk menyelesaikan masalah. Meski demikian, masih banyak ditemukan kasus di mana pelaku usaha mengelak dari tanggung jawab melalui penggunaan klausula standar yang merugikan pihak konsumen. Hal ini telah diatur dalam Pasal 18 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), dimana ketentuan standar yang menghilangkan tanggung jawab pelaku usaha untuk kerusakan atau ketidakcocokan produk dianggap tidak sah secara hukum.

Meskipun secara normatif peraturan perundang-undangan di Indonesia telah cukup memadai dalam memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen, namun implementasinya masih menghadapi berbagai kendala. Tingkat pemahaman konsumen mengenai hak-hak mereka masih minim, dan lembaga penyelesaian sengketa seringkali kekurangan kemampuan atau otoritas yang diperlukan untuk mengambil tindakan terhadap pelaku usaha, terutama dalam lingkungan digital yang melibatkan berbagai yurisdiksi. Sebagai akibatnya, perlu adanya peningkatan pemahaman hukum di kalangan masyarakat, penguatan aturan yang melindungi konsumen digital, serta kerja sama antara pemerintah, pelaku bisnis, dan platform e-commerce untuk menciptakan ekosistem transaksi yang aman dan adil. Dengan demikian, pemberian perlindungan hukum bagi konsumen atas terjadinya wanprestasi akibat ketidaksesuaian produk dengan deskripsi dapat diwujudkan secara optimal, serta bisa memberikan kepastian dan rasa adil bagi semua pihak yang terlibat dalam transaksi daring.

Tanggung Jawab Pelaku Usaha E-Commerce Terhadap Konsumen Dalam Kasus Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Deskripsi Produk

Perkembangan teknologi digital tentu telah membawa kemajuan yang pesat pada sektor e-commerce di Indonesia. E-commerce adalah serangkaian proses bisnis yang aktif, aplikasi, dan aspek ekonomi yang mengaitkan perusahaan dengan konsumen serta kelompok tertentu melalui transaksi online dan perdagangan barang. Ini memberikan layanan terkait produk dan jasa serta mencakup informasi di internet.¹ Bisa disimpulkan bahwa e-commerce merupakan media yang menghubungkan penjual dan pembeli lewat jaringan internet untuk melakukan kegiatan transaksi. Melalui platform ini, penjual/pelaku usaha mampu menjangkau pembeli/konsumen secara lebih luas tanpa terhalang oleh batasan geografis, sedangkan konsumen mendapatkan kemudahan dalam mengakses beragam produk dan layanan hanya dengan menggunakan perangkat digital.

Lebih lanjut mengenai e-commerce, pola transaksi perdagangannya kini dapat diakses secara digital. Contohnya meliputi transaksi dana secara elektronik, pertukaran informasi digital, serta pengumpulan data secara otomatis. Belanja melalui platform e-commerce kini menjadi pilihan yang utama bagi banyak kalangan masyarakat. Hal ini dikarenakan belanja online dianggap praktis, efisien, dan menawarkan berbagai variasi produk dengan harga yang lebih terjangkau. Kemampuan untuk mengakses toko dari berbagai wilayah, melalui perangkat digital telah membentuk ekosistem baru dalam bidang perdagangan. Sejumlah

¹ Budi Agus Ruswandi, *Hukum dan Internet di Indonesia*, (Yogyakarta: UII Press 2003), hlm. 129.

platform e-commerce terkemuka yang beroperasi saat ini, mencakup Tokopedia, Shopee, TikTok Shop, dan lain sebagainya.

Berbagai platform tersebut menawarkan aneka produk, mulai dari barang kebutuhan harian hingga perangkat teknologi seperti elektronik, gawai, dan juga produk-produk kecantikan. Selain platform marketplace tersebut, juga terdapat pelaku usaha e-commerce berbasis toko daring mandiri, seperti brand-brand lokal yang menjual langsung melalui situs resmi mereka. Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Perdagangan dan Kementerian Kominfo juga mendorong regulasi dan pengawasan terhadap e-commerce untuk memastikan perlindungan konsumen dan keadilan dalam transaksi digital. Potensi e-commerce tersebut tentu tidak dapat diremehkan seiring perkembangan waktu.

Di dalam negeri, regulasi yang mengatur hal tersebut khususnya dalam kegiatan perdagangan seperti ini tertuang dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Walaupun perlindungan konsumen memiliki regulasi tersendiri, masih terdapat berbagai tantangan yang belum dapat dicakup oleh regulasi. Dalam konteks tanggung jawab hukum, pelaku usaha wajib secara hukum memberikan informasi yang jelas, jujur, dan terbuka soal kondisi serta jaminan barang atau jasa yang mereka jual, sesuai dengan ketentuan dalam Pasal 7 huruf b Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK). Terkadang produk barang yang terdapat di dalam platform e-commerce seringkali menggiurkan untuk dibeli oleh konsumen, namun pada saat barang tersebut sampai ternyata tidak sesuai dengan deskripsi awal yang dipromosikan.

Sayangnya, dalam banyak kasus, ekspektasi tersebut tidak terpenuhi. Keluhan yang kerap disampaikan oleh konsumen adalah ketidaksesuaian antara kualitas produk yang ditampilkan dalam foto dalam etalase promosi maupun *live streaming* dengan barang yang sebenarnya diterima. Selain itu, terdapat juga kasus di mana produk yang dikirim tidak sesuai dengan deskripsi pesanan, serta berbagai bentuk ketidaksesuaian lainnya.² Ketidakcocokan itu menunjukkan adanya masalah dalam transparansi informasi yang disampaikan oleh pelaku usaha dapat berpotensi langsung merugikan atau melanggar hak-hak konsumen yang telah dilindungi oleh UUPK. Setiap transaksi jual beli tentunya memiliki konsekuensi hukum yang harus dipatuhi oleh kedua pihak, baik penjual yang berperan sebagai pelaku usaha maupun pembeli yang berperan sebagai konsumen. Keduanya memiliki hak dan kewajiban yang saling mengikat, sehingga apabila terjadi pelanggaran atau ketidaksesuaian dalam transaksi, maka bisa menimbulkan tanggung jawab hukum.

Dalam transaksi lewat e-commerce, kontrak dianggap terbentuk ketika konsumen melihat, menerima penawaran, dan memutuskan untuk membeli produk yang dipilih di platform tersebut. Dengan begitu, tercipta kesepakatan yang bersifat mengikat antara penjual dan pembeli.³ Dalam hal ini, tanggung jawab hukum seharusnya bisa dibebankan kepada penjual sebagai pihak yang memberikan deskripsi barang, dan dalam beberapa kasus, juga kepada penyelenggara platform yang lalai melakukan pengawasan terhadap produk yang dipasarkan di situs

² (Tik Tok, Menghindari serangan pesan penipuan di TikTok, 2023).

³ Martinelli Imelda, dkk. (2023). Tanggung Jawab Hukum Atas Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Terhadap Kesesuaian Pembelian Produk Pada Vidio Promosi Platform Tiktok Di Indonesia. *Unes Law Review*. Vol. 5, Issue 4.

mereka. Meski platform biasanya mencantumkan klausul pembatasan tanggung jawab, hal tersebut tidak secara otomatis menghapuskan kewajiban hukum mereka jika terbukti terjadi kelalaian dalam memberikan serta menjamin perlindungan bagi konsumen.

Konsumen yang mengalami kerugian karena menerima produk yang tidak sesuai berhak untuk mengajukan keluhan atau laporan, baik secara langsung kepada pelaku usaha, kepada Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), maupun melalui mekanisme penyelesaian sengketa, seperti mediasi, arbitrase, atau pengadilan. Hal ini tergantung kepada kebutuhan hukum serta kerugian yang dapat dihitung akibat suatu wanprestasi dalam kasus barang yang tidak sesuai dengan deskripsi produk tersebut. Ditekankan pada kasus seperti ini bahwa transparansi, akuntabilitas, serta mekanisme pengembalian barang yang mudah menjadi kunci kepercayaan dalam sistem perdagangan digital.

Keadilan dalam ekosistem e-commerce mencerminkan pemenuhan hak dan tanggung jawab kedua belah pihak yakni baik dari konsumen maupun pelaku usaha yang mengacu berdasarkan kesepakatan yang telah dibuat, baik secara tertulis dalam bentuk kontrak maupun secara tersirat melalui norma-norma yang berlaku umum.⁴ Karena itu, seharusnya pelaku usaha bertanggung jawab dengan memberikan hak konsumen untuk mendapat ganti rugi, misalnya pengembalian uang, tukar barang, atau bentuk kompensasi lain, sesuai aturan yang ada dalam UUPK. Untuk membangun ekosistem perdagangan digital yang adil dan dapat dipercaya, dibutuhkan kepatuhan hukum dari pelaku usaha, pengawasan yang optimal dari pihak berwenang, serta pemberdayaan konsumen agar berani memperjuangkan haknya secara proporsional dan sesuai dengan ketentuan hukum. Melalui penerapan langkah-langkah tersebut, Indonesia dapat mewujudkan kepastian hukum dalam transaksi e-commerce, sekaligus memberikan perlindungan yang seimbang bagi konsumen dan pelaku usaha.⁵

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan uraian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa ketentuan mengenai perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce, terutama terkait wanprestasi akibat barang yang tidak sesuai dengan deskripsi, telah diatur secara tegas dalam berbagai peraturan, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Konsumen berhak menerima produk yang sesuai dengan informasi yang ditawarkan, sementara pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memberikan keterangan yang benar serta bertanggung jawab atas setiap ketidaksesuaian yang terjadi. Instrumen hukum seperti ganti rugi, pengembalian dana, dan penyelesaian sengketa melalui BPSK atau pengadilan menjadi bentuk perlindungan hukum konkret. Namun, implementasi regulasi ini masih menghadapi tantangan serius, seperti rendahnya kesadaran konsumen dan keterbatasan penegakan hukum dalam ranah digital yang bersifat lintas yurisdiksi.

⁴ Muhammad Syukri Albani Nasution, *Hukum dalam Pendekatan Filsafat*, Ctk. Kedua, (Kencana, Jakarta, 2017). hlm. 217-218

⁵ Jan Michiel Otto dalam Shidarta, *Moralitas Profesi Hukum Suatu Tawaran Kerangka Berfikir*, (Bandung: Revika Aditama, 2006). Hlm 85.

Selanjutnya, tanggung jawab hukum pelaku usaha e-commerce mencakup kewajiban untuk memastikan transparansi informasi produk, memberikan perlindungan terhadap hak konsumen, serta menyediakan mekanisme pengaduan yang efektif. Selain penjual, platform e-commerce juga memiliki peran penting dalam menjamin keamanan dan keadilan transaksi dengan melakukan pengawasan dan menerapkan sanksi terhadap pelanggaran. Keberadaan klausula baku yang merugikan konsumen harus dihapuskan demi terciptanya sistem perdagangan digital yang adil. Oleh karena itu, kolaborasi antara pelaku usaha, penyelenggara platform, dan otoritas pengawas diperlukan untuk membangun ekosistem e-commerce yang terpercaya, transparan, dan akuntabel di Indonesia.

Saran

1. Peningkatan Literasi Hukum Konsumen Digital. Pemerintah, akademisi, dan pelaku industri perlu mendorong program edukasi hukum yang terarah untuk meningkatkan literasi masyarakat, khususnya terkait hak-hak konsumen dalam transaksi e-commerce. Sosialisasi mengenai mekanisme penyelesaian sengketa, hak atas informasi yang jujur, serta langkah hukum yang dapat ditempuh ketika terjadi wanprestasi harus dilakukan secara masif melalui media digital, sekolah, kampus, hingga komunitas konsumen.
2. Penguatan Regulasi dan Pengawasan terhadap Platform E-Commerce. Pemerintah melalui Kementerian Perdagangan dan Kominfo perlu memperkuat regulasi teknis yang mewajibkan platform e-commerce memiliki sistem verifikasi dan pengawasan yang ketat terhadap deskripsi dan kualitas produk yang dipasarkan. Selain itu, perlu ada sanksi administratif yang tegas bagi platform yang tidak menindak pelaku usaha nakal, serta pengawasan berkala untuk memastikan bahwa fitur komplain, refund, dan return dijalankan secara adil dan efektif.
3. Optimalisasi Peran BPSK dan Kolaborasi Multi-Pihak. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) perlu diperkuat secara kelembagaan dan diberikan kewenangan lebih luas untuk menyelesaikan sengketa digital secara cepat dan efisien. Di sisi lain, kolaborasi antara pemerintah, penyelenggara platform, pelaku usaha, dan lembaga swadaya masyarakat (LSM) harus dibangun secara strategis untuk menciptakan sistem perlindungan konsumen yang responsif terhadap dinamika e-commerce.
4. Penegakan Hukum Terhadap Wanprestasi dan Klausula Baku Merugikan. Penegak hukum harus lebih tegas dalam menindak pelaku usaha yang melanggar ketentuan Pasal 8 dan Pasal 18 UUPK, terutama terkait informasi menyesatkan dan klausula baku yang merugikan konsumen. Perlu dibuat mekanisme pemantauan daring secara terpadu yang memungkinkan laporan konsumen langsung terhubung dengan lembaga pengawas, serta membuka jalur pengaduan online yang mudah diakses oleh masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Susanti, D. O., SH, M.Hum, & A'an Efendi, S. H. (2022). *Penelitian Hukum: Legal Research*. Jakarta: Sinar Grafika. hlm. 118.
- Budi Agus Ruswandi, *Hukum dan Internet di Indonesia*, (Yogyakarta: UII Press 2003), hlm. 129.
- Jan Michiel Otto dalam Shidarta, *Moralitas Profesi Hukum Suatu Tawaran Kerangka Berfikir*, (Bandung: Revika Aditama, 2006). Hlm 85.

Muhammad Syukri Albani Nasution, *Hukum dalam Pendekatan Filsafat*, Ctk. Kedua, (Kencana, Jakarta, 2017). hlm. 217-218

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Jurnal

Fezliani, Mazhr. (2024). Analisis Hukum Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Disiplin Ilmu*. Vol. 1, No. 1.

Martinelli Imelda, dkk. (2023). Tanggung Jawab Hukum Atas Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Terhadap Kesesuaian Pembelian Produk Pada Vidio Promosi Platform Tiktok Di Indonesia. *Unes Law Review*. Vol. 5, Issue 4.

R. Haqqi Al Irsyad and A. Irawan. (2022). “PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN JUAL BELI ONLINE ATAS BARANG TIDAK SESUAI”, *JURNAL EDUCATION AND DEVELOPMENT*, vol. 10, no. 3.

YUNI PURNAMA SARI, A.A. Made; PUTRAWAN, Suatra. (2021). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP HAK KONSUMEN TRANSAKSI E-COMMERCE DALAM HAL TERJADINYA WANPRESTASI. Kertha Semaya : *Journal Ilmu Hukum*, [S.l.], vol. 9, no. 3.

Sumber Lainnya

(Tik Tok, Menghindari serangan pesan penipuan di TikTok, 2023).
<https://support.tiktok.com/id/safety-hc/account-and-user-safety/avoid-fraudulent-message-attacks-on-tiktok>.