

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perlindungan Konsumen adalah upaya untuk melindungi dan memastikan hak-hak konsumen saat bertransaksi dan menggunakan produk atau jasa. Konsumen yang diperbincangkan dalam hal ini ialah setiap pengguna barang atau jasa untuk kebutuhan diri sendiri, keluarga atau rumah tangga, dan tidak untuk memproduksi barang/jasa lain atau memperdagangkannya kembali, adanya transaksi konsumen yang mana maksudnya ialah proses terjadinya peralihan kepemilikan atau penikmatan barang atau jasa dari penyedia barang atau penyelenggara jasa kepada konsumen<sup>1</sup>.

Perlindungan konsumen adalah nilai-nilai mendasar dalam masyarakat modern yang mengutamakan keadilan dan keberlanjutan. Pemahaman tentang perlindungan konsumen sejalan dengan filosofi bahwa setiap individu memiliki hak untuk mendapatkan produk atau layanan yang aman, berkualitas, dan adil. Di Indonesia, perlindungan konsumen diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU PK). Di Indonesia, perlindungan konsumen diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Cakupan undang-undang ini meliputi seluruh wilayah Indonesia dan mengatur hak serta kewajiban konsumen dan pelaku usaha.

---

<sup>1</sup> Az Nasution, “*Konsumen dan Hukum*”, (Jakarta : Pustaka Sinar Harapan, 1995) , hlm. 37.

Di era teknologi saat ini, perkembangan terjadi pada seluruh aspek kehidupan termasuk di dalamnya kegiatan perdagangan. Pada awalnya perdagangan dilakukan dengan cara konvensional, yaitu dengan bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli. Seiring perkembangan teknologi, pasar sebagai tempat bertemunya permintaan dan penawaran mengalami perubahan. Pembeli dan penjual tidak lagi harus bertatap muka untuk melakukan transaksi. Munculnya internet sebagai media baru, mendorong perubahan ini menjadi lebih maju. Kecepatan, kemudahan, serta murah biaya internet menjadi pertimbangan banyak orang untuk memakainya, termasuk untuk melakukan transaksi.

Transformasi digital telah mengubah cara konsumen berinteraksi dengan pasar. Masyarakat Indonesia semakin bergantung pada transaksi online, tetapi seringkali menghadapi tantangan terkait dengan keamanan, privasi, dan kualitas produk. Dengan adanya transaksi jual beli elektronik, permasalahan perlindungan konsumen menjadi semakin kompleks dan memerlukan penyesuaian hukum yang tepat. Oleh karena itu, ada kebutuhan mendesak untuk mengkaji peran UU PK dalam konteks transaksi jual beli elektronik untuk memahami dan mengatasi kurangnya perlindungan konsumen.

Dalam rangka mengejar produktivitas dan efisiensi tersebut pada akhirnya baik secara langsung atau tidak langsung, konsumen lah yang menanggung dampaknya. Dengan kemudahan yang ditawarkan internet, adalah suatu hal yang wajar ketika transaksi jual beli konvensional mulai ditinggalkan. Saat ini transaksi

melalui media internet lebih dipilih dikarenakan kemudahan yang ditawarkan. Transaksi perdagangan melalui sistem elektronik, khususnya internet, menjanjikan sejumlah keuntungan, namun pada saat yang sama juga berpotensi sejumlah kerugian. Yang mana dengan adanya fenomena yang demikian ini, yakni semakin majunya ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan penggerak bagi produktivitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha, maka perlindungan hukum terhadap konsumen dipandang sangat penting keberadaannya.

Perkembangan teknologi internet ini menimbulkan permasalahan baru dibidang hukum, khususnya hukum perlindungan konsumen. Dalam lingkup pembicaraan hukum dan teknologi, perlindungan hukum menjadi hal yang sangat efektivitas perkembangan dan penerapan teknologi tersebut ditengah masyarakat. Sebaliknya undang-undang perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia masih berbasis pada yang sesuatu bersifat fisik belum kepada virtual/maya. Transaksi perdagangan melalui internet atau yang sering disebut *electronic commerce* terbentuk dari berbagai permasalahan yang belum ada pengaturannya.

E-commerce telah membawa kemudahan dalam proses berbelanja. Konsumen tidak perlu lagi pergi ke toko fisik atau pusat perbelanjaan untuk membeli barang. Mereka dapat melakukannya dengan beberapa klik melalui aplikasi atau situs web e-commerce. Konsumen Indonesia juga semakin sadar akan manfaat berbelanja secara *online*, termasuk berbagai promo, diskon, dan penawaran khusus yang seringkali hanya tersedia di platform *e-commerce*. Ini telah mendorong pertumbuhan sektor ini.

*Electronic commerce* terbentuk dari berbagai sub sistem yang tersusun secara sistematis, yang mana masing-masing sub memiliki permasalahannya masing masing. Salah satunya yaitu dampak negatif dari *e-commerce* itu sendiri cenderung merugikan konsumen. Di Dalam jual beli melalui internet, seringkali terjadi kecurangan. Kecurangan–kecurangan tersebut dapat terjadi yang menyangkut keberadaan pelaku usaha, misalnya pelaku usaha yang bersangkutan merupakan toko yang fiktif.

Berdasarkan informasi yang dipublikasikan oleh Tempo pada tahun 2022, pengguna *e-commerce* di Indonesia diproyeksikan akan terus meningkat. Jumlah pengguna tertinggi diproyeksikan terjadi pada tahun 2024 sebesar 189,6 juta atau 2 dari 3 bagian total penduduk Indonesia.<sup>2</sup> Kenaikan jumlah ini pun didukung oleh penelitian yang dipublikasikan oleh Binus University pada tahun 2019 bahwa 60,5% penduduk Indonesia memilih pembelian secara online daripada offline.

Terdapat beberapa alasan yang mengakibatkan banyak masyarakat memilih metode pembelian secara *online* daripada *offline*, antara lain lebih efisien, banyak promo yang ditawarkan, dan harga yang cenderung lebih miring. Selain itu, metode online sangat cocok untuk sobat mageran dan introvert yang tidak nyaman berinteraksi dengan orang lain. Pengaruh ini yang menyebabkan penurunan daya beli masyarakat untuk berbelanja secara *offline*.

Pertumbuhan Pesat *E-Commerce* di Indonesia Indonesia adalah salah satu negara dengan pertumbuhan *e-commerce* yang paling cepat di dunia.

---

<sup>2</sup> Tempo “Prediksi Angka Pengguna E-commerce di Indonesia 2024”. <https://data.tempo.co/data/909/prediksi-angka-pengguna-e-commerce-di-indonesia-2024> diakses pada 13 Juli 2024

Pertumbuhan infrastruktur internet, penetrasi perangkat bergerak, dan berbagai *platform e-commerce* telah menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan *e-commerce* yang signifikan. Jutaan konsumen Indonesia sekarang berbelanja secara *online*, menciptakan peluang bisnis yang besar. Namun, di tengah pertumbuhan ini, perlindungan konsumen masih merupakan masalah yang harus diatasi.

Kendala dalam Perlindungan Konsumen Meskipun ada peraturan yang mengatur perlindungan konsumen di Indonesia, seperti UU PK, masih ada sejumlah kendala yang menghambat efektivitasnya dalam lingkungan transaksi jual beli secara elektronik. Konsumen sering kali menjadi sasaran penipuan dengan berbagai bentuk, termasuk penawaran palsu, pembayaran online palsu, dan pengiriman barang palsu atau tidak sesuai dengan deskripsi. Hal ini menimbulkan kerugian finansial, ketidakpercayaan, dan ketidakpuasan konsumen. Tantangan Perlindungan Konsumen di Era Digital telah mengubah cara konsumen berinteraksi dengan pasar. Konsumen sekarang memiliki akses ke berbagai produk dan layanan dari seluruh dunia dengan cepat dan mudah melalui perangkat bergerak mereka. Ini membuka peluang, tetapi juga meningkatkan risiko.

Pengaturan mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli elektronik di Indonesia diatur oleh beberapa undang-undang, yang paling utama adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), yang kemudian diperbarui dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016. Dalam kerangka hukum ini, hak-hak konsumen diakui dan

dilindungi, termasuk hak untuk mendapatkan informasi yang benar, hak untuk memilih, hak untuk didengar pendapatnya, dan hak untuk mendapatkan ganti rugi. Di sisi lain, pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai produk atau layanan yang mereka tawarkan, serta bertanggung jawab atas kualitas barang dan jasa yang dijual. Dalam konteks transaksi elektronik, UU ITE juga mengatur keabsahan transaksi yang dilakukan secara elektronik, termasuk penggunaan tanda tangan elektronik dan perlindungan data pribadi konsumen.

Namun, meskipun pengaturan tersebut sudah ada, realita di lapangan menunjukkan adanya berbagai tantangan yang harus dihadapi. Salah satu masalah utama adalah kurangnya pengetahuan konsumen mengenai hak-hak mereka, yang sering kali mengakibatkan mereka tidak melaporkan pelanggaran atau masalah yang dihadapi. Selain itu, kasus penipuan dalam transaksi online masih sering terjadi, seperti barang yang tidak sesuai dengan deskripsi atau bahkan tidak diterima sama sekali. Meskipun terdapat sistem pengaduan yang disediakan, sering kali prosesnya tidak efisien dan tidak mendapatkan respons yang memadai dari pihak berwenang atau platform *e-commerce*. Selain itu, beberapa regulasi mungkin belum sepenuhnya diimplementasikan atau diikuti oleh semua pelaku usaha, terutama yang beroperasi secara *online*, sehingga menciptakan celah dalam perlindungan konsumen.

Meskipun pengaturan mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli elektronik sudah ada dan cukup baik, implementasinya masih menghadapi berbagai tantangan. Diperlukan upaya lebih lanjut untuk

meningkatkan kesadaran konsumen tentang hak-hak mereka, memperkuat penegakan hukum, dan memastikan bahwa pelaku usaha mematuhi regulasi yang ada. Dengan demikian, perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik dapat berjalan lebih efektif dan memberikan rasa aman bagi konsumen, sehingga mereka dapat bertransaksi dengan lebih percaya diri di dunia digital.

UU PK merupakan landasan hukum yang mendasar dalam melindungi hak dan kepentingan konsumen di Indonesia. Ini mencakup aspek-aspek seperti hak untuk menerima barang atau layanan yang sesuai dengan deskripsi, hak untuk mendapatkan kompensasi atas kerugian, dan kewajiban pedagang untuk memberikan informasi yang jujur dan akurat kepada konsumen.

Dalam konteks e-commerce, UU PK harus diinterpretasikan dan diterapkan secara efektif untuk melindungi konsumen dari praktik-praktik tidak etis dan penipuan. Selain itu, upaya perbaikan dan peningkatan dalam memberikan perlindungan konsumen perlu dipertimbangkan untuk mengatasi tantangan khusus yang dihadapi dalam transaksi *online*. Peran Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU PK) UU PK di Indonesia adalah dasar hukum yang penting untuk melindungi hak dan kepentingan konsumen. Namun, perlu dilakukan evaluasi mendalam terhadap peran UU PK dalam menghadapi tantangan yang muncul dalam transaksi jual beli secara elektronik. Dalam konteks penipuan berbasis transaksi elektronik, bagaimana UU PK dapat memberikan perlindungan yang lebih efektif bagi konsumen perlu dianalisis dengan lebih mendalam. Penipuan berbasis transaksi elektronik merupakan masalah serius di Indonesia. Penipu sering menggunakan taktik yang semakin canggih untuk

mengecoh konsumen, yang pada gilirannya menyebabkan kerugian finansial dan kehilangan kepercayaan. Penipuan semacam ini berkisar dari penawaran palsu hingga penyalahgunaan informasi pribadi.

Praktik-praktik tidak etis, penipuan, dan pelanggaran hak-hak konsumen semakin sering terjadi dalam transaksi jual beli elektronik. Ini termasuk iklan yang menyesatkan, penawaran palsu, atau penyalahgunaan data konsumen. Untuk mengatasi tantangan ini, UU PK perlu dikaitkan dengan undang-undang lain yang relevan, seperti Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). UU ITE mengatur aspek-aspek hukum yang terkait dengan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi, termasuk *e-commerce*. Ini mencakup kebijakan privasi, keamanan data, tanda tangan elektronik, dan perlindungan terhadap penyalahgunaan teknologi.

Pelanggaran terhadap hak-hak konsumen dalam transaksi jual beli elektronik memang menjadi masalah yang cukup serius. Banyak konsumen yang mengalami situasi di mana mereka menerima barang yang tidak layak atau bahkan rusak. Hal ini sering kali terjadi karena kurangnya pengawasan dan regulasi yang ketat terhadap penjual. Salah satu alasan yang sering diungkapkan oleh penjual adalah bahwa mereka telah melakukan pemeriksaan kualitas (*quality control/QC*) sebelum mengirimkan barang. Namun, dalam praktiknya, banyak konsumen yang tetap menerima barang yang tidak sesuai dengan deskripsi atau dalam kondisi yang tidak baik. Selanjutnya, ketika konsumen mengajukan keluhan, beberapa penjual lepas tangan dengan menyalahkan agen pengiriman maupun menuduh



konsumen melakukan hal-hal buruk yaitu menipu untuk mendapatkan uang kembali ataupun barang gratis.

Situasi ini menunjukkan adanya ketidakseimbangan dalam perlindungan hak-hak konsumen. Konsumen sering kali berada dalam posisi yang lemah, terutama ketika berhadapan dengan penjual yang tidak bertanggung jawab. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah dan lembaga terkait untuk meningkatkan perlindungan hak-hak konsumen, termasuk penegakan hukum yang lebih tegas terhadap pelanggaran yang terjadi dalam transaksi jual beli elektronik. Selain itu, edukasi kepada konsumen mengenai hak-hak mereka juga sangat penting agar mereka lebih sadar dan dapat melindungi diri mereka dalam bertransaksi.

Di Indonesia, pengaturan mengenai transaksi jual beli elektronik diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang diundangkan pada tahun 2008 dan mengalami beberapa revisi. UU ITE bertujuan untuk memberikan landasan hukum bagi transaksi elektronik, termasuk perlindungan bagi konsumen dan penjual. Dalam konteks ini, UU ITE tidak hanya mengatur aspek teknis dari transaksi elektronik, tetapi juga aspek hukum yang berkaitan dengan perlindungan konsumen.

Meskipun UU ITE telah memberikan dasar hukum yang penting untuk transaksi jual beli elektronik, masih ada beberapa tantangan yang perlu diatasi. Pertama, implementasi UU ITE dalam praktik sehari-hari masih memerlukan perhatian lebih. Banyak konsumen yang belum sepenuhnya memahami hak-hak mereka, dan penjual juga sering kali tidak mematuhi ketentuan yang ada. Hal ini menunjukkan bahwa sosialisasi dan edukasi mengenai UU ITE dan perlindungan

konsumen perlu ditingkatkan. Tanpa pemahaman yang baik tentang hak dan kewajiban mereka, baik konsumen maupun penjual dapat terjebak dalam praktik yang merugikan. Kedua, meskipun UU ITE memberikan kerangka hukum, penegakan hukum terhadap pelanggaran yang terjadi dalam transaksi jual beli elektronik masih menjadi tantangan. Kasus-kasus penipuan online dan pelanggaran hak konsumen sering kali sulit untuk ditindaklanjuti, terutama ketika pelaku berada di luar yurisdiksi Indonesia. Oleh karena itu, diperlukan kerjasama yang lebih baik antara lembaga penegak hukum dan platform *e-commerce* untuk menangani masalah ini secara efektif.

Saat ini, kejahatan yang merugikan konsumen dalam transaksi jual beli secara elektronik semakin marak. Berbagai bentuk penipuan, seperti pencurian identitas, penipuan online, dan penjualan barang palsu, telah menjadi masalah serius yang dihadapi oleh konsumen. Dalam konteks ini, penerapan UU ITE menjadi sangat penting untuk memberikan efek jera bagi pelaku kejahatan. Penegakan hukum yang tegas terhadap pelanggaran UU ITE diharapkan dapat mengurangi angka kejahatan dan melindungi hak-hak konsumen.

Namun, dalam realitasnya, banyak konsumen yang merasa "sial" atau kurang teliti dalam melakukan transaksi. Hal ini menciptakan situasi di mana korban sering kali disalahkan atas ketidakberuntungan mereka, padahal seharusnya pelaku kejahatan yang harus bertanggung jawab. Sikap ini mencerminkan adanya masalah dalam sistem hukum dan perlindungan konsumen di Indonesia.

Kondisi ini juga menunjukkan bahwa Indonesia, sebagai negara hukum, masih menghadapi tantangan dalam membangun mentalitas yang kuat terhadap penegakan hukum. Banyak orang merasa bahwa kejahatan dapat dilakukan tanpa konsekuensi yang berarti, sehingga pelaku merasa bebas untuk melakukan tindakan merugikan tanpa rasa takut. Oleh karena itu, penting untuk memperkuat penegakan hukum dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak mereka sebagai konsumen. Dengan demikian, diharapkan akan tercipta lingkungan transaksi yang lebih aman dan adil, serta mengurangi stigma bahwa konsumen adalah pihak yang selalu salah dalam situasi tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memahami peran Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam mengatasi kurangnya perlindungan bagi konsumen dalam transaksi jual beli secara elektronik di Indonesia, khususnya dalam konteks penipuan berbasis transaksi elektronik. Penelitian ini juga akan mengevaluasi sejauh mana UU PK dan UU ITE telah efektif dalam menghadapi permasalahan perlindungan konsumen yang muncul dalam e-commerce, dan memberikan rekomendasi tentang perbaikan yang mungkin diperlukan.

Sementara itu di sisi lain, Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang seharusnya menjadi wadah dan juga tameng bagi konsumen yang dirugikan dalam kejahatan dalam transaksi elektronik malah tidak dapat melindungi konsumen, tidak seperti namanya yaitu “Undang-Undang Perlindungan Konsumen”. Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang saat ini berlaku di Indonesia, yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, dirasa belum cukup memadai untuk mengatasi berbagai modus penipuan dalam

transaksi jual beli online. Hal ini karena UUPK tersebut disusun sebelum era *e-commerce* berkembang pesat.

Akibatnya, banyak konsumen yang menjadi korban penipuan online dan tidak mendapatkan perlindungan hukum yang maksimal. Ketidakpastian hukum ini dapat menghambat pertumbuhan *e-commerce* yang sehat dan berkelanjutan di Indonesia.

Oleh karena itu, pembaruan UUPK menjadi sangat mendesak untuk dilakukan agar dapat memberikan perlindungan yang lebih komprehensif bagi konsumen dalam era digital. Pembaruan UUPK tersebut perlu mencakup beberapa aspek penting, seperti pengembangan definisi baru tentang "konsumen" dan "transaksi elektronik", penambahan pengaturan mengenai kewajiban dan tanggung jawab pelaku usaha dalam *e-commerce*, pengembangan mekanisme penyelesaian sengketa konsumen online yang lebih efektif dan efisien, peningkatan sanksi bagi pelaku penipuan dalam transaksi jual beli *online*, dan peningkatan edukasi dan literasi konsumen terkait dengan *e-commerce* dan keamanan *online*.

Dengan pembaruan UUPK yang komprehensif dan responsif terhadap perkembangan *e-commerce*, diharapkan konsumen dapat terlindungi dari berbagai modus penipuan online dan ekosistem *e-commerce* di Indonesia dapat berkembang dengan lebih sehat dan berkelanjutan.

Saat ini, UU ITE memiliki peran penting dalam mengatasi penipuan online dan aktivitas ilegal lainnya dalam *e-commerce*, UU ITE dapat digunakan untuk

menindak pelaku kejahatan siber yang melakukan penipuan atau praktik ilegal lainnya dalam lingkungan online. UU ITE menjadi instrumen hukum yang penting dalam mengatasi aspek-aspek digital dan transaksi online. Dalam konteks jual beli elektronik, UU ITE memainkan peran penting dalam mengatur praktik-praktik penipuan, keamanan data, dan penggunaan media sosial dalam bisnis. UU ITE memberikan landasan hukum bagi pengaduan dan penuntutan terkait dengan tindakan ilegal atau penipuan dalam transaksi elektronik. Selain itu, UU ITE juga mengatur aspek-aspek yang berkaitan dengan privasi dan keamanan data konsumen. Seiring dengan pertumbuhan *e-commerce*, data pribadi konsumen menjadi semakin berharga, dan pelanggaran data atau kebocoran informasi pribadi dapat memiliki dampak serius. UU ITE menetapkan persyaratan dan tanggung jawab terkait dengan perlindungan data pribadi dan tindakan yang harus diambil dalam kasus pelanggaran data. Lebih lanjut, UU ITE juga mengatur praktik-praktik ilegal yang dapat merugikan konsumen dalam konteks transaksi jual beli elektronik. Ini mencakup tindakan seperti penipuan *online*, peretasan situs web *e-commerce*, atau penyalahgunaan media sosial untuk tujuan penipuan. UU ITE memberikan dasar hukum bagi penuntutan terhadap pelaku-pelaku semacam ini dan memberikan perlindungan bagi konsumen yang menjadi korban.

Kaitan antara UU PK dan UU ITE dalam konteks jual beli elektronik sangat penting dalam melindungi hak-hak konsumen dan mengatasi tantangan yang muncul dalam era digital. UU PK memberikan dasar hukum untuk pembentukan perjanjian dan hak-hak konsumen dalam transaksi, sementara UU ITE mengatur aspek-aspek yang berkaitan dengan keamanan data, penipuan, dan

privasi dalam transaksi elektronik. Perlu ada upaya yang berkelanjutan untuk memperbarui dan menyesuaikan undang-undang ini dengan perkembangan teknologi dan tren bisnis baru. Dengan kerja sama antara pemerintah, pelaku bisnis, dan masyarakat, Indonesia dapat memastikan bahwa transaksi jual beli elektronik tetap aman, adil, dan sesuai dengan hukum, sambil tetap mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dalam sektor *e-commerce*. Kedua undang-undang tersebut, meskipun berbeda dalam fokus dan ruang lingkup, harus bekerja bersama untuk menciptakan kerangka hukum yang komprehensif dalam rangka mengatur, melindungi, dan mengawasi transaksi jual beli elektronik di Indonesia. Hal ini untuk memastikan bahwa konsumen dilindungi dan terciptanya lingkungan *e-commerce* yang aman dan adil.

Pada penjelasan latar belakang ini, kita akan membahas secara mendalam mengenai pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia, permasalahan yang muncul seiring pertumbuhannya, dan peran krusial UU PK dalam mengatasi dan mengatur aspek-aspek ini. Indonesia telah menjadi salah satu pasar *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara<sup>3</sup> dan terus mengalami pertumbuhan yang pesat. Ada beberapa faktor utama yang mempengaruhi pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia mengingat bahwa infrastruktur internet yang lumayan cukup berkembang dalam waktu belakangan ini, termasuk jaringan broadband dan konektivitas seluler, telah memungkinkan masyarakat Indonesia untuk terhubung ke internet dengan lebih

---

<sup>3</sup> Office. (2024, March 19). *Economic Update – Pertumbuhan CAGR E-commerce Indonesia sepanjang 2024-2028 diperkirakan mencapai 9,46%*. <https://bankmandiri.co.id/documents/20143/157958806/20240319+-+Pertumbuhan+CAGR+E-commerce+Indonesia+sepanjang+2024-2028+diperkirakan+mencapai+9%2C46%25.pdf/8ec3099f-82b2-42b6-ae01-5e56ed055402?t=1710833658723>

mudah. Ini memberikan akses yang lebih baik ke platform *e-commerce* dan aplikasi perbelanjaan *online*. Selain itu juga penggunaan *smartphone* yang lebih sering kita jumpai telah menciptakan peluang besar bagi masyarakat Indonesia untuk berbelanja secara *online*. Konsumen dapat dengan mudah mengakses toko *online*, melakukan transaksi, dan menjelajahi berbagai produk dan layanan melalui perangkat genggam mereka.

Walaupun kedua Undang-Undang ini secara garis besar telah mengatur mengenai hak konsumen dalam transaksi jual beli elektronik, namun ada begitu banyak masalah dalam transaksi jual beli elektronik yang belum dapat diselesaikan dengan kedua undang undang tersebut. Sehingga pada saat ini masih ada begitu banyak kasus yang “abu-abu” dan tidak ada informasi jelas mengenai peraturannya.

Sebagai contoh, belum ada pengaturan mengenai ketentuan *refund* dan apa saja syarat yang diperlukan untuk melakukan hal tersebut. Selanjutnya mengenai *Cash On Delivery (COD)* dimana ada begitu banyak konsumen yang mendapat paket yang sama dua kali dan diwajibkan untuk membayar, walaupun *COD* ini memberikan banyak kemudahan bagi penjual dan pembeli, namun disini yang lain karena tidak ada pengaturan yang memadai, sehingga bisa berdampak buruk dan merugikan kedua pihak, konsumen dan yang terutama penjual karena maraknya pembeli/konsumen yang kabur dan tidak membayar.

Transaksi jual beli secara elektronik telah berkembang sangat pesat sehingga ada begitu banyak fitur baru yang telah berkembang seiring berjalannya waktu. Konsumen harus memiliki mekanisme perlindungan yang efektif dalam

hal ketidakpuasan atas produk atau layanan yang diterima, atau jika mereka menjadi korban penipuan. Hal ini berkaitan dengan maraknya penjualan produk palsu atau barang-barang yang tidak sesuai deskripsi adalah masalah yang meresahkan konsumen dan merusak reputasi toko *online* yang jujur. Hal ini juga berdampak negatif terhadap ekosistem *e-commerce* secara keseluruhan.

Selain itu, perlindungan privasi dan keamanan data konsumen menjadi isu kritis, terutama dengan meningkatnya jumlah data pribadi yang dikumpulkan oleh platform *e-commerce* dan risiko potensial peretasan data. Dalam konteks yang lain, mengingat bahwa pertumbuhan *e-commerce* yang cepat, isu-isu hukum dan pajak juga menjadi perhatian, ada begitu banyak para pelaku pasar yang tidak melakukan pembayaran pajak karena pihak dari pajak sendiri kesulitan untuk melakukan *tracking* terhadap penjualan *online* ini.

Penelitian ini memiliki signifikansi yang besar karena menganalisis peran Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam konteks *e-commerce* di Indonesia, yang berkembang dengan cepat. Penelitian tentang kurangnya atau urgensi pembaharuan UU PK menjadi penting untuk memahami permasalahan dan tantangan konsumen, mendukung pembaharuan UU PK yang efektif, meningkatkan kesadaran dan edukasi konsumen, mendukung keputusan kebijakan yang tepat, dan mengembangkan solusi inovatif.

Hasil penelitian ini dapat memberikan panduan bagi pemerintah, badan regulasi, dan pemangku kepentingan lainnya dalam upaya untuk meningkatkan kerangka hukum dan memastikan perlindungan konsumen yang lebih baik dalam *e-commerce* yang terus berkembang, serta membuka peluang untuk kolaborasi



antara akademisi, pelaku usaha, dan pemerintah dalam menciptakan ekosistem *e-commerce* yang lebih aman dan terpercaya. Dengan demikian, penelitian tentang kurangnya atau urgensi pembaharuan UU PK menjadi sebuah keharusan di era digital untuk memastikan *e-commerce* di Indonesia dapat berkembang dengan sehat dan berkelanjutan, serta memberikan manfaat bagi semua pihak.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaturan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli secara elektronik dalam Undang Undang Perlindungan Konsumen dan Undang Undang ITE ?
2. Bagaimana penerapan UU Perlindungan Konsumen dan UU ITE dalam memberikan perlindungan hukum dalam transaksi jual beli secara elektronik di Indonesia ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis ketentuan-ketentuan yang terdapat dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli secara elektronik.

2. Mengidentifikasi dan mendeskripsikan masalah-masalah yang dihadapi oleh konsumen dalam transaksi jual beli secara elektronik di Indonesia, termasuk kurangnya informasi, penipuan, dan ketidakpuasan terhadap produk.
3. Mengevaluasi sejauh mana implementasi undang-undang perlindungan konsumen dan undang-undang transaksi elektronik telah memberikan perlindungan yang memadai bagi konsumen di Indonesia.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang efektivitas UU PK dalam mengatasi isu-isu perlindungan konsumen yang berkaitan dengan transaksi elektronik dan memberikan landasan untuk perbaikan kebijakan yang lebih baik dalam melindungi hak-hak konsumen dalam era digital.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

##### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu pengetahuan hukum, khususnya di bidang hukum perdagangan dan perlindungan konsumen, dengan memberikan analisis mendalam terhadap regulasi yang berlaku. Dan hasil penelitian dapat digunakan untuk menguji dan mengembangkan teori-teori hukum yang relevan, seperti teori kontrak, teori tanggung jawab perdata, dan teori perlindungan konsumen.

##### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran hukum masyarakat, khususnya konsumen, tentang hak-hak dan perlindungan hukum yang mereka miliki dalam transaksi jual beli elektronik. Selain itu, dengan mengidentifikasi celah-celah dan kendala dalam perlindungan konsumen yang ada, penelitian ini dapat memberikan rekomendasi untuk perbaikan sistem perlindungan konsumen.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Proposal analisis mengenai Urgensi Pembaharuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU PK) untuk mengatasi kurangnya perlindungan bagi konsumen dalam transaksi jual beli secara elektronik, terutama melalui studi kasus penipuan berbasis transaksi elektronik di Indonesia, memiliki sistematika penulisan yang terstruktur untuk memahami isu-isu yang dihadapi dan solusi yang diusulkan. Pendahuluan dan latar belakang akan memberikan gambaran menyeluruh tentang signifikansi transaksi elektronik, pertumbuhannya, dan kebutuhan akan perlindungan konsumen. Selanjutnya, rumusan masalah secara spesifik menggambarkan tentang bagaimana Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak mampu menyelesaikan permasalahan terkait perlindungan konsumen maupun melindungi konsumen dalam transaksi elektronik. Tujuan penelitian dirumuskan untuk mengevaluasi efektivitas UU PK dalam melindungi konsumen dari penipuan elektronik dan menawarkan solusi untuk memperkuat perlindungan konsumen. Tinjauan teori mencakup analisis mendalam tentang teori yang relevan dalam perlindungan konsumen dan dilanjutkan dengan tinjauan konseptual yang membahas mengenai tantangan dan masalah yang dihadapi konsumen dalam transaksi jual beli elektronik. Tinjauan konseptual ini juga

mengkaji mengenai kelemahan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan mengapa pembaharuan diperlukan di era digital ini.

