

TINJAUAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP DESKRIPSI PRODUK YANG TIDAK SESUAI DI E-COMMERCE SHOPEE

(Studi Kasus Pada *E-commerce* Shopee)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan

Memperoleh gelar Sarjana srata satu (S-1) Ilmu Hukum

Program Kekhususan Hukum Perdata



Diajukan oleh:

Laras Sari Lestyani

30302200410

PROGRAM STUDI (S1) ILMU HUKUM

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG UNISSULA

SEMARANG

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

TINJAUAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP DESKRIPSI PRODUK YANG TIDAK SESUAI DI E-COMMERCE SHOPEE

(Studi Kasus Pada *E-commerce* Shopee)



Diajukan oleh:

Laras Sari Lestyani

30302200410

Pada tanggal,

Telah disetujui oleh dosen pembimbing:

Dr. Hj. Aryani Witasari, SH., M.Hum

NIDN: 06-1510-6602

HALAMAN PENGESAHAN

TINJAUAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP DESKRIPSI PRODUK YANG TIDAK SESUAI DI E-COMMERCE SHOPEE

(Studi Kasus Pada *E-commerce* Shopee)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Laras Sari Lestyani

NIM: 30302200410

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal, 10 November 2024

Dan dinyatakan telah memenuhi syariat dan lulus

Tim Penguji

Ketua,

(**Dr. Andri Winjaya Laksana, S.H., M.H.)**

(**NIDN: 06-2005-8302)**

Anggota

Anggota

**Dr. Muhammad Ngasiz, S.H.,
M.H.**

NIDN: 06-0112-8601

**Dr. Hj. Aryani Witasari, SH.,
M.Hum**

NIDN: 06-1510-6602

Mengetahui,

Dekan Fakultas Hukum Unisulla

**Prof. Dr. H. Jawade Hafidz,
S.H., M.H.**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“MOTTO”

“Setiap paragraf adalah bukti bahwa proses dan perjuangan selalu membawa hasil – skripsi ini selesai, namun perjalanan ilmu tak pernah usia”

“With every step, I trust in Allah’s perfect plan”

PERSEMBAHAN:

1. Kedua orangtua tercinta ayahku Sudaryono dan Mamaku yang dengan kasih sayang, kesabaran, dan ketulusan telah menjadi pilar utama dalam setiap langkahku. Terima kasih atas pengorbanan yang tiada henti, pendidikan terbaik yang selalu diusahakan, serta doa-doa yang tak pernah putus untuk keberhasilan anak-anaknya. Setiap pencapaian ini adalah bukti dari cinta dan dukungan kalian.
2. Adik-adik saya yang sangat saya sayangi Aditya Lestyono dan Andrianto Wisnu Lestyono yang selalu hadir dengan keceriaan dan semangatnya. Kehadiran kalian memberi warna dan inspirasi di setiap proses perjalanan ini. Terima kasih telah menjadi penguat dan penyemangat yang tulus
3. Seseorang yang sangat spesial yang selalu ada untuk menemani perjalanan ini dengan sabar dan penuh perhatian. Dukungan, pengingat, dan semangat yang kau berikan sungguh berarti, menjadikan setiap tantangan lebih ringan untuk dihadapi. Terima kasih telah menjadi teman setia di setiap langkah menuju penyelesaian skripsi ini.
4. Untuk diriku, yang telah melewati setiap tantangan dengan tekad dan kesabaran. Skripsi ini adalah bukti nyata dari perjalanan panjang yang penuh pelajaran, di mana ketekunan, keyakinan, dan keberanian telah menjadi teman setia. Terima kasih telah bertahan di saat-saat sulit, berusaha saat lelah, dan tetap percaya meski kadang ragu. Terima kasih telah mau belajar, tumbuh, dan berkembang meski jalan tak selalu mudah. Setiap halaman dalam karya ini adalah hasil dari kerja keras, doa, dan kepercayaan pada diri sendiri.
5. Almamater Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang. tempat di mana ilmu pengetahuan dan pengalaman berharga telah ditanamkan, yang kelak akan menjadi bekal dalam kehidupan mendatang. Terima kasih atas kesempatan belajar dan berkembang yang diberikan selama masa studi.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

Nama : Laras Sari Lestyani

NIM : 30302200410

Program Studi : S-1 Ilmu Hukum

Fakultas : Hukum

Dengan ini menyatakan karya ilmiah yang berjudul :

TINJAUAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP DESKRIPSI PRODUK YANG TIDAK SESUAI DI E-COMMERCE SHOPEE (Studi Kasus Pada *E-commerce* Shopee) adalah hasil karya asli saya sendiri. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program pendidikan Strata 1 (S-1) Ilmu Hukum dan bukan merupakan hasil plagiarisme, duplikasi, atau reproduksi dari karya orang lain, baik secara keseluruhan maupun sebagian, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah memenuhi standar penulisan ilmiah yang berlaku.

Apabila di kemudian hari ditemukan bahwa dalam penulisan skripsi ini terdapat unsur plagiarisme atau penyimpangan akademik lainnya, saya bersedia menerima segala konsekuensi dan sanksi yang diberikan oleh Universitas Islam Sultan Agung Semarang, sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 10 November 2024

Yang membuat pernyataan,



Laras Sari Lestyani

NIM: 30302200410

PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

Nama : Laras Sari Lestyani

NIM : 30302200410

Program Studi : S-1 Ilmu Hukum

Fakultas : Hukum

Dengan ini menyatakan karya ilmiah yang berjudul :

TINJAUAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP DESKRIPSI PRODUK YANG TIDAK SESUAI DI E-COMMERCE SHOPEE (Studi Kasus Pada E-commerce Shopee) dan menyetujui menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung Semarang serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik hak cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh: Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran hak cipta/plagiarisme dengan karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Jakarta, 10 November 2024

Yang membuat pernyataan,



Laras Sari Lestyani

NIM: 30302200410

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr.wb

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang memberikan rahmat, karunia, dan ridha-Nya, yang memberikan kesehatan, kemampuan, kemudahan, dan kekuatan, kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “TINJAUAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP DESKRIPSI PRODUK YANG TIDAK SESUAI DI E-COMMERCE SHOPEE (Studi Kasus Pada E-commerce Shopee)”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan atas bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Gunarto, S.H., S.E., Akt., M.Hum, Rektor, Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Prof. Dr. H. Jawade Hafidz, S.H, M.H., Dekan Fakultas Hukum Unissula, Dr. Widayati, S.H., M.H. selaku Wakil Dekan I Fakultas Hukum Unissula, dan Dr. Arpangi, S.H., M.H. selaku Wakil Dekan II Fakultas Hukum Unissula.
3. Dr. Muhammad Ngaziz, S.H, M.H selaku Ketua Program Studi Sarjana Ilmu Hukum (S1) Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Dini Amalia, S.H., M.H. selaku Sekretaris Program Studi Sarjana Ilmu hukum (S1) Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
5. Dr. Hj. Aryani Witasari, S.H., M.Hum selaku Dosen Pembimbing saya yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran, untuk memberikan bimbingan dan

arahan sehingga terselesaikan penulisan skripsi ini.

6. Seluruh Dosen Pengajar di Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang penuh dedikasi dalam memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Seluruh Staf dan Karyawan Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
8. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang membantu menyelesaikan skripsi ini.

Penulis sepenuhnya sadar skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini, penulis berterimakasih dan senang hati. Akhir kata penulis mengharapkan semoga tujuan dari penulisan skripsi ini dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Jakarta, 10 November 2024

Yang membuat pernyataan,



Laras Sari Lestyani

NIM: 30302200410

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang Masalah.....	1
B.Perumusan Masalah	9
C.Tujuan Penelitian	10
D.Kegunaan Penelitian.....	10
E. Terminologi.....	12
F. Metode Penelitian.....	14
G.Sistematika Penulisan	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	22
A.Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen.....	22

1. Pengertian Konsumen.....	22
2. Hak dan Kewajiban Konsumen	24
3. Tujuan Perlindungan Konsumen dalam E-commerce	28
B.Tinjauan Aspek Tentang Hukum <i>E-commerce</i>	36
1. Pengertian E-commerce	36
2. Peraturan Hukum yang Mengatur E-commerce	37
3. Regulasi E-commerce dan Perlindungan Konsumen di Indonesia	38
4. Tantangan Hukum dalam Penegakan Regulasi E-commerce.....	40
C.Tinjauan <i>E-commerce</i> menurut Hukum Islam	43
1. Prinsip-Prinsip Dasar Transaksi E-commerce Menurut Hukum Islam ..	43
2. Perlindungan Hak Konsumen dalam E-commerce Menurut Hukum Islam	53
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
A.Mekanisme Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi <i>E-Commerce</i> di Shopee.....	59
B.Peran Pemerintah dalam Mengawasi dan Menegakkan Regulasi <i>E-commerce</i> untuk Melindungi Hak Konsumen Terkait Ketidaksesuaian Informasi Produk di <i>Platform</i> Shopee.....	70
BAB IV PENUTUP	119
A.Kesimpulan	119
B.Saran.....	121
DAFTAR PUSTAKA	123

ABSTRAK

Penelitian ini ingin memeriksa cara perlindungan hukum bagi konsumen yang rugi akibat produk di Shopee tidak sesuai dengan deskripsinya. Penelitian ini juga melihat bagaimana pemerintah mengawasi dan menegakkan peraturan untuk melindungi hak konsumen. Penelitian ini juga mencari cara untuk mendapatkan keadilan dan kompensasi atas kerugian tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode hukum normatif dengan pendekatan analisis deskriptif. Data dikumpulkan dengan cara mempelajari dokumen-dokumen hukum seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019, dan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Analisis dilakukan terhadap buku, jurnal, dan peraturan perundang-undangan terkait.

Hasil penelitian menemukan bahwa perlindungan konsumen terhadap deskripsi produk yang tidak sesuai di Shopee masih kurang efektif. Meskipun ada aturan, penerapannya masih kurang efektif dan seringkali konsumen mengalami kesulitan dalam mendapatkan keadilan. Pemerintah perlu lebih memperhatikan, *platform e-commerce* harus terlibat aktif dalam mengawasi penjual, dan konsumen perlu diberi pengetahuan mengenai hak-hak mereka demi menciptakan lingkungan transaksi yang lebih adil dan jelas.

Kata Kunci: *perlindungan konsumen, deskripsi produk, e-commerce, Shopee, regulasi hukum.*

ABSTRACT

This study aims to examine the legal protection for consumers who suffer losses due to products on Shopee that do not match their descriptions. This study also looks at how the government monitors and enforces regulations to protect consumer rights. This study also seeks ways to obtain justice and compensation for these losses.

This study uses a normative legal method with a descriptive analysis approach. Data were collected by studying legal documents such as Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection, Government Regulation Number 80 of 2019, and the Civil Code. Analysis was carried out on books, journals, and related laws and regulations.

The results of the study found that consumer protection against inappropriate product descriptions on Shopee is still ineffective. Although there are regulations, their implementation is still ineffective and consumers often have difficulty in getting justice. The government needs to pay more attention, e-commerce platforms must be actively involved in supervising sellers, and consumers need to be given knowledge about their rights in order to create a fairer and clearer transaction environment.

Keywords: consumer protection, product descriptions, e-commerce, Shopee, legal regulations.



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

E-commerce merupakan sebuah *platform* untuk transaksi jual beli secara *online*. Perkembangan teknologi yang semakin berpengaruh dalam dunia usaha sangat memudahkan kegiatan jual beli dengan menggunakan media elektronik atau internet, sehingga memungkinkan akses yang lebih luas dan cepat, termasuk ke pasar internasional. *E-commerce* memungkinkan penjual menjangkau pelanggan di seluruh dunia tanpa batasan geografis.

Perkembangan teknologi dan ekonomi digital telah mengubah cara konsumen berinteraksi dengan pasar. *E-commerce* seperti Shopee menjadi pilihan utama karena kemudahan dan kenyamanannya yang merevolusi cara kita bertransaksi. Konsep "pasar terbuka" yang diusung Shopee sejalan dengan semangat Pasal 28D ayat (1) UUD 1945 yang menjamin hak setiap orang atas kepastian hukum yang adil. Secara filosofis, hal ini berarti setiap individu, termasuk pelaku usaha UMKM, memiliki hak yang sama untuk berpartisipasi dalam perekonomian digital. Secara yuridis, Shopee sebagai *platform* menyediakan kerangka hukum yang relatif jelas untuk transaksi jual beli. Secara sosiologis, keberagaman produk dan metode pembayaran

yang ditawarkan Shopee menunjukkan adanya upaya untuk mengakomodasi kebutuhan masyarakat yang heterogen.¹ Berbagai metode pembayaran seperti menggunakan kartu debit, kartu kredit, *cash on delivery*, dan *ShopeePay Later* yaitu dengan cara mencicil atau seperti yang kita ketahui di *platform* shopee serta tersedia fitur shopeepay untuk pembayaran digital. Tersedia fasilitas lain yaitu layanan *Cutomer Service* seperti layanan yang membantu pelanggan bagi siapa saja yang ingin melakukan komplain, serta banyaknya promosi seperti gratis biaya pengiriman barang, pengurangan harga yang di berikan untuk konsumen yang melakukan pembelian, *flash sale* dan *ShopeeFood* untuk layanan pesan antar makanan .² Shopee mendukung beragam fitur inovatif untuk penjual melakukan promosi seperti “ *Shopee Live* “ dan *mini games* untuk meningkatkan pengalaman bagi pengguna dan menarik lebih banyak konsumen untuk mempermudah usaha kecil dan menengah (UMKM).

¹ Sunaryati Hartono, *Hukum Ekonomi Pembangunan Indonesia* (Jakarta: PT Gramedia, 1991), hlm. 123.

² Dhany Yudha Pratama Widodo dan Henny Prasetyani, “Penggunaan Shopee sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Daya Jual Produk sebagai Narahubung Sosial Marketing,” *Journal of Systems, Information Technology, and Electronics Engineering*, No.2 (2022):14.

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah melahirkan berbagai inovasi. Namun di balik kemudahan yang ditawarkan muncul berbagai permasalahan, salah satunya adalah ketidaksesuaian antara deskripsi produk dengan produk yang sebenarnya diterima konsumen. Masalah ini menyangkut hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar dan produk yang sesuai dengan yang dijanjikan. Hal ini sejalan dengan amanat Pasal 28D ayat (1) UUD 1945 yang menyatakan bahwa setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama di hadapan hukum.

Konsumen seringkali kesulitan untuk memverifikasi informasi produk yang diberikan oleh penjual secara online. Hal ini menyebabkan konsumen rentan terhadap praktik-praktik yang merugikan.³ Seperti kasus yang terjadi pada tanggal 28 April 2023, seorang konsumen di Shopee mengeluhkan ketidaksesuaian produk yang diterimanya dengan deskripsi yang ditampilkan. Pesanan berupa pakaian pre-order dari toko di Shopee ternyata memiliki desain dan kualitas yang berbeda jauh dari yang diiklankan. Walaupun deskripsi menyebutkan produk “100% original,” barang yang diterima tidak memenuhi klaim tersebut, dan pengajuan

³ Munir Fuady, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen* (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2003), hlm. 112.

pengembalian dana konsumen ditolak oleh penjual dan tim mediasi Shopee. Kasus ini menunjukkan pentingnya perlindungan konsumen terhadap ketidakjujuran informasi produk dalam *e-commerce* untuk mencegah potensi kerugian Konsumen.⁴ Menurut riset *iPrice*, Shopee Shope adalah permintaan *e-commerce* nomor satu di Indonesia menurut *MAU (Monthly Active Users)*. Shopee adalah aplikasi dengan pengguna aktif paling rata-rata di Indonesia. Aplikasi seluler *e-commerce* di muatan tertinggi. Lebih dari 260 juta transaksi berhasil dicatat pada tahun 2020. Rata-rata, jika toko mencatat lebih dari 2,8 juta transaksi dalam satu hari, peningkatan lebih dari 130% dibandingkan periode tahun lalu. Shopee telah menjadi *platform e-commerce* dengan penjualan tertinggi di Indonesia. Hal ini memperkuat posisi Shopee di pasar Indonesia, terutama di tengah trend belanja online yang terus meningkat. Namun demikian, tantangan terkait keamanan transaksi, penipuan produk, dan ketidaksesuaian barang dengan deskripsi masih menjadi masalah yang perlu diatasi demi menjaga kepercayaan konsumen, mengingat hal ini mengubah cara orang berinteraksi dan berbagi di era digital. Peraturan Pemerintah No. 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik (OSS) berlaku untuk

⁴ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), hlm. 78.

semua usaha yang beroperasi di Indonesia, termasuk *e-commerce* seperti Shopee. Regulasi ini turut mendukung terbentuknya ekosistem *e-commerce* yang lebih kuat dan terstruktur, membantu Shopee tumbuh sebagai *platform* berkelanjutan yang dipercaya pengguna. Peraturan ini sangat penting bagi Shopee untuk memastikan operasionalnya sesuai aturan dan memberikan rasa aman kepada konsumen dan penjual di *platform* tersebut.⁵

Dalam konteks hukum perdata, perlindungan konsumen didefinisikan sebagai upaya untuk melindungi konsumen dalam hubungan sipil antara konsumen dan peserta dalam perusahaan, termasuk perusahaan yang bekerja di produsen atau pasar. Kode Sipil memberi konsumen dasar untuk menuntut hak jika terjadi pelanggaran transaksi. Seperti yang diungkapkan Nurhayati (2021), perlindungan konsumen sangat penting untuk menjaga keseimbangan antara hubungan bisnis dan konsumen, terutama di era digital saat ini.⁶ Lebih lanjut, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menjadi dasar

⁵ Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia, “Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik,” *Jurnal Hukum Indonesia* 5, no. 3 (2018).

⁶ Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 53.

hukum yang mengatur hak-hak konsumen, seperti hak untuk mendapatkan informasi yang benar, hak untuk memilih, dan hak untuk mendapatkan perlindungan atas barang dan jasa yang dihasilkan. Sejalan dengan pendapat Ramadhani (2020), UUPK memberikan kepastian hukum bagi konsumen, memungkinkan mereka untuk menuntut keadilan dan ganti rugi apabila pelaku usaha melakukan praktik yang merugikan.⁷ Dalam penelitian oleh Fadilah (2022), juga dijelaskan bahwa *platform e-commerce* seperti Shopee harus mematuhi ketentuan UUPK untuk memastikan bahwa konsumen terlindungi dari tindakan penipuan dan ketidakjujuran. Dengan demikian, perlindungan konsumen dalam hukum perdata tidak hanya berfungsi sebagai dasar untuk menuntut hak-hak mereka, tetapi juga mendorong pelaku usaha untuk beroperasi secara etis dan bertanggung jawab. Pasal 1381 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) mengatur tentang tanggung jawab hukum bagi individu yang melakukan penipuan atau penyalahgunaan, yang dalam konteks *platform e-commerce* seperti Shopee dapat diterapkan pada situasi di mana deskripsi produk yang disediakan oleh penjual tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya, sehingga

⁷ Muhammad Johansyah Maulana, “Perlindungan Konsumen dalam E-Commerce Terkait Kerugian,” *Journal of Law, Administration, and Social Science* 4, no. 2 (2024): 265.

dapat memberikan kerugian pada konsumen ini sesuai dengan kesimpulan yang diungkapkan oleh Susanto (2021). Ini sesuai dengan pentingnya akurasi informasi dalam transaksi online untuk mempertahankan kepercayaan konsumen dan penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2022), yang menyatakan bahwa ketidakakuratan deskripsi produk dapat menyebabkan dampak negatif terhadap reputasi *platform e-commerce* dan potensi tuntutan hukum dari konsumen yang merasa dirugikan.⁸ Di samping itu, kajian oleh Pramudito (2023) juga menunjukkan bahwa perlindungan konsumen dalam dunia digital tidak hanya bergantung pada tindakan individu penjual, tetapi juga memerlukan peran aktif dari *platform* seperti Shopee untuk memastikan bahwa setiap informasi yang disajikan mematuhi prinsip transparansi dan kejujuran sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), yang menekankan hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar dan lengkap mengenai produk. Oleh karena itu, penerapan Pasal 1381 KUHPerdata dalam kasus penyalahgunaan deskripsi produk di Shopee merupakan langkah penting untuk menegakkan tanggung jawab hukum dan memberikan perlindungan yang maksimal bagi konsumen, serta mendorong

⁸ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 137.

praktik bisnis yang lebih etis dalam ekosistem *e-commerce*.⁹ Ketidakkonsistenan deskripsi produk dalam transaksi Shopee dapat dianggap sebagai pelanggaran kontrak. Menurut Pasal 1320 KUH Perdata, agar suatu perjanjian dapat sah, harus dipenuhi empat syarat, yaitu adanya perjanjian antara para pihak, kesanggupan mengadakan perjanjian, suatu hal tertentu yang menjadi obyek perjanjian dan ada alasan yang sah.¹⁰ Pasal 1243 KUH Perdata mengatur hak pembeli atas ganti rugi apabila penjual lalai melaksanakan kewajibannya berdasarkan kontrak.¹¹ Ketentuan ini termasuk dalam kategori wanprestasi, yaitu keadaan dimana salah satu pihak dalam kontrak tidak memenuhi kewajibannya atau tidak melaksanakannya sesuai dengan syarat-syarat yang telah disepakati. Dalam transaksi *e-commerce*, misalnya di Shopee, jika produk yang diterima

⁹ R. Subekti, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata* (Burgerlijk Wetboek) (Jakarta: Pradnya Paramita, 1995), hlm. 25.

¹⁰ R. Sutantio dan I. Iskandar, *Pokok-Pokok Hukum Perdata* (Bandung: Alumni, 1984), hlm. 125.

¹¹ H.M.N. Purwosutjipto, *Pengantar Hukum Perdata tentang Perikatan yang Lahir dari Perjanjian* (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1986), hlm. 78.

pembeli berbeda dari deskripsi yang dipublikasikan (misalnya kualitas, spesifikasi, atau kuantitas tidak sesuai), Produk dapat dianggap sebagai cacat. Pembeli memiliki hak untuk meminta kompensasi dari penjual atas kerugian yang diderita oleh pembeli. Dengan mengacu pada deskripsi di atas, penulis tertarik pada studi terperinci tentang aspek hukum perlindungan konsumen yang terkait dengan deskripsi produk yang tidak sesuai dalam konteks *e-commerce*, khususnya pada *platform* Shopee Oleh karena itu dalam skripsi ini penulis mengambil topik yang berjudul “Tinjauan Hukum Perlindungan Kosumen Terhadap Deskripsi Produk Yang Tidak Sesuai Di *E-commerce* Shopee”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme perlindungan hukum yang tersedia bagi konsumen yang mengalami kerugian akibat deskripsi produk yang tidak sesuai di *platform* Shopee?
2. Bagaimana peran pemerintah dalam mengawasi dan menegakkan regulasi *e-commerce* untuk melindungi hak konsumen terkait ketidaksesuaian informasi produk di *platform* Shopee?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan memahami mekanisme perlindungan hukum yang tersedia bagi konsumen yang mengalami kerugian akibat ketidaksesuaian deskripsi produk di *platform e-commerce* seperti Shopee, serta meneliti langkah-langkah yang dapat ditempuh konsumen untuk memperoleh keadilan dan kompensasi atas kerugian tersebut.
2. Untuk memahami dan mengetahui peran pemerintah dalam pengawasan dan penegakan regulasi terkait *e-commerce*, khususnya dalam melindungi hak-hak konsumen dari ketidaksesuaian informasi produk yang disediakan oleh penjual di *platform* Shopee, serta menilai efektivitas regulasi yang ada dalam mendukung perlindungan konsumen.

D. Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini, diharapkan dapat memberi manfaat atau kegunaan untuk berbagai pihak secara teoritis dan praktis. Kegunaan penelitian sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Penelitian ini untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang aspek hukum perlindungan konsumen dalam konteks *e-commerce*, terutama yang terkait dengan produk produk yang tidak cocok untuk platform Shope. Dengan menganalisis kriteria hukum yang berlaku, penelitian ini diharapkan memberikan perspektif baru tentang kekayaan penelitian perlindungan konsumen dan harta akademik, memberikan penjelasan yang lebih lengkap tentang mekanisme hukum yang melindungi konsumen.

2. Secara praktis

a. Bagi Penulis

Menyajikan tinjauan hukum perlindungan konsumen secara mendalam dan mudah dipahami, terutama dalam hal ketidaksesuaian deskripsi produk di *e-commerce* Shopee, agar pembaca mengetahui hak-hak mereka serta prosedur hukum yang dapat diambil saat produk tidak sesuai dengan deskripsi.

b. Bagi E-commerce “Shopee”

Menerapkan kebijakan perlindungan konsumen yang tegas dan transparan terkait deskripsi produk, serta menyediakan layanan pengaduan

dan pengembalian barang yang efektif untuk menangani kasus ketidaksesuaian produk, sehingga kepercayaan konsumen terhadap *platform* tetap terjaga.

c. Bagi Masyarakat

Memahami hak-hak sebagai konsumen dan langkah hukum yang tersedia jika produk yang diterima tidak sesuai deskripsi, sehingga dapat bertransaksi dengan aman dan memiliki kepastian untuk mengajukan komplain atau pengembalian barang jika diperlukan.

E. Terminologi

Dalam penelitian ini penulis memilih judul **“Tinjauan Hukum Perlindungan Kosumen Terhadap Deskripsi Produk Yang Tidak Sesuai Di *E-commerce* Shopee”** dengan penjelasan arti dari judul tersebut sebagai berikut:

1. Hukum Perlindungan Konsumen

Hukum untuk melindungi konsumen adalah seperangkat aturan dan ketentuan yang ditetapkan untuk melindungi hak-hak konsumen, memberikan kepastian hukum dalam transaksi, dan memastikan konsumen terlindungi dari kerugian akibat tindakan atau praktik perdagangan yang tidak adil. Di Indonesia, hukum ini mencakup Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang bertujuan untuk menjamin hak

konsumen agar mendapatkan informasi yang benar dan tidak memberikan informasi yang salah tentang produk atau layanan yang mereka beli.¹²

2. Produk yang tidak sesuai

Produk yang tidak sesuai merujuk pada barang yang diterima oleh konsumen tetapi tidak sesuai dengan deskripsi atau spesifikasi yang dicantumkan dalam iklan atau informasi produk di *platform* penjualan. Ketidaksesuaian ini dapat meliputi kualitas, ukuran, warna, fungsi, atau kondisi produk yang berbeda dari yang dijanjikan atau dijelaskan oleh penjual. Ketidaksesuaian ini sering kali mengakibatkan kerugian atau kekecewaan bagi konsumen.

3. E-commerce

E-commerce atau perdagangan elektronik adalah kegiatan jual beli produk atau jasa melalui *platform* digital atau online. Dalam konteks hukum perlindungan konsumen, *e-commerce* mencakup *platform* daring yang memfasilitasi transaksi antara penjual dan pembeli, termasuk penjualan produk fisik atau digital. *E-commerce* di Indonesia diatur dalam sejumlah regulasi untuk memastikan keamanan, keadilan, dan transparansi bagi konsumen dan penjual.

¹² Siti Aisyah, "Hak-Hak Konsumen dalam Transaksi E-commerce," *Jurnal Hukum dan Masyarakat* 2, no. 3 (2022): 77-90.

4. Shopee

Shopee adalah salah satu *platform e-commerce* yang populer di Indonesia, yang menyediakan sarana bagi penjual untuk menawarkan produknya secara daring kepada konsumen. Shopee berperan sebagai perantara transaksi, menyediakan layanan pembayaran, pengiriman, serta fitur ulasan dan pengaduan bagi konsumen. Sebagai *platform e-commerce*, Shopee harus mematuhi regulasi yang berlaku di Indonesia, termasuk peraturan tentang perlindungan konsumen, untuk menjamin transaksi yang aman dan informasi produk yang akurat.¹³

F. Metode Penelitian

Penelitian adalah sarana untuk mengembangkan pengetahuan dan teknologi, metode yang tepat diperlukan saat mengumpulkan data. Ini harus sesuai dengan penelitian dan objek pengetahuan yang diteliti yang dipelajari untuk melakukan apa yang dapat dilakukan penelitian ini dapat tercapai. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

¹³ Aulia Rizki, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha dalam Perlindungan Konsumen di E-commerce," *Jurnal Hukum dan Ekonomi* 3, no. 1 (2023): 56-70.

1. Metode Pendekatan

Metode Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan yuridis normatif. Pendekatan ini mengedepankan kajian terhadap hukum yang tertulis, termasuk undang-undang dan peraturan yang berlaku, serta penerapan hukum dalam praktik. Metode ini sangat relevan untuk penelitian yang berfokus pada perlindungan konsumen, karena hukum yang mengatur transaksi *e-commerce* di Indonesia masih tergolong baru dan sering kali mengalami perubahan. Menurut Soerjono Soekanto, pendekatan yuridis normatif berupaya untuk memahami dan menjelaskan norma-norma hukum yang ada, serta implikasi dari norma-norma tersebut terhadap masyarakat.¹⁴ Dalam hal ini, peneliti akan menganalisis peraturan-peraturan yang mengatur tentang perlindungan konsumen di Indonesia, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta ketentuan-ketentuan lain yang terkait dengan transaksi elektronik.

2. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian dalam kajian ini adalah penelitian deskriptif analitis. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis

¹⁴ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, ed. 7 (Jakarta: UI Press, 2008), 42.

fakta-fakta yang berkaitan dengan perlindungan konsumen *di e-commerce*, khususnya terkait dengan ketidaksesuaian deskripsi produk. Penelitian deskriptif analitis tidak hanya berfokus pada penggambaran situasi hukum yang ada, tetapi juga melakukan analisis mendalam mengenai hubungan antara berbagai faktor yang mempengaruhi perlindungan konsumen. Dengan menggunakan spesifikasi ini, peneliti berharap dapat mengidentifikasi kelemahan dan tantangan dalam sistem perlindungan konsumen *di e-commerce*. Langkah ini penting untuk merumuskan rekomendasi yang dapat meningkatkan perlindungan konsumen dan mendorong penegakan hukum yang lebih baik di *platform e-commerce* seperti Shopee.¹⁵

3. Jenis dan Sumber data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data sekunder yang didapat dari informasi tertulis dalam dokumen-dokumen berbagai jenis. Informasi kedua ini meliputi bahan bacaan yang relevan seperti buku, artikel jurnal, dan peraturan undang-undang yang berhubungan dengan topik perlindungan konsumen dalam bisnis online, terutama di platform seperti Shopee. Dengan data sekunder, penelitian ini bisa menambah

¹⁵ H. Salim HS dan Erlies Septiana Nurbani, *Penerapan Teori Hukum pada Penelitian Tesis dan Disertasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 75.

pemahaman hukum tentang masalah deskripsi produk yang kurang tepat di platform digital. Sumber tersebut penting untuk memahami sejauh mana perlindungan konsumen dijalankan. Analisis dokumen hukum dan literatur akademis bisa memberikan wawasan tentang norma hukum dan implementasinya di lapangan. Penekanan pada analisis data sekunder membantu peneliti memahami kekuatan dan kelemahan aturan perlindungan konsumen. Hal ini penting di era pertumbuhan transaksi digital yang cepat dan risiko yang terkait. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, jurnal-jurnal hukum, dan penelitian terdahulu, peneliti dapat menilai hukum perlindungan konsumen yang berlaku saat ini dan dampaknya terhadap penanganan informasi produk yang tidak sesuai di *e-commerce*. Oleh karena itu, data sekunder tidak hanya digunakan sebagai acuan hukum tetapi juga sebagai cara untuk menganalisis peran regulasi dalam melindungi konsumen di era digital.

1. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari hasil penelitian perpustakaan (penelitian perpustakaan), dokumen, arsip, literatur, dan masalah teoretis. Data ini termasuk ide-ide dan konsep hukum yang berkaitan dengan subjek, serta ilmu forensik wajib yang digunakan dalam

analisis data dan masalah. Data sekunder terdiri dari dokumen hukum utama, dokumen hukum sekunder, dan dokumen hukum tersier.

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang berupa peraturan perundang-undangan. Dengan demikian, bahan hukum primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Ketentuan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- b) Pasal 28D ayat (1) UUD 1945.
- c) Peraturan Pemerintah No. 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan.
- d) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019.
- e) Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan sekunder adalah sumber yang mendukung dan melengkapi pemahaman tentang bahan hukum primer, seperti undang-undang dan peraturan lainnya. Dalam konteks penelitian ini, bahan hukum sekunder mencakup berbagai referensi yang memberikan analisis, penjelasan, dan interpretasi tentang perlindungan konsumen dalam *e-commerce*, serta ketidaksesuaian deskripsi produk.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier merupakan bahan hukum pelengkap yang memberikan penjelasan tambahan dan petunjuk atas bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Yang menjadi bahan hukum tersier meliputi Kamus Hukum, Ensiklopedia Hukum, Laporan Penelitian dan Kajian.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode data merupakan suatu upaya untuk mengumpulkan informasi atau data dari berbagai sumber yang relevan dengan penelitian. Dalam konteks penelitian ini, yang berfokus pada perlindungan konsumen terhadap deskripsi produk yang tidak sesuai di *e-commerce*, khususnya pada *platform* Shopee.

3. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif. Metode ini termasuk dalam jenis penelitian kualitatif yang bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai fenomena yang diteliti tanpa menggunakan angka atau statistik. Pengolahan data dilakukan dengan meneliti dan menganalisis informasi yang telah dikumpulkan dari berbagai sumber data diambil dengan meneliti bahan kepustakaan.

a. Studi Dokumen atau Bahan Pustaka

Studi Dokumen atau bahan pustaka sering dikenal dengan studi tulisan hukum yang merupakan metode analisis yang digunakan untuk menggali informasi dari sumber-sumber tertulis yang relevan. Mengumpulkan data dari berbagai literatur, termasuk buku, jurnal, peraturan perundang-undangan, dan dokumen resmi lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memahami kerangka hukum yang ada, mengevaluasi peraturan yang relevan, serta mendapatkan perspektif dari berbagai ahli di bidang hukum.

16

G. Sistematika Penulisan

Untuk mendeskripsikan dengan jelas dan mudah dipahami dalam penulisan skripsi ini, maka penulis menyusun sistematika dalam penulisan skripsi ini dengan 4 (empat) Bab yakni sebagai berikut:

¹⁶ Rina Amalia, "Peran Marketplace dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Konsumen," *Jurnal Teknologi dan Manajemen* 4, no. 2 (2022): 89-104.

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini, penulis menguraikan Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Terminologi, Metode Penelitian dan Sistematika Penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi pendahuluan yang terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Terminologi, Metode Penelitian dan Sistematika Penelitian.

BAB III HASIL PENELITIAN

Pada bab ini penulis memaparkan penjelasan yang sesuai dengan rumusan masalah.

BAB IV PENUTUP

Dalam bab ini, berisi rangkuman dari pembahasan yang didapat penulis atau kesimpulan yang berupa jawaban dari rumusan masalah dan saran yang berguna untuk perbaikan sebagai anjuran dari penulis untuk masa yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Konsumen

Individu atau kelompok yang membeli atau menggunakan produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka disebut konsumen. Kegiatan konsumen mendorong siklus produksi, distribusi, dan inovasi di pasar. Akibatnya, konsumen memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian. Produk dan layanan tidak memainkan nilai atau peran di pasar bahkan tanpa konsumen.

Konsumen dapat dikategorikan dalam berbagai kategori tergantung pada jenis barang atau jasa yang dibeli, tujuan penggunaan, atau bahkan preferensi dan perilaku mereka saat membeli barang-barang tertentu. Misalnya, orang-orang tertentu mungkin lebih tertarik pada merek tertentu atau kualitasnya, sementara orang lain akan lebih tertarik pada merek lain. Konsumen dapat dikategorikan dalam berbagai kategori, misalnya berdasarkan jenis barang atau jasa yang dibeli, tujuan penggunaan, atau bahkan preferensi dan perilaku mereka saat membeli barang. Misalnya,

orang-orang tertentu mungkin cenderung membeli barang dengan merek tertentu karena kesadaran merek atau kualitasnya, sementara orang lain mungkin lebih tertarik pada harga dan nilai ekonomisnya. Perusahaan harus memahami perilaku konsumen karena dapat membantu mereka membuat strategi pemasaran yang efektif dan membuat produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar.¹⁷

Selain itu, konsumen memiliki hak yang diatur hukum untuk menerima produk, pilihan, dan keamanan yang mereka gunakan. Konsumen sangat penting di banyak negara. Ini karena konsumen sering berada di tingkat yang lebih rendah daripada produsen dan perusahaan besar. Hak-hak ini meliputi hak untuk mendapatkan informasi yang akurat dan lengkap tentang produk, hak untuk mendapatkan perlindungan atas produk yang digunakan, hak untuk memilih, serta hak untuk menyampaikan keluhan jika merasa dirugikan oleh produk atau layanan yang diterima. Perlindungan hak konsumen semakin penting karena pasar global semakin kompleks dan ada banyak variasi produk yang tersedia. Perlindungan konsumen penting untuk menjaga kesejahteraan konsumen dan menciptakan pasar yang adil dan

¹⁷ Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2008), 45.

transparan. Di era digital, perilaku konsumen telah berubah secara signifikan. Konsumen zaman sekarang mengetahui banyak informasi produk dari internet dan media sosial.

2. Hak dan Kewajiban Konsumen

Hal ini sangat penting untuk mempertahankan keseimbangan transaksi antara konsumen dan produsen. Peran konsumen menekankan tanggung jawab untuk secara sadar dan tentu saja penggunaan produk atau layanan ini. Dalam konteks hukum Indonesia, hak dan kewajiban konsumen diatur secara rinci oleh rinci dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengenai perlindungan konsumen. Adapun penjelasan mengenai hak konsumen sesuai dengan ketentuan dalam undang-undang tersebut Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menetapkan hak-hak konsumen sebagai berikut:

a. Hak atas Kenyamanan, Keamanan, dan Keselamatan

Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan kenyamanan, keselamatan dan keamanan dalam konsumsi barang dan jasa.

b. Hak untuk Memilih Barang dan/atau Jasa

Konsumen berhak untuk memilih dan menerima barang dan jasa sesuai dengan nilai tukar dan ketentuan, dan berhak untuk menjamin komitmen mereka.

c. Hak atas Informasi yang Benar, Jelas, dan Jujur

Konsumen berhak mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

d. Hak untuk Didengar Pendapat dan Keluhannya

Konsumen berhak menyampaikan pendapat dan keluhan atas barang dan/atau jasa yang digunakan.

e. Hak untuk Mendapatkan Advokasi dan Perlindungan

Konsumen berhak memperoleh advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.

f. Hak untuk Mendapat Pembinaan dan Pendidikan Konsumen

Konsumen berhak mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.

g. Hak untuk Diperlakukan atau Dilayani secara Benar dan Tidak Diskriminatif

Konsumen berhak diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

h. Hak untuk Mendapatkan Kompensasi, Ganti Rugi, dan/atau Penggantian

Konsumen berhak memperoleh kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

i. Hak-hak yang Diatur dalam Ketentuan Peraturan Perundang-undangan Lainnya.

Konsumen berhak atas hak-hak lain yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Adapun penjelasan mengenai hak konsumen sesuai dengan ketentuan dalam Pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menetapkan kewajiban konsumen sebagai berikut:

a. Membaca atau Mengikuti Petunjuk Informasi dan Prosedur Pemakaian

Konsumen wajib membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.

b. Beritikad Baik dalam Melakukan Transaksi Pembelian

Konsumen wajib beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.

c. Membayar Sesuai dengan Nilai Tukar yang Disepakati

Konsumen wajib membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.

d. Mengikuti Upaya Penyelesaian Hukum Sengketa Perlindungan

Konsumen secara Patut

Konsumen wajib mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Dengan memahami dan melaksanakan hak serta kewajiban mereka, konsumen dapat membantu memperbaiki lingkungan perdagangan yang lebih adil dan transparan di Indonesia. Hak konsumen sangat penting karena memberikan perlindungan terhadap kenyamanan, keamanan, dan akses terhadap informasi yang akurat. Ini mendorong produsen untuk memberikan produk dan layanan berkualitas serta mematuhi standar keamanan. Di sisi lain, jika konsumen mematuhi petunjuk penggunaan dan bertindak dengan baik dalam bertransaksi, maka ini dapat membantu menjaga integritas dan kepercayaan dalam sistem perdagangan. Ketika konsumen memenuhi kewajiban mereka dengan baik, seperti membayar tepat waktu sesuai kesepakatan dan menggunakan produk dengan bijaksana, maka hubungan antara konsumen dan pelaku usaha akan menjadi saling menguntungkan. Penerapan hak dan kewajiban ini penting untuk melindungi konsumen secara

individu dan memperkuat sistem perlindungan konsumen nasional. Dengan begitu, para pelanggan turut mendorong terbentuknya lingkungan perdagangan yang bertanggung jawab. Produsen dan pelanggan berperan dalam menjaga kualitas dan keadilan pasar di Indonesia.¹⁸

3. Tujuan Perlindungan Konsumen dalam E-commerce

Mempunyai tujuan penting dan strategis dalam mempertahankan hak-hak konsumen di tengah perkembangan cepat perdagangan online. *E-commerce*, sebagai bentuk transaksi elektronik, mewakili berbagai risiko dibandingkan dengan transaksi tradisional, seperti kerentanan dalam keamanan data pribadi, seperti interaksi langsung yang terbatas antara konsumen dan produk. Oleh karena itu, perlindungan konsumen untuk *e-commerce* berfokus pada upaya untuk memastikan setiap transaksi aman, adil dan transparan. Oleh karena itu, perlindungan konsumen untuk *e-commerce* berfokus pada upaya untuk memastikan setiap transaksi aman, adil dan transparan. Adapun tujuan-tujuan utama dari perlindungan konsumen dalam *e-commerce*:

¹⁸ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 120.

a. Meningkatkan Kepercayaan dan Kenyamanan Konsumen dalam Transaksi Online.

Sebuah tujuan utama perlindungan konsumen dalam *e-commerce* adalah untuk membuat konsumen merasa percaya dan nyaman saat bertransaksi online. Pentingnya kepercayaan konsumen dalam perkembangan industri *e-commerce* terutama karena risiko transaksi online lebih besar dibandingkan transaksi langsung. Dengan perlindungan yang kuat, konsumen merasa aman saat berbelanja online karena hak-hak mereka terlindungi. Ketika pelanggan tahu bahwa ada aturan yang melindungi mereka dari penipuan dan memberikan cara untuk menyelesaikan masalah, mereka akan lebih percaya untuk berbelanja online.

b. Menjamin Keamanan dan Privasi Data Pribadi Konsumen

Pada saat berbelanja online, konsumen diwajibkan untuk melengkapi informasi pribadi seperti nama, alamat, nomor telepon, dan detail keuangan. Data ini adalah bukti berharga yang dapat dimanfaatkan secara tidak benar oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Maka, hal ini bertujuan untuk menjaga keamanan dan privasi data konsumen dengan menerapkan standar keamanan tinggi serta mengatur penggunaan data pribadi. Keamanan data sangat penting untuk melindungi

c. Menyediakan Informasi Produk yang Jelas, Akurat, dan Tidak Menyesatkan.

Jika melakukan belanja online, pelanggan diwajibkan untuk melengkapi informasi pribadi seperti nama, alamat, nomor telepon, dan detail keuangan. Data ini adalah bukti berharga yang dapat dimanfaatkan secara tidak benar oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Maka, perlindungan konsumen bertujuan untuk menjaga keamanan dan privasi data konsumen dengan menerapkan standar keamanan tinggi serta mengatur penggunaan data pribadi. Keamanan data sangat penting untuk melindungi informasi pribadi dari kebocoran atau penyalahgunaan yang dapat merugikan konsumen, seperti pencurian identitas atau akses ilegal ke akun keuangan.

d. Memberikan Mekanisme Penyelesaian Sengketa yang Cepat dan Efektif

Selama pembelian online, jika barang yang diterima sering tidak sesuai dengan item yang dijanjikan. Oleh karena itu, khususnya, perlindungan konsumen atas perdagangan dengan memastikan mekanisme resolusi konflik yang adil dan efisien. Konsumen harus dapat mengajukan keluhan dan menerima keputusan yang tepat. Misalnya, pengembalian dana, pertukaran barang, atau kompensasi lain. Menyelesaikan sengketa dengan

cepat dan adil sangat penting agar konsumen percaya dan merasa aman saat bertransaksi online.

e. Mencegah Praktik Curang dan Penipuan

Di dunia digital, ada kemungkinan orang yang tidak bertanggung jawab melakukan penipuan atau tindakan curang. Penipuan dalam *e-commerce* bisa terjadi melalui beberapa cara, misalnya penjualan produk palsu, promosi yang tidak sesuai, serta pengiriman barang yang tidak sesuai dengan deskripsi. Perlindungan konsumen di *e-commerce* bertujuan untuk mencegah praktik-praktik curang dengan membuat aturan yang jelas dan memberikan hukuman bagi orang yang melanggar. Dengan demikian, aturan ini tidak hanya memberikan perlindungan kepada pembeli dari kerugian, tetapi juga menciptakan lingkungan *e-commerce* yang sehat dan dapat dipercaya.

f. Memastikan Konsumen Menerima Produk atau Layanan yang Berkualitas

Konsumen berhak mendapatkan barang atau layanan sesuai standar kualitas yang dijanjikan oleh penjual. Perlindungan konsumen dalam *e-commerce* adalah untuk meyakinkan bahwa barang atau layanan yang dijual telah sesuai dengan standar kualitas yang baik, agar konsumen tidak merasa dirugikan. Jika ada masalah, pelanggan bisa mengajukan komplain atau

minta penggantian. Menjaga kualitas produk di pasar *e-commerce* adalah penting. Konsumen harus yakin mereka akan menerima nilai yang sesuai dengan harga yang mereka bayar.

g. Mendorong Pelaku Usaha untuk Mematuhi Etika Bisnis dan Regulasi yang Berlaku

Perlindungan konsumen dalam *e-commerce* bertujuan untuk memotivasi pelaku usaha agar berbisnis dengan etika dan mengikuti regulasi yang berlaku. Ketika aturan perlindungan konsumen ditegakkan, bisnis akan lebih cenderung untuk mengikuti standar yang ada dan memprioritaskan kepuasan konsumen. Dengan begitu, menciptakan lingkungan *e-commerce* yang lebih adil di mana konsumen dan penjual bisa saling interaksi dengan percaya dan menghormati.

h. Memperkuat Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen

Implementasi untuk melindungi konsumen di Indonesia merujuk pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bagian penting untuk menjaga keseimbangan dan keadilan dalam transaksi antara konsumen dan pelaku usaha. Tetapi, pelaksanaan perlindungan konsumen di lapangan tidak selalu lancar. Munculnya berbagai masalah dalam melindungi konsumen, seperti regulasi yang

kurang jelas, kurangnya kesadaran konsumen, dan pengawasan pemerintah yang belum memadai.

i. Kurangnya Kesadaran Konsumen terhadap Hak dan Kewajibannya

Salah satu masalah utama dalam melindungi konsumen adalah kesadaran konsumen yang rendah tentang hak dan kewajibannya. Banyak pelanggan tidak tahu bahwa mereka berhak mendapat barang atau jasa yang aman, berkualitas, dan tepat sesuai standar. Kurangnya pemahaman ini membuat konsumen menjadi tidak aktif dalam menghadapi praktek bisnis yang merugikan. Sehingga perlindungan konsumen sulit dilaksanakan dengan efektif. Kesadaran yang rendah ini juga membuat konsumen enggan untuk menuntut hak-hak mereka atau melapor tentang pelanggaran yang terjadi. Sehingga, banyak kasus perlindungan konsumen tidak tercatat atau tidak terselesaikan.

j. Keterbatasan Regulasi dan Kesenjangan dalam Penegakan Hukum

Kemungkinan regulasi yang ada belum cukup kuat atau lengkap untuk menangani pelanggaran terhadap konsumen, terutama di era digital seperti sekarang. Contohnya, *e-commerce* dan layanan digital berkembang pesat, sehingga dibutuhkan aturan khusus untuk mengatasi tantangan baru.

Selain itu, penerapan hukum yang tidak konsisten dan hukuman yang lemah terhadap pengusaha yang melanggar hak-hak konsumen membuat orang merasa bahwa mereka bisa melanggar aturan tanpa penalti yang berat. Ini menyebabkan sebagian pelaku usaha cenderung mengesampingkan hak-hak konsumen, sehingga perlindungan konsumen menjadi kurang efektif.

k. Pengawasan dan Penegakan Hukum yang Tidak Optimal

Jika tidak optimal akan menghambat perlindungan konsumen serta lembaga pengawas sering memiliki keterbatasan sumber daya seperti anggaran, tenaga kerja, dan teknologi. Akibatnya, pengawasan terhadap bisnis yang merugikan konsumen tidak dilakukan dengan baik. Selain itu, kerjasama antara lembaga pengawas berbeda kadang kurang efektif, sehingga penanganan kasus perlindungan konsumen menjadi lambat dan tidak efisien.

l. Kurangnya Edukasi Konsumen

Pengetahuan tentang hak-hak konsumen mengenai hak, kewajiban, dan metode perlindungan ketika transaksi tidak selalu ada di banyak negara, termasuk Indonesia. Konsumen tidak tahu apa yang harus dilakukan jika ada pelanggaran transaksi. Ini membuat konsumen kurang aktif dalam melindungi diri mereka dan lebih suka menerima begitu saja setiap masalah

yang datang. Pendidikan konsumen diperlukan agar orang dapat lebih kritis dan sadar saat menghadapi masalah saat bertransaksi.

m. Tantangan Teknologi dan Perkembangan Digital

Perkembangan teknologi dan digitalisasi menyebabkan tantangan baru dalam melindungi konsumen. Layanan-layanan baru seperti *e-commerce*, *financial technology (fintech)*, dan *platform* digital lainnya memiliki ciri yang berbeda dari transaksi konvensional. Ini memerlukan pendekatan perlindungan konsumen yang lebih fleksibel dan responsif terhadap perkembangan teknologi. Sayangnya, aturan dan badan pengawas seringkali tidak cepat beradaptasi dengan perubahan ini, sehingga pelanggaran hak konsumen di bidang digital sulit ditangani secara efektif. Risiko yang perlu diperhatikan dalam perlindungan konsumen adalah pencurian data, transaksi tidak aman, dan penipuan online.

n. Peran dan Partisipasi Masyarakat yang Masih Rendah

Keterlibatan aktif masyarakat adalah kunci dalam mendukung perlindungan konsumen sehingga banyak konsumen yang tidak mau melaporkan pelanggaran atau ketidakpuasan yang mereka alami. Penyebab hal ini bisa karena kurangnya kepercayaan terhadap cara mengadu atau rasa tidak mau terlibat dalam proses hukum. Jumlah orang yang ikut serta sangat sedikit, sehingga tidak ada yang memantau dengan baik pelanggaran hak

konsumen. Sebagai akibatnya, banyak kasus yang tidak diawasi oleh pemerintah atau lembaga terkait.

B. Tinjauan Aspek Tentang Hukum *E-commerce*

1. Pengertian E-commerce

Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) *e-commerce* adalah aktivitas yang mencakup semua transaksi jual beli barang atau jasa yang dilakukan secara online, contohnya melalui internet.¹⁹ Dalam Undang-Undang ITE, *e-commerce* dianggap sebagai pemakai teknologi informasi dan komunikasi untuk melakukan bisnis secara online. Kegiatan ini melibatkan transaksi perdagangan melalui media elektronik, mulai dari pembelian, penjualan, pemasaran, hingga distribusi barang atau jasa kepada pelanggan. Definisi ini meliputi semua aktivitas bisnis yang menggunakan teknologi digital, seperti B2B, B2C, atau C2C. Secara sederhana, *e-commerce* tidak hanya melakukan transaksi belanja online, tetapi juga melibatkan seluruh sistem perdagangan yang dimungkinkan oleh teknologi, seperti pembayaran

¹⁹ Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58.

online, pengiriman digital, dan perlindungan data saat bertransaksi. UU ITE menetapkan aturan yang mengatur *e-commerce*, termasuk perlindungan data pribadi konsumen dan keamanan informasi. Tujuannya adalah untuk membuat lingkungan *e-commerce* yang aman, efisien, dan terpercaya bagi semua orang yang terlibat.

2. Peraturan Hukum yang Mengatur E-commerce

Peraturan hukum yang mengatur *e-commerce* di Indonesia meliputi berbagai undang-undang yang memberikan dasar hukum bagi pelaksanaan transaksi elektronik serta melindungi hak-hak terhadap konsumen dalam ranah digital salah satu nya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) peraturan yang mengatur aktivitas digital di Indonesia, termasuk *e-commerce*. Itu dikeluarkan pada tahun 2008. UU ini untuk memberikan kepastian terhadap hukum untuk melakukan transaksi elektronik. Itu mencakup transaksi online, tanda tangan digital, perlindungan data pribadi, dan keamanan.²⁰ Dalam hal *e-commerce*, UU ITE memberitaukan bahwa transaksi barang dan jasa di media elektronik wajib sesuai dengan hukum yang ada agar konsumen dan pelaku

²⁰ Johan Sihombing, *Hukum Perdagangan Elektronik di Indonesia: Perlindungan Konsumen dan Kepastian Hukum* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2019), 54.

usaha memiliki panduan yang jelas saat bertransaksi online. Selain itu, Undang-Undang ITE menganggap tanda tangan digital sebagai bukti yang sah dan memiliki kemampuan hukum yang sama dengan tanda tangan konvensional. Hal ini memungkinkan dilakukannya kontrak atau perjanjian elektronik tanpa perlu pertemuan fisik. Undang-undang ini menetapkan aturan mengenai perlindungan data pribadi. Para pelaku usaha harus menjaga keamanan informasi konsumen yang digunakan dalam transaksi agar tidak disalahgunakan. Penerimaan bukti elektronik dalam penyelesaian sengketa juga diatur, email, pesan teks, atau dokumen digital lainnya bisa digunakan sebagai bukti sah dalam proses hukum. UU ITE juga memperhatikan keamanan dalam transaksi elektronik untuk melindungi konsumen dari penipuan atau kejahatan siber. Dengan peraturan-peraturan ini, UU ITE bertujuan membuat lingkungan transaksi online yang aman, nyaman, dan transparan. Selain itu, juga untuk mendorong perkembangan *e-commerce* dan ekonomi digital yang ada di Indonesia.

3. Regulasi E-commerce dan Perlindungan Konsumen di Indonesia

Regulasi *e-commerce* dan perlindungan konsumen di Indonesia membentuk kerangka hukum yang mengatur segala aktivitas jual beli secara online. Dengan pesatnya perkembangan teknologi digital dan semakin

maraknya transaksi online, regulasi ini menjadi paling berharga untuk membentuk lingkungan bisnis yang sehat dan melindungi hak-hak konsumen. Dengan perkembangan teknologi digital yang cepat dan semakin banyaknya transaksi online, regulasi ini penting untuk menjaga agar bisnis online berjalan dengan baik, adil, dan jujur. Aturan ini tidak hanya tentang cara bertransaksi, tapi juga tentang bagaimana pengusaha harus melindungi data pelanggan, mencantumkan informasi yang akurat, dan menawarkan barang sesuai deskripsi yang dijanjikan. Dengan adanya aturan ini, konsumen di Indonesia melindungi hak-hak mereka secara hukum, seperti hak untuk menerima produk yang aman dan berkualitas, informasi yang jelas, serta menyampaikan keluhan atau meminta kompensasi jika produk atau jasa yang tidak sesuai. Regulasi ini membuat konsumen merasa lebih percaya saat bertransaksi online karena mereka tahu bahwa hak-hak mereka dilindungi secara hukum. Namun, pelaku usaha juga harus melakukan bisnis dengan tanggung jawab, termasuk dalam hal kualitas produk dan layanan kepada konsumen. Pengakuan tanda tangan digital dan bukti elektronik sebagai bagian dari hukum membantu memastikan keamanan transaksi online. Pentingnya keamanan transaksi dan perlindungan data konsumen merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha. Mereka harus menjaga informasi pribadi konsumen dengan benar agar tidak

disalahgunakan oleh pihak yang tidak berhak. Ini semakin penting karena jumlah kejahatan di dunia maya yang sering mencari data pribadi sebagai sasarannya. Secara umum, aturan untuk regulasi *e-commerce* dan melindungi para konsumen di Indonesia tidak hanya dibuat untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dari risiko dan penipuan, tetapi juga untuk mendukung pertumbuhan yang baik dan berkelanjutan dalam ekosistem *e-commerce*. Dengan adanya peraturan yang jelas dan tegas, diharapkan kerangka hukum ini bisa mendorong pelaku usaha untuk terus berinovasi sambil menjaga prinsip transparansi dan keadilan dalam setiap transaksi. Untuk pembeli, aturan ini memberikan rasa aman dan nyaman saat berbelanja online, sehingga mereka bisa ikut serta dalam pertumbuhan ekonomi digital dengan percaya diri yang lebih besar.

4. Tantangan Hukum dalam Penegakan Regulasi E-commerce

Penegakan aturan *e-commerce* di Indonesia sulit karena banyak masalah hukum yang rumit. Pertumbuhan teknologi yang pesat sering kali lebih maju daripada pembuatan dan penyesuaian regulasi. Ini seringkali membuat regulasi yang ada kesulitan dalam mengikuti perkembangan transaksi elektronik, seperti munculnya model bisnis baru dan praktik transaksi yang tidak diatur dalam undang-undang yang berlaku. Salah satu

contohnya adalah bagaimana aturan yang sulit diikuti menyebabkan transaksi sulit dilakukan di *platform* media sosial yang sekarang juga digunakan sebagai pasar digital. Selain itu, rendahnya pemahaman konsumen tentang hak-hak mereka dalam transaksi *e-commerce* juga merupakan tantangan besar. Banyak orang belum tahu hak perlindungan konsumen yang dijamin oleh undang-undang. Mereka biasanya tidak melapor atau menuntut jika merasa hak mereka dilanggar. Hal ini membuat sulit bagi penegak hukum untuk mengawasi dengan baik pelaku usaha, sehingga potensi pelanggaran tidak terpantau secara menyeluruh serta kurang koordinasi antara lembaga pengawas dan penegak hukum dalam melaksanakan fungsi pengawasan.²¹

Di Indonesia, regulasi *e-commerce* melibatkan beberapa lembaga, seperti Kementerian Komunikasi dan Informatika, Kementerian Perdagangan, serta Badan Perlindungan Konsumen Nasional. Koordinasi yang tidak efektif sering membuat penanganan masalah *e-commerce* berjalan lambat atau bertabrakan, sehingga menimbulkan ketidakpastian hukum bagi konsumen dan pelaku usaha. Masalah perlindungan data pribadi

²¹ Endang Sari Astuti, *Perlindungan Konsumen di Era Digital* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2020), 45.

juga menjadi tantangan yang serius. Walaupun sudah berlaku dalam Undang-Undang Informasi serta Transaksi Elektronik, kebocoran data pribadi konsumen masih sering terjadi. Data tersebut sering dimanfaatkan untuk kepentingan komersial atau bahkan menjadi target penipuan. Perlindungan data menjadi semakin penting karena ada peningkatan kejahatan siber yang menargetkan data konsumen. Kurangnya sanksi yang memberatkan terhadap pelaku usaha yang tidak menjaga data konsumen dengan baik menghambat penegakan hukum di sektor ini. Selain itu, pengawasan terhadap *platform e-commerce* asing yang beroperasi di Indonesia tanpa perwakilan resmi juga terbatas, yang membuatnya menjadi sebuah tantangan. Banyak *platform* dari luar negeri tidak patuh pada aturan Indonesia. Hal ini membuat pemerintah kesulitan menegakkan hukum jika ada masalah dengan konsumen di *platform* tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa kerja sama antar negara sangat penting untuk melindungi konsumen saat bertransaksi lintas batas. Secara keseluruhan, tantangan ini menunjukkan bahwa meskipun regulasi *e-commerce* di Indonesia sudah berkembang, masih diperlukan usaha lebih dalam menyelaraskan hukum, mengedukasi konsumen, memperkuat sanksi, serta berkoordinasi antar lembaga agar penegakan hukum dalam regulasi *e-commerce* berjalan efektif demi melindungi hak-hak konsumen di era digital.

C. Tinjauan *E-commerce* menurut Hukum Islam

1. Prinsip-Prinsip Dasar Transaksi E-commerce Menurut Hukum Islam

Dalam Islam, transaksi *e-commerce* harus sesuai dengan prinsip-prinsip dasar akad ekonomi agar adil, dipercayai, dan bermanfaat bagi semua pihak. Prinsip-prinsip ini didasarkan pada integritas kejujuran, keterbukaan, dan ketentuan hukum Islam yang melarang segala bentuk penipuan, ketidakpastian, serta ketidakadilan. Prinsip kesepakatan bersama atau ridha adalah ketika penjual dan pembeli setuju secara sukarela tanpa ada paksaan dalam transaksi. Ini adalah hal pertama yang harus terjadi. Prinsip keadilan dan kejujuran menyatakan bahwa penjual harus mencantumkan informasi yang benar dan lengkap tentang produk yang dijual, termasuk kualitas dan kondisi barang. Kemudian, prinsip transparansi menuntut agar semua informasi tentang produk, biaya, dan proses transaksi disampaikan dengan jelas agar konsumen dapat membuat keputusan yang tepat. Satu prinsip penting lainnya adalah larangan gharar, yaitu ketidakpastian berlebihan. Ini artinya penjual harus menjelaskan produk secara detail agar pembeli tidak menghadapi risiko ketidaktahuan atau kesalahpahaman. Selain itu, prinsip larangan riba juga melarang adanya tambahan yang memberatkan konsumen, misalnya bunga yang tidak sesuai

dengan nilai produk. Pentingnya prinsip amanah atau kepercayaan adalah bahwa setiap orang harus memenuhi kewajiban dan janji mereka sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat. Prinsip-prinsip ini bertujuan untuk memastikan transaksi *e-commerce* berjalan adil, jujur, dan sesuai dengan syariat Islam.

a. Prinsip Ridha atau Kesepakatan Bersama (Al-Ridha wa al-Taradhi)

Islam mengajarkan bahwa setiap transaksi harus disetujui oleh kedua belah pihak yang terlibat. Prinsip ridha menekankan pentingnya menjalani transaksi tanpa paksaan atau tekanan, sehingga persetujuan dalam transaksi berdasarkan kesepakatan yang tulus. Dalam *e-commerce*, prinsip ini mengharuskan konsumen dan penjual untuk setuju dengan jelas tentang harga, deskripsi produk, dan syarat transaksi. Contohnya, pelanggan harus memahami dan menyetujui semua aturan yang telah ditetapkan penjual, seperti kebijakan pengembalian barang atau garansi produk. Setiap transaksi harus dilakukan atas dasar kesepakatan bersama, tanpa adanya paksaan atau manipulasi. Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

"Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu." (QS. An-Nisa: 29)

b. Prinsip Keadilan dan Kejujuran (Al-‘Adl wa al-Shidq)

Prinsip keadilan dan kejujuran adalah dasar penting dalam transaksi menurut hukum Islam. Islam tidak memperbolehkan perlakuan yang dapat merugikan orang lain. Dalam *e-commerce*, penjual harus memberikan informasi yang detail terkait barang atau jasa yang dijual, seperti kualitas, spesifikasi, dan kondisinya. Keadilan juga memerlukan agar harga yang ditawarkan tidak terlalu tinggi dan sesuai dengan nilai barang atau jasa yang diberikan. Menipu atau memanipulasi informasi tentang produk untuk menarik konsumen dilarang dalam Islam karena dapat merusak kepercayaan dan menyebabkan ketidakadilan. Islam mengajarkan kejujuran dalam memberikan informasi produk agar konsumen tidak dirugikan. Allah SWT berfirman:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُواهُمْ أَوْ وَزَنُوا لَهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

"Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam timbangan dan takaran), yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain), mereka mengurangi." (QS. Al-Mutaffifin: 1-3)

c. Prinsip Transparansi atau Keterbukaan (Al-Shafafiyyah)

Islam menekankan bahwa transaksi harus jelas dan terbuka. Transparansi berarti semua orang, seperti penjual dan pembeli, dapat melihat informasi penting tentang produk atau jasa yang diperdagangkan. Dalam dunia *e-commerce*, penjual harus memberikan informasi lengkap dan akurat tentang produknya. Mereka tidak boleh menyembunyikan hal-hal yang bisa mempengaruhi keputusan para pembeli. Transparansi dalam *e-commerce* termasuk informasi tentang biaya tambahan, proses pembayaran, dan waktu pengiriman. Hal ini membantu pembeli untuk membuat keputusan yang tepat. Islam menekankan pentingnya keterbukaan informasi dalam transaksi. Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُبَ
بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ
وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسَ مِنْهُ شَيْئًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا
يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رَجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُنَا
رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكَّرَ إِحْدَاهُمَا
الْأُخْرَىٰ وَلَا يَأْبَ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا وَلَا تَسْمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلِهِ
ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً
تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا بُضَارًا كَاتِبٌ وَلَا
شَهِيدٌ وَإِنْ تَفْعَلُوا فَإِنَّهُ فُسُوقٌ بِكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿٢٨٢﴾

" Wahai orang-orang yang beriman, apabila kamu berutang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu mencatatnya. Hendaklah seorang pencatat di antara kamu menuliskannya dengan benar. Janganlah pencatat menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajar-kan kepadanya. Hendaklah dia mencatat(-nya) dan orang yang berutang itu mendiktekan(-nya). Hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya, dan janganlah dia menguranginya sedikit pun. Jika yang berutang itu orang yang kurang akalnya, lemah (keadaannya), atau tidak mampu mendiktekan sendiri, hendaklah walinya mendiktekannya dengan benar. Mintalah kesaksian dua orang saksi laki-laki di antara kamu. Jika tidak ada (saksi) dua orang laki-laki, (boleh) seorang laki-laki dan dua orang perempuan di

antara orang-orang yang kamu sukai dari para saksi (yang ada) sehingga jika salah seorang (saksi perempuan) lupa, yang lain mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu menolak apabila dipanggil. Janganlah kamu bosan mencatatnya sampai batas waktunya, baik (utang itu) kecil maupun besar. Yang demikian itu lebih adil di sisi Allah, lebih dapat menguatkan kesaksian, dan lebih mendekatkan kamu pada ketidakraguan, kecuali jika hal itu merupakan perniagaan tunai yang kamu jalankan di antara kamu. Maka, tidak ada dosa bagi kamu jika kamu tidak mencatatnya. Ambillah saksi apabila kamu berjual beli dan janganlah pencatat mempersulit (atau dipersulit), begitu juga saksi. Jika kamu melakukan (yang demikian), sesungguhnya hal itu suatu kefasikan padamu. Bertakwalah kepada Allah, Allah memberikan pengajaran kepadamu dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu." (QS. Al-Baqarah: 282)

d. Prinsip Larangan Gharar (Ketidakpastian Berlebihan)

Gharar adalah ketidakpastian yang berlebihan dalam transaksi, yang dilarang dalam hukum Islam. Dalam *e-commerce*, larangan gharar berarti penjual harus menghindari ketidakjelasan yang dapat menimbulkan keraguan atau kebingungan pada pihak pembeli. Gharar bisa terjadi kalau produk yang ditawarkan tidak dijelaskan secara detail atau ada

ketidakpastian besar tentang kualitas atau kondisi barang. Maka, penjual harus memberikan penjelasan yang jelas agar pembeli mengerti sepenuhnya barang yang mereka beli. Ketidakpastian yang dapat merugikan pembeli dilarang dalam Islam. Rasulullah SAW dalam hadits Abu Hurairah yang berbunyi :

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحَصَاةِ وَعَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ

"Sesungguhnya Nabi SAW melarang jual beli yang mengandung gharar (ketidakpastian atau ketidakjelasan)." (HR. Muslim)

e. Prinsip Larangan Riba

Islam tidak memperbolehkan riba yang dikenakan secara tidak adil dalam sebuah transaksi. Dalam *e-commerce*, ini berlaku untuk skema pembayaran tanpa riba, seperti bunga cicilan pada pembelian. Islam mengizinkan transaksi yang adil seperti pembayaran tunai atau cicilan tanpa bunga. Oleh karena itu, penjual online yang menyediakan opsi pembayaran kredit atau cicilan harus memastikan bahwa sistem tersebut adil dan tidak memberatkan konsumen secara berlebihan. Transaksi *e-commerce* harus bebas dari riba atau tambahan yang memberatkan secara tidak adil. Allah SWT berfirman:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا
 إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا
 سَلَفَتْ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

" Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya." (QS. Al-Baqarah: 275)

f. Prinsip Amanah (Kepercayaan dan Tanggung Jawab)

Islam menjelaskan bahwa pentingnya amanah atau tanggung jawab dalam semua transaksi. Dalam *e-commerce*, amanah berarti penjual harus memenuhi semua janji yang telah disepakati dalam iklan atau deskripsi produk. Contohnya, jika penjual berjanji akan mengirimkan barang dalam waktu tertentu, maka janji itu harus ditepati. Pembeli juga harus membayar tagihan tepat waktu. Menjaga kepercayaan dan hubungan baik antara

penjual dan pembeli adalah penting agar transaksi dapat dilakukan dengan tanggung jawab penuh. Prinsip amanah menekankan agar setiap pihak memenuhi janji dan kewajibannya. Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمَانَاتِكُمْ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا

تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمَانَاتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٢٧﴾

" Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul serta janganlah kamu mengkhianati amanat yang dipercayakan kepadamu, sedangkan kamu mengetahui." (QS. Al-Anfal: 27).

ini sangat penting tentang keadilan, keterbukaan, dan tanggung jawab dalam transaksi *e-commerce* sesuai syariat Islam, memastikan bahwa setiap transaksi dilaksanakan dengan integritas dan berkah.

g. Prinsip Larangan Penipuan (Tadlis)

Penipuan dalam transaksi, yang disebut tadlis, adalah dilarang dalam Islam. Penipuan bisa terjadi dengan memberikan informasi palsu, menyembunyikan kecacatan barang, atau menggunakan strategi manipulatif lainnya yang dapat menipu konsumen. Di dunia *e-commerce*, penjual tidak boleh menggunakan gambar produk yang tidak sesuai dengan barang asli atau menyembunyikan informasi penting tentang kondisi barang. Islam

menegaskan bahwa pentingnya kejujuran dalam bertransaksi untuk mencegah kerugian pada pihak manapun. Prinsip larangan penipuan (tadlis) juga ditekankan dalam Al-Qur'an. Allah SWT mengingatkan setiap orang berlaku jujur dan tidak berbuat curang dalam urusan perdagangan. Dalam Surah Al-Mutaffifin, Allah SWT memberikan peringatan keras bagi orang-orang yang menipu dalam takaran dan timbangan:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُواهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

"Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam timbangan dan takaran), yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain), mereka mengurangi." (QS. Al-Mutaffifin: 1-3).

Ayat ini mengajarkan bahwa kecurangan dalam perdagangan, baik dengan menipu dalam takaran, kualitas, atau informasi barang, sangat dilarang dalam Islam. Allah SWT menekankan keras terhadap orang yang melakukan tadlis karena tindakan ini merusak keadilan dan merugikan orang lain. Prinsip ini juga berlaku dalam transaksi *e-commerce*, di mana

penjual harus bersikap jujur dan tidak menyembunyikan informasi mengenai produk, sehingga pembeli tidak merasa ditipu atau dirugikan.²²

2. Perlindungan Hak Konsumen dalam E-commerce Menurut Hukum Islam

Perlindungan hak konsumen dalam *e-commerce* menurut hukum Islam merupakan topik yang sangat penting dan relevan. Ini terkait dengan pesatnya teknologi dan semakin banyaknya transaksi daring dilakukan di seluruh dunia, termasuk di negara-negara mayoritas Muslim. Pengajaran Islam menyatakan bahwa setiap transaksi harus menguntungkan semua pihak yang terlibat, agar tidak ada yang merasa dirugikan atau diperlakukan tidak adil. Dalam *e-commerce*, penjual dan pembeli berinteraksi melalui media elektronik tanpa bertemu langsung. Kedua pihak harus jaga integritas dan amanah saat bertransaksi. Prinsip dasar perlindungan konsumen di bidang ini meliputi persetujuan bersama, integritas dan transparansi. Ridha atau perjanjian bersama mengharuskan setiap transaksi dipaksakan atau dioperasikan di satu sisi berdasarkan analog. Ini penting. Ini karena ketika membeli secara online, pelanggan sering harus mengandalkan informasi penjual dan tidak memiliki kesempatan untuk melihat atau mencoba produk

²² Adiwarman Azwar Karim, *Ekonomi Islam: Suatu Kajian Kontemporer* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013), 150.

secara langsung. Islam melarang segala bentuk manipulasi atau paksaan dalam transaksi, seperti yang disebutkan dalam Al-Qur'an,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

" Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu." (QS. An-Nisa (29).

Dalam perdagangan online, penting untuk memberikan informasi yang akurat dan jujur tentang penjualan yang dijual penjual. Ini memungkinkan konsumen untuk membuat keputusan yang tepat tanpa merasa salah. Prinsip integritas dalam Islam juga menekankan pentingnya memberikan informasi yang benar tentang produk atau layanan yang dijual. Dalam e-commerce, ini berarti bahwa penjual harus jujur dengan kesenjangan dan kerugian produk yang dapat mempengaruhi konsumen. Misalnya, jika produk memiliki cacat produksi atau kualitas yang lebih rendah daripada standar, jelas melaporkan produk dalam deskripsi produk. Dalam Hadis, Utusan Allah mengatakan bahwa orang-orang yang tertipu

bukan bagian dari orang-orang mereka. Muslim). Menurut prinsip ini, Islam tidak mengizinkan penipuan dalam bentuk apa pun dan mendorong peserta komersial untuk jujur dan transparan kepada konsumen setiap saat. Dengan kata lain, pasokan produk jujur ke produk sangat penting dalam melindungi hak-hak konsumen di bawah hukum Islam. Penjual perlu mempertahankan integritas dan mempertahankan kepercayaan konsumen. Transparansi juga merupakan prinsip mendasar dari hukum Islam yang terkait dengan perlindungan konsumen. Islam mengajarkan pentingnya memberikan informasi yang jelas dan lengkap tentang produk, harga, biaya tambahan dan peraturan lainnya di setiap transaksi.

Dalam Al-Qur'an disebutkan pentingnya mencatat atau menuliskan ketentuan dalam muamalah untuk menghindari perselisihan di kemudian hari. Allah SWT berfirman,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَى أَجَلٍ لَّيَّاهُ الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسَ مِنْهُ شَيْئًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رَجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتْنِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكِّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَى وَلَا يَأْبَ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا وَلَا تَسْمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ

كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلٍ ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
 حَاضِرَةً يُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهَدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارَّ
 كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ ۚ وَإِنْ تَفْعَلُوا فَإِنَّهُ فُسُوقٌ بِكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ
 عَلِيمٌ ﴿٢٨٢﴾

" Wahai orang-orang yang beriman, apabila kamu berutang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu mencatatnya. Hendaklah seorang pencatat di antara kamu menuliskannya dengan benar. Janganlah pencatat menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajar-kan kepadanya. Hendaklah dia mencatat(-nya) dan orang yang berutang itu mendiktekan(-nya). Hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya, dan janganlah dia menguranginya sedikit pun. Jika yang berutang itu orang yang kurang akalnya, lemah (keadaannya), atau tidak mampu mendiktekan sendiri, hendaklah walinya mendiktekannya dengan benar. Mintalah kesaksian dua orang saksi laki-laki di antara kamu. Jika tidak ada (saksi) dua orang laki-laki, (boleh) seorang laki-laki dan dua orang perempuan di antara orang-orang yang kamu sukai dari para saksi (yang ada) sehingga jika salah seorang (saksi perempuan) lupa, yang lain mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu menolak apabila dipanggil. Janganlah kamu bosan mencatatnya sampai batas waktunya, baik (utang itu) kecil maupun besar. Yang demikian itu lebih adil di sisi Allah, lebih dapat menguatkan kesaksian, dan lebih mendekatkan kamu

pada ketidakraguan, kecuali jika hal itu merupakan perniagaan tunai yang kamu jalankan di antara kamu. Maka, tidak ada dosa bagi kamu jika kamu tidak mencatatnya. Ambillah saksi apabila kamu berjual beli dan janganlah pencatat mempersulit (atau dipersulit), begitu juga saksi. Jika kamu melakukan (yang demikian), sesungguhnya hal itu suatu kefasikan padamu. Bertakwalah kepada Allah, Allah memberikan pengajaran kepadamu dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu." (QS. Al-Baqarah: 282).

Ayat ini menunjukkan bahwa berharganya transparansi dalam transaksi adalah untuk mencegah kehilangan atau penipuan pihak yang terlibat. Dalam belanja online, transparansi ini mencakup penjelasan yang jelas tentang kebijakan pengembalian produk, garansi dan biaya pengiriman. Ini membantu konsumen memahami hak dan kewajiban mereka dalam transaksi. Islam telah melarang praktik kebohongan, yang merupakan ketidakpastian yang tidak semestinya dalam transaksi. Ini penting dalam *e-commerce*, di mana konsumen hanya dapat melihat gambar dan deskripsi produk tanpa melihat secara langsung. Dalam *e-commerce*, barang dapat terjadi jika penjual tidak memberikan informasi yang tepat dan tidak menyembunyikan informasi penting tentang produk. Rasulullah tidak mengizinkan membeli dan menjual, termasuk unsur -unsur ketidakpastian, karena dapat menyebabkan kerugian dan kekecewaan bagi pihak yang terluca. Akibatnya, dalam perdagangan,

Islam mengharuskan penjual untuk menghindari Galala dan memberikan deskripsi produk yang benar dan transparan, sehingga konsumen memastikan untuk memasukkan produk yang dibeli dengan benar. Larangan di dalam Islam juga digunakan dalam transaksi perdagangan elektronik. Peningkatan ini dilarang dalam Islam karena dapat melukai konsumen dan tidak adil dalam transaksi. Pengusaha *e-commerce* harus berhati-hati untuk tidak menambahkan bunga tambahan atau pengeluaran yang tidak hanya dibandingkan dengan konsumen. Prinsip-prinsip ini memberikan panduan yang jelas tentang bagaimana transaksi perdagangan elektronik dapat dilakukan dalam hal hak dan kepentingan konsumen. Hukum Islam memberikan pedoman etis dan hukum dan perlindungan hukum untuk transaksi komersial. Oleh karena itu, pelanggan *e-commerce* yang mengikuti prinsip-prinsip hukum syariah Islam mungkin merasa lebih aman dan adil dan dilindungi oleh hak, tetapi penjual harus jelas, integritas dan keadilan dalam setiap transaksi. Prinsip ini memperkuat tidak hanya hubungan penjual pelanggan, tetapi juga kepercayaan yang stabil pada sistem perdagangan online yang adil dan moral.

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Mekanisme Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Shopee

Platform belanja online seperti Shopee sangat populer di Indonesia. Orang-orang sering menggunakan platform ini untuk membeli berbagai barang secara online. *Platform* ini menjadi sangat populer karena mudah untuk bertransaksi, banyak pilihan produk, dan seringkali dengan harga yang lebih murah. Namun, banyak transaksi digital menyajikan masalah baru yang terkait dengan perlindungan konsumen, terutama ketika produk yang diperoleh tidak memenuhi deskripsi ini. Kesalahpahaman tentang kesalahan deskripsi produk sering membuat suplemen dan menyakiti konsumen. Bergantung pada deskripsi penjual, konsumen yang membeli produk pada *platform* seperti Shopee sering merasa curang jika produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan. Ini mungkin berarti bahwa objek yang diterima akan memiliki karakteristik teknis, ukuran, warna, atau kualitas yang sangat berbeda dari yang diumumkan. Kerugian yang diderita konsumen sering karena mereka menimbulkan pertanyaan tentang *platform e-commerce* dan tanggung jawab hukum penjual individu.

1. Dasar Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia

Perlindungan konsumen di Indonesia diatur oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini diadopsi untuk mempertahankan hak-hak konsumen dalam membeli barang dan jasa serta mencegah konsumen menjadi korban praktik-praktik komersial yang tidak adil. Satu hal penting tentang undang-undang ini terletak pada kenyataan bahwa subjek komersial harus memberikan informasi yang akurat, jelas, dan jujur tentang produk atau layanan yang mereka berikan kepada konsumen. Pasal 4 Undang-Undang (UU) Nomor 8 Tahun 1999 melindungi konsumen dan menyediakan akses ke informasi yang akurat dan jelas tentang produk yang mereka beli. Jika informasi tentang produk situs *e-commerce* benar atau tidak percaya diri, konsumen dapat meminta kompensasi atau membatalkan transaksi sesuai dengan hukum. Pasal 7 Undang-Undang (UU) Nomor 8 Tahun 1999 menyatakan bahwa subjek komersial harus memberikan informasi yang jelas mengenai barang atau jasa yang dijual, termasuk risiko yang mungkin timbul dari produk dan penjual harus bertanggung jawab untuk menjelaskan produk yang telah dijual. Jika penjelasannya tidak sesuai dengan fakta, penjual dapat dituduh melanggar hak-hak konsumen.

2. Tanggung Jawab Platform E-commerce

Perlindungan konsumen di Indonesia diatur oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Mengenai perlindungan konsumen, undang-undang ini diadopsi untuk mempertahankan hak-hak konsumen dalam membeli barang dan jasa serta mencegah konsumen menjadi korban praktik-praktik komersial yang tidak adil. Satu hal penting tentang undang-undang ini terletak pada kenyataan bahwa subjek komersial harus memberikan informasi yang akurat, jelas, dan jujur tentang produk atau layanan yang mereka berikan kepada konsumen. Pasal 4 Undang-Undang (UU) Nomor 8 Tahun 1999 Melindungi konsumen dan menyediakan akses terhadap informasi yang akurat dan jelas tentang produk yang mereka beli. Jika informasi tentang produk pada situs *e-commerce* tidak benar atau menimbulkan ketidakpercayaan, konsumen dapat meminta kompensasi atau membatalkan transaksi sesuai dengan ketentuan hukum. Pasal 7 Undang-Undang (UU) Nomor 8 Tahun 1999 Menyatakan bahwa subjek komersial harus memberikan informasi yang jelas mengenai barang atau jasa yang dijual, termasuk risiko yang mungkin timbul dari produk dan penjual harus bertanggung jawab untuk menjelaskan produk yang dijualnya. Jika penjelasannya tidak sesuai dengan fakta, penjual dapat dituduh melanggar hak-hak konsumen.

3. Perlindungan Konsumen melalui Kebijakan Pengembalian dan Klaim

Salah satu cara perlindungan bagi pengguna Shopee adalah dengan menggunakan kebijakan pengembalian barang atau klaim. Menurut kebijakan Shopee, pembeli bisa mengembalikan atau mengajukan klaim jika produk yang diperoleh tidak sesuai dengan deskripsi di halaman produk. Shopee memberikan fasilitas pengembalian barang dalam batas waktu tertentu setelah barang diterima. Jika produk yang diperoleh tidak sesuai dengan deskripsi atau rusak, konsumen bisa minta uang kembali atau tukar barang. Proses ini dibuat untuk memberikan perlindungan terhadap hak konsumen dan memberikan solusi yang adil bagi konsumen yang merasa dirugikan. Namun, meskipun Shopee telah menyediakan mekanisme ini, seringkali ada kesulitan dalam memenuhi persyaratan dan prosedur yang mungkin rumit atau memakan waktu lama. Maka, konsumen perlu tahu aturan dan hak-hak mereka serta memastikan mengikuti langkah yang benar untuk menggunakan kebijakan pengembalian atau klaim dengan tepat.

4. Dampak terhadap Konsumen dan Upaya Perlindungan Lebih Lanjut

Kerugian yang dialami oleh pembeli karena deskripsi produk yang tidak akurat tidak hanya berdampak pada uang mereka tetapi juga bisa

merusak kepercayaan mereka pada *platform e-commerce*. Pelanggan yang merasa kerugian mungkin akan beralih ke *platform* lain atau berhenti berbelanja online sama sekali. Ini akan berdampak pada reputasi *platform e-commerce* seperti Shopee. Oleh karena itu, perlindungan konsumen harus terus ditingkatkan. Selain kebijakan pengembalian barang dan klaim, Shopee juga bisa memperketat pengawasan terhadap penjual serta memeriksa deskripsi produk yang diunggah untuk memastikan kebenarannya. Penjual yang melanggar aturan ini dapat dikenakan sanksi atau dihapus dari *platform*. Peningkatan pengetahuan kepada konsumen tentang hak-hak mereka juga perlu dilakukan. Konsumen harus tahu bagaimana cara mengajukan klaim, mengenali produk yang sesuai dengan deskripsi, serta menggunakan fasilitas pengembalian barang atau pengembalian uang dengan benar bagi konsumen yang merasa dirugikan akibat deskripsi produk yang tidak akurat di Shopee sangat penting. Hal ini untuk memastikan transaksi online berjalan dengan adil dan jelas. Walaupun Shopee dan platform lain memiliki mekanisme pengembalian barang, konsumen masih dihadapkan dengan kesulitan dalam memastikan deskripsi produk dari penjual. Karenanya, diperlukan pengawasan yang lebih ketat terhadap penjual dan penyuluhan kepada konsumen agar hak-hak mereka terlindungi dengan baik. Hubungan antara pemerintah, *platform*

e-commerce, dan konsumen diperlukan untuk menciptakan ekosistem *e-commerce* yang lebih aman dan adil. Deskripsi produk yang tidak akurat di *platform e-commerce* seperti Shopee bisa memberi dampak buruk kepada banyak orang, terutama para pembeli. Jika produk yang diperoleh tidak sesuai dengan informasi yang diberikan, konsumen akan mengalami kerugian uang karena harus mengeluarkan biaya tambahan untuk mengembalikan barang atau membeli barang baru yang sesuai. Selain itu, pengalaman belanja yang kurang memuaskan juga bisa membuat konsumen kecewa. Hal ini membuat konsumen kehilangan kepercayaan pada *platform e-commerce* tersebut karena mereka merasa informasi yang diberikan tidak dapat dipercaya. Kejadian yang terulang tanpa penyelesaian yang baik dapat merusak reputasi Shopee dan membuat konsumen kehilangan minat untuk berbelanja di *platform* tersebut. Dampak lainnya adalah timbulnya perselisihan hukum antara pembeli dan penjual. Jika deskripsi barang tidak sesuai dengan yang diterima, konsumen dapat menuntut ganti rugi atau menyelesaikan masalah melalui mediasi. Hak konsumen untuk informasi yang benar dan jujur diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999. Jika hak ini dilanggar, konsumen dapat melakukan tuntutan. Selain itu, ketika pelanggan ingin mengembalikan atau menukar barang yang tidak sesuai, ini akan menambah beban bagi penjual

dan Shopee sebagai *platform* jual beli online. Proses tersebut melibatkan biaya tambahan, tenaga, dan waktu untuk mengurus retur, memverifikasi produk, dan mengembalikan uang pembeli. Kenaikan biaya operasional mengurangi keuntungan penjual dan *platform*. Deskripsi produk yang tidak sesuai tidak hanya merugikan konsumen, tetapi juga dapat mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap *platform* tersebut. Konsumen yang merasa kecewa akan mencari *platform* belanja online lain yang lebih dapat dipercaya. Hal ini dapat membuat Shopee kehilangan pelanggan setia dan mengalami penurunan pengguna aktif. Ketidaksetiaan konsumen merugikan reputasi Shopee dalam jangka panjang, terutama jika konsumen yang tidak puas membagikan pengalaman negatifnya di media sosial atau ulasan aplikasi. Deskripsi yang tidak sesuai bisa merusak citra dan bisnis penjual di *platform*. Ulasan negatif dari konsumen akan memengaruhi keputusan konsumen lain untuk belanja di toko tersebut. Jika penjual tidak memperbaiki kualitas deskripsi, Shopee bisa memberikan peringatan atau menangguhkan akun mereka. Hal ini bisa berdampak buruk pada bisnis penjual. Secara keseluruhan, deskripsi produk yang tidak benar dapat berdampak buruk pada pengalaman belanja online. Ini dapat merugikan konsumen dan penjual, serta merusak reputasi *platform e-commerce*. Kolaborasi antara Shopee, penjual, dan konsumen dalam menjaga informasi

yang jelas akan membuat belanja online lebih aman dan terpercaya. Platform di mana Shopee akan meningkatkan pengawasan informasi produk, memberikan konsumen penelitian tentang hak-hak mereka, dan membuat pembelian online lebih adil dan andal. Dalam situasi ini, pelanggan dapat melaporkan penjual yang tidak bertanggung jawab atas toko. Pembeli menerima tindakan yang tepat, seperti menanggapi akun penjual, sesuai dengan kebijakan platform. Jika peraturan melalui platform tidak memuaskan, konsumen dapat mengajukan keluhan melalui agen penyelesaian sengketa konsumen atau saluran hukum yang relevan. Penting bagi konsumen untuk merekam semua bukti produk yang tidak pantas, termasuk foto produk, deskripsi produk dan pesan dengan penjual. Bukti ini membantu konsumen membuktikan tuduhan mereka saat menyelesaikan perselisihan. Menggunakan mekanisme yang ada, termasuk hak-haknya, konsumen dapat melindungi diri dari metode penjualan yang berbahaya. Kami juga memberikan pengalaman berbelanja yang aman dan memuaskan dengan platform e-commerce seperti Shopee. Pelanggan pembeli yang merasa berbahaya dapat mengajukan keluhan berkat kemampuan pengembalian produk dan dana di platform. Dengan cara ini, pelanggan dapat meminta pengembalian barang atau uang jika produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan deskripsi yang dijanjikan oleh penjual. Proses dimulai

dengan pengguna mengirimkan permintaan melalui akun toko mereka. Kemudian Shopee akan meminta pelanggan untuk mengirim bukti-bukti, seperti foto atau video produk yang menunjukkan perbedaan dengan deskripsi. Setelah bukti dikirim, Shopee akan melakukan verifikasi, di mana penjual akan menilai validitas klaim pelanggan. Jika klaim disetujui, Shopee akan membantu mengembalikan uang atau mengganti produk sesuai dengan permintaan pelanggan. Namun, jika terjadi konflik antara pembeli dan penjual, Shopee dapat membantu dengan meminta informasi tambahan dari keduanya sampai kesepakatan tercapai. Dalam situasi tertentu, Shopee memiliki kebijakan Jaminan Shopee, di mana pembayaran kepada penjual ditahan sampai pembeli mengonfirmasi penerimaan produk yang sesuai. Apabila ada kesalahan, pelanggan bisa mengembalikan barang sebelum dana dikirim ke penjual. Fitur ini dibuat untuk melindungi hak-hak konsumen dan mempertahankan kepercayaan saat bertransaksi di *platform* Shopee. Fitur ini menawarkan solusi yang transparan dan adil untuk semua pihak yang terlibat. Shopee menyediakan berbagai jenis perlindungan bagi pengguna, baik pembeli maupun penjual, untuk memastikan transaksi berlangsung dengan aman, nyaman, dan transparan. Salah satu bentuk perlindungan utama bagi pembeli adalah Shopee *Guarantee*, di mana dana pembeli akan ditahan oleh *platform* sampai barang diterima dan

dikonfirmasi sesuai dengan deskripsi. Ini memberikan ketenangan bagi pembeli karena memungkinkan mereka memastikan kualitas dan kesesuaian produk sebelum pembayaran diteruskan kepada penjual. Selain itu, Shopee menawarkan fitur Perlindungan Pengembalian Dana, yang memungkinkan pembeli untuk meminta pengembalian barang atau dana jika produk yang diterima rusak, cacat, atau tidak sesuai dengan pesanan. Fitur ini mendukung proses pengembalian barang yang mudah dan teratur, termasuk komunikasi langsung dengan penjual melalui fitur chat untuk menyelesaikan masalah.

Di sisi penjual, Shopee menawarkan *Seller Protection Program*, yang tujuannya untuk memberikan perlindungan kepada penjual dari ulasan yang tidak adil, klaim yang tidak valid, serta memberikan bantuan dalam menyelesaikan perselisihan dengan pembeli. Shopee juga menyediakan analitik penjualan, panduan penjualan yang informatif, dan dukungan teknis yang membantu penjual meningkatkan kualitas layanan. Selain itu, Shopee membantu menjaga keadilan melalui regulasi dan pemeriksaan klaim yang ketat, memastikan bahwa setiap pihak memiliki kesempatan untuk memberikan bukti dan penyelesaian yang adil.

Semua jenis perlindungan ini tidak hanya memperkuat kepercayaan antara pembeli dan penjual, tetapi juga menciptakan ekosistem komersial digital yang damai dan profesional. Berkat perlindungan yang kompleks ini, Shopee memastikan bahwa setiap pengguna memiliki pengalaman terbaik untuk membeli dan menjual di *platform*. Mekanisme yang digunakan oleh *platform e-commerce* seperti *platform*, penjual dan toko, termasuk kerja sama antara konsumen, memastikan kejelasan produk, memberikan kemampuan pengembalian produk dan uang, dan keluhan konsumen sesuai dengan hukum Indonesia yang berlaku. Ini sejalan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), terutama Pasal 4 yang mengatur hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang akurat, jelas, dan jujur, serta Pasal 7 yang mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar dan memberikan kompensasi jika barang atau jasa tidak sesuai dengan kesepakatan. Selain itu, langkah-langkah ini juga didukung oleh Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE), sebagaimana diatur dalam Pasal 18 ayat (1), yang memberikan hak kepada konsumen untuk melaporkan kerugian akibat perdagangan elektronik, dan Pasal 19 ayat (1), yang mewajibkan pelaku usaha untuk menawarkan layanan pengaduan. Dengan menerapkan mekanisme ini, Shopee berusaha untuk memberikan

perlindungan menyeluruh bagi pengguna dan menciptakan ekosistem perdagangan digital yang aman dan dapat dipercaya.

B. Peran Pemerintah dalam Mengawasi dan Menegakkan Regulasi *E-commerce* untuk Melindungi Hak Konsumen Terkait Ketidaksesuaian Informasi Produk di *Platform* Shopee

Di era digital yang berkembang, *e-commerce* telah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat, termasuk Indonesia. Namun, pertumbuhan ini memiliki banyak masalah, termasuk masalah tidak melanggar produk dengan produk pada *platform e-commerce* seperti Shopee. Pemerintah memainkan peran penting dalam mempertahankan dan memastikan peraturan mengenai perlindungan hak-hak konsumen saat ini. Ini termasuk dalam penerapan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini menjamin hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang akurat dan jujur.

1. Landasan Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia

Perlindungan konsumen di Indonesia didasarkan pada beberapa peraturan penting yang bertujuan untuk memberikan perlindungan hak-hak konsumen dalam semua transaksi, baik itu secara langsung maupun melalui *platform* online seperti *e-commerce*. Dasar hukum utama untuk melindungi

konsumen adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). UUPK adalah peraturan penting yang mengatur hak dan kewajiban konsumen dan konsumen bisnis. Tujuannya adalah untuk menciptakan keseimbangan dan keadilan dalam setiap transaksi. Dalam Pasal 4 UUPK berpendapat bahwa konsumen berhak merasa nyaman, aman dan aman saat menggunakan produk atau layanan mereka. Konsumen berhak menerima informasi yang benar, jelas dan jujur tentang produk dan layanan yang mereka beli. Ini penting untuk melindungi konsumen dari produk yang salah pada informasi. Ini sangat penting. Ini sangat penting ketika membuat online di *platform* seperti toko-toko di mana pembeli tidak dapat melihat produk terlebih dahulu dan hanya mengandalkan deskripsi penjual. Selain memberikan hak kepada konsumen, UUPK juga mengatur kewajiban kepada konsumen bisnis. Ini penting untuk melindungi konsumen dari informasi produk yang salah. Ini sangat penting, terutama saat bertransaksi online di *platform* seperti Shopee. UUPK juga mengatur tugas ke pelaku usaha. Pasal 7 mewajibkan pelaku usaha memberikan informasi yang benar dan jelas tentang produk yang mereka jual. Dalam *e-commerce*, pelaku usaha harus memberikan deskripsi produk yang tepat, termasuk ukuran, warna, bahan, dan spesifikasi lainnya yang penting. Jika aturan ini tidak diikuti, pengusaha bisa dikenakan

hukuman sesuai dengan hukum yang berlaku, seperti denda administratif atau tuntutan pembayaran ganti rugi dari pelanggan. UUPK bertujuan melindungi konsumen dan memberi tahu pelaku usaha mengenai pentingnya kejujuran dan integritas dalam bertransaksi, terutama di dunia digital. Selain UUPK, ada juga Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang mengendalikan aktivitas transaksi elektronik yang ada di Indonesia. Undang-Undang ITE menyatakan bahwa segala kegiatan online harus transparan, jujur, dan akuntabel, serta tidak boleh menyebarkan informasi yang merugikan orang lain. Dalam *e-commerce* seperti Shopee, UU ITE mengharuskan *platform* dan penjual untuk memastikan informasi produk yang diterbitkan adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan. Apabila informasi yang diberikan tidak benar dan menyebabkan kerugian pada konsumen, UU ITE memungkinkan konsumen untuk menuntut ganti rugi. Jadi, Undang-undang ITE meningkatkan perlindungan bagi konsumen yang berbelanja online, terutama dalam menangani masalah informasi produk yang tidak sesuai yang sering jadi keluhan di *platform* daring. Selain itu, Kementerian Perdagangan dan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) juga membuat peraturan teknis tambahan untuk melindungi konsumen dalam bisnis online. Kementerian Perdagangan mewajibkan *platform e-*

commerce untuk menjalankan kebijakan pengembalian barang atau pengembalian dana jika produk tidak sesuai dengan deskripsi. Ini harus dilakukan berdasarkan peraturan teknis yang telah ditetapkan. Tujuannya adalah agar konsumen merasa aman dan memberikan dorongan untuk praktik bisnis yang lebih bertanggung jawab dari para pelaku usaha. Sementara itu, Kominfo bertanggung jawab untuk melindungi data dan informasi pribadi konsumen selama transaksi digital. Kominfo mengawasi *platform e-commerce* untuk memastikan keamanan sistem mereka sesuai standar pemerintah guna mencegah penyalahgunaan data dan pelanggaran privasi yang merugikan konsumen.²³ Dengan menggunakan UUPK, UU ITE, dan peraturan teknis kementerian terkait, pemerintah Indonesia berusaha merancang ekosistem komersial digital yang aman, adil, dan transparan untuk semua. Kombinasi aturan yang berbeda ini melindungi konsumen dan memastikan kepercayaan hukum pada pengusaha. Gabungan berbagai peraturan ini melindungi konsumen dan memberi kepastian hukum kepada pengusaha. Bagi pelanggan, perlindungan ini memberi mereka hak

²³ Ridwan Khairandy, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Yogyakarta: FH UII Press, 2017), 123.

untuk melawan jika mereka merasa dirugikan oleh informasi produk yang salah, sementara bagi pengusaha, aturan ini mendorong mereka untuk lebih hati-hati dalam berbisnis, terutama dalam memberikan informasi yang tepat kepada pelanggan. Secara umum, dasar hukum perlindungan konsumen ini menunjukkan keseriusan pemerintah dalam menciptakan lingkungan *e-commerce* yang lebih aman. Dengan menerapkan aturan yang benar dan memantau secara terus-menerus, diharapkan hak-hak konsumen dapat terlindungi dengan baik dan mencegah praktik-praktik merugikan di sektor *e-commerce*. Adanya aturan ini membuat pembeli lebih percaya saat berbelanja online dan mendorong penjual untuk mempertahankan kejujuran dan kepercayaan pembeli terhadap produk yang mereka jual online. Ini penting untuk mendukung pertumbuhan ekonomi digital yang sehat dan berkelanjutan di Indonesia. Contoh Pemerintah menyetujui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 untuk hukum untuk melindungi konsumen dari praktik bisnis yang merugikan. Pasal 4 UU ini mengatur hak-hak konsumen, seperti hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan saat menggunakan barang dan/atau jasa.

2. Tugas dan Wewenang Kementerian Perdagangan dan BPKN

Kementerian Perdagangan (Kemendag) dan Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) memiliki peran penting dalam melindungi

konsumen di Indonesia, terutama dalam transaksi *e-commerce* yang semakin meningkat. Dalam situasi ini, Kementerian Perdagangan bertugas membuat kebijakan, aturan, dan standar guna melindungi konsumen dan memastikan bahwa pengusaha mengikuti aturan yang berlaku dalam bisnis mereka, baik itu offline maupun online. Salah satu tugas utama Kemendag adalah memastikan pelaku usaha memberikan informasi produk yang akurat, jelas, dan tidak menyesatkan kepada konsumen. Hal ini sesuai dengan UU No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang sesuai tentang produk atau layanan yang ditawarkan. Dengan bantuan resolusi ini, Kementerian Perdagangan dapat mengendalikan perdagangan, mengambil tindakan terhadap pengusaha yang melanggar standar informasi produk, dan memantau nasihat bisnis pada *platform e-commerce* seperti Shopee. Ini dilakukan untuk memastikan bahwa informasi yang diberikan sesuai dengan standar yang ditetapkan. Departemen Perdagangan dapat menjatuhkan sanksi pada melanggar bisnis, Jika mereka sangat berbahaya bagi konsumen.²⁴ Melalui tugas pengawasan ini, Kemendag memiliki program

²⁴ Budi Agus Riswandi dan Yuliandri, *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia* (Yogyakarta: Genta Press, 2007), 134.

edukasi untuk memberitahu konsumen tentang hak-hak mereka dan mendorong mereka untuk lebih hati-hati dalam bertransaksi di *platform* digital. Tindakan pengawasan Kemendag penting untuk kurangi risiko produk tidak sesuai di *e-commerce* dan hindari penipuan dalam transaksi online. Sementara itu, Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) BPKN didirikan sesuai dengan UUPK untuk melindungi konsumen di Indonesia. BPKN memiliki beberapa tugas utama. Salah satunya adalah menerima keluhan dari konsumen dan menindaklanjuti nya. Mereka juga melakukan mediasi antara konsumen dan pelaku usaha. Selain itu, BPKN memberikan rekomendasi kebijakan kepada pemerintah dan memberikan pendidikan kepada konsumen. BPKN berperan sebagai pihak perantara dalam menyelesaikan masalah antara konsumen dan pengusaha. BPKN memiliki peran yang penting dalam menangani produk-produk yang tidak sesuai di *platform e-commerce*, seperti produk dengan spesifikasi yang salah, kualitas yang buruk, atau informasi yang menyesatkan konsumen. Lembaga ini akan membantu pelanggan yang mengajukan keluhan mendapatkan solusi yang adil sesuai dengan hukum yang berlaku. Jika produk menyebabkan kerugian besar bagi konsumen karena tidak sesuai,

Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dapat merekomendasikan Kementerian Perdagangan untuk memberikan sanksi tambahan kepada perusahaan terkait. BPKN bertindak sebagai perantara dan juga dapat menyarankan pemerintah untuk meningkatkan peraturan dan kebijakan perlindungan konsumen. Hal ini dilakukan melalui penelitian rutin tentang efektivitas kebijakan serta penilaian terhadap permasalahan yang dihadapi konsumen, dengan tujuan untuk meningkatkan atau memperbarui peraturan.

Di era digital modern, perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) menjadi semakin populer. BPKN akan bekerja sama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kementerian Kominfo) untuk mengevaluasi apakah *platform e-commerce* memenuhi standar yang telah ditetapkan. Hal ini mencakup aspek produk maupun perlindungan data konsumen. Dengan bekerja bersama, BPKN dan Kementerian Kominfo berupaya melindungi konsumen dari praktik yang tidak adil, penipuan, atau penyalahgunaan data pribadi dalam transaksi digital. Secara umum, tugas dan wewenang Kementerian Perdagangan dan BPKN meliputi pengawasan, mediasi, edukasi, serta pembentukan lembaga pelaksana yang berfokus pada kepentingan konsumen. Seiring dengan pesatnya perkembangan *e-*

commerce, kedua lembaga ini memainkan peran penting dalam menciptakan transaksi yang sehat dan adil.

3. Peran Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) dalam Pengawasan *E-commerce*

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) Kementerian memainkan peran penting dalam mengawasi sektor *e-commerce* di Indonesia, terutama dalam aspek keamanan informasi dan perlindungan konsumen dalam pengelolaan digital. Sebagai lembaga yang bertanggung jawab atas regulasi dan pengawasan teknologi informasi, Kementerian Komunikasi dan Informatika memastikan bahwa *platform e-commerce* bertindak sesuai dengan prinsip-prinsip kerahasiaan dan transparansi informasi yang sah di Indonesia. Salah satu tugas utama Kominfo dalam pengawasan *e-commerce* adalah mengimplementasikan aturan untuk melindungi data transaksi konsumen dan informasi pribadi. Hal ini dilakukan melalui penerapan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Undang-undang ini memberikan dasar hukum bagi pemerintah untuk menangani penyalahgunaan informasi dan memastikan bahwa *platform* digital mendukung kerahasiaan data konsumen.

Dalam konteks *e-commerce*, Kominfo bekerja sama dengan Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN) untuk memastikan keamanan *platform* dari ancaman siber, seperti pencurian data dan serangan digital yang dapat merugikan konsumen. Kominfo secara berkala memeriksa sistem keamanan yang digunakan oleh *platform e-commerce*, yang harus memenuhi standar tertentu guna mencegah penyalahgunaan data konsumen. Selain itu, Kominfo juga bertugas menetapkan aturan terkait aktivitas daring dan memastikan informasi yang disampaikan kepada konsumen mengenai produk adalah akurat dan jelas. Hal ini sejalan dengan ketentuan dalam UU ITE yang mengharuskan pelaku usaha memberikan informasi yang jujur dan transparan agar konsumen dapat melakukan transaksi secara aman. Di luar aspek keamanan data, Kominfo juga bertanggung jawab dalam pengendalian konten pada *platform e-commerce*. Kementerian ini memiliki kewenangan untuk memblokir atau menutup akses terhadap *platform* yang melanggar ketentuan, seperti menyebarkan konten yang tidak pantas atau informasi yang dapat merugikan konsumen. Langkah ini dilakukan untuk melindungi pasar *e-commerce* nasional serta mencegah penyalahgunaan *platform* yang dapat membahayakan masyarakat. Kominfo juga dapat memberikan peringatan atau pengumuman kepada publik jika ditemukan pelanggaran oleh toko daring, misalnya terkait penipuan produk atau

informasi yang menyesatkan. Secara umum, Kementerian Komunikasi dan Informatika bertanggung jawab dalam pengawasan transaksi *e-commerce*, yang mencakup regulasi, keamanan, pengelolaan data, serta edukasi bagi konsumen. Melalui pengawasan yang ketat, Kominfo berupaya menciptakan lingkungan perdagangan digital yang aman, adil, dan dapat dipercaya bagi konsumen di Indonesia. Dengan begitu, Kominfo akan memastikan bahwa *platform e-commerce* mematuhi aturan yang sudah ada dan ikut berkontribusi dalam menjaga kepercayaan masyarakat terhadap transaksi online di Indonesia. Untuk membantu perkembangan *e-commerce* yang sehat, Kominfo perlu memperbarui regulasi serta bekerja sama dengan Kementerian Perdagangan dan BPKN. Hal ini akan meningkatkan keamanan konsumen saat bertransaksi online. Contoh Kominfo memblokir *platform e-commerce* ilegal atau situs yang terbukti menipu, seperti tindakan terhadap beberapa *platform* yang menawarkan investasi tidak nyata.

4. Kerjasama Pemerintah dengan *Platform E-commerce* untuk Penerapan Kebijakan Pengaduan Konsumen

Kerjasama antara pemerintah dan *platform e-commerce* dalam menerapkan kebijakan pengaduan konsumen adalah awal yang penting

untuk membentuk lingkungan digital yang aman dan dipercaya. Dengan *e-commerce* berkembang pesat, Perlindungan terhadap konsumen kini memiliki peran yang semakin krusial. Kolaborasi ini dimaksudkan untuk menjamin pemenuhan hak-hak konsumen serta mendorong tanggung jawab yang jelas dari pelaku usaha. Riset dan pengembangan dalam kerjasama antara pemerintah dan *platform e-commerce* untuk menerapkan kebijakan pengaduan konsumen adalah upaya penting untuk meningkatkan layanan perlindungan konsumen di era digital yang terus berkembang. Dengan riset yang cermat, pemerintah dapat bekerjasama dengan *platform e-commerce* untuk mengetahui masalah-masalah yang sering terjadi dalam transaksi online, seperti keluhan konsumen tentang produk yang tidak sesuai, kualitas barang yang rendah, dan keamanan data pribadi yang menjadi perhatian utama konsumen. Tantangan ini seringkali membuat konsumen merasa tidak puas dan dapat menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap transaksi digital. Maka, penelitian dan pengembangan yang dilakukan bersama bertujuan untuk memahami lebih baik pola pengaduan konsumen, menemukan tren perilaku konsumen, dan mengidentifikasi kelemahan dalam sistem pengaduan. Tujuannya agar pemerintah dan *platform e-commerce* dapat melakukan perbaikan yang lebih tepat dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Melalui kerjasama ini, pemerintah dan *platform e-*

commerce bisa mengetahui kebutuhan konsumen dan area yang perlu diperbaiki seperti informasi transparan, penanganan cepat pengaduan, dan keamanan data. Penelitian ini membantu pemerintah memahami harapan konsumen terhadap produk dan layanan di *e-commerce*. Hal ini juga membantu regulasi menjadi lebih relevan dan berdasarkan data. Hasil penelitian ini digunakan oleh *platform e-commerce* untuk meningkatkan prosedur dan kebijakan pengaduan agar lebih tanggap dan proaktif dalam menangani keluhan konsumen. Panduan ini akan mencakup informasi yang harus diberikan kepada konsumen, waktu respons yang optimal, dan kriteria untuk penyelesaian pengaduan yang memuaskan. Riset ini membantu pemerintah merancang kebijakan yang sesuai dengan perkembangan teknologi di sektor *e-commerce*. Inovasi terus memengaruhi cara konsumen berinteraksi dengan *platform* digital. Beberapa bentuk kerjasama yang diterapkan oleh pemerintah dan *platform e-commerce*. Contoh Pemerintah berkolaborasi dengan platform seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak untuk menghadirkan fitur "*Help Center*" yang memudahkan konsumen untuk mengajukan keluhan atau pengaduan.

5. Pengembangan Sistem Pengaduan Bersama

Sistem pengaduan konsumen yang terintegrasi antara pemerintah dan *platform e-commerce* adalah contoh kerjasama yang penting. Dengan

pengembangan sistem ini, pemerintah bisa bersinergi dengan *platform* untuk membuat kanal pengaduan online yang mudah diakses oleh konsumen. Sistem ini memudahkan konsumen melaporkan masalah yang mereka alami. Selain itu, sistem ini juga memungkinkan pemerintah memantau keluhan secara *real-time* dan mengambil tindakan jika diperlukan. Sebagai contoh, apabila konsumen mengalami kerugian akibat produk yang tidak sesuai, mereka dapat menyampaikan pengaduan melalui sistem ini. Pengaduan tersebut kemudian akan disalurkan kepada pihak pemerintah untuk ditindaklanjuti secara lebih mendalam. Dengan sistem pengaduan bersama, konsumen akan merasa lebih terlindungi karena pemerintah mengawasi proses penyelesaian pengaduan *platform*. Contoh Pemerintah membuat *platform* Sistem Informasi Pengaduan Konsumen Nasional (SIPKON) yang dikelola oleh Kementerian Perdagangan untuk membantu konsumen mengajukan keluhan kepada pelaku usaha.

6. Standarisasi Prosedur Pengaduan

Pemerintah bisa membuat aturan tentang cara menangani keluhan pembeli di *platform e-commerce*. Cara ini mencakup berbagai hal seperti timing dalam menyelesaikan keluhan, cara mediasi antara pembeli dan penjual, dan transparansi dalam mengurus keluhan. Dengan adanya standar ini, konsumen akan tahu hak-hak mereka ketika mengajukan keluhan dan

mengetahui batas waktu penyelesaian kasus. Standar prosedur ini juga membantu memastikan bahwa *platform e-commerce* menangani keluhan dengan cara yang konsisten, adil, dan dapat diandalkan. Jika suatu *platform* tidak mematuhi standar ini, pemerintah bisa memberikan sanksi sesuai hukum untuk menegakkan aturan.

7. Sosialisasi Kebijakan

Selain merancang sistem pengaduan yang efektif dan menetapkan prosedur sesuai standar, pemerintah bersama *platform e-commerce* dapat berkolaborasi dalam memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai hak-hak konsumen serta langkah-langkah dalam menyampaikan keluhan. Kegiatan sosialisasi ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap hak mereka dan menyampaikan informasi terkait tindakan yang dapat dilakukan saat menghadapi kendala dalam transaksi daring. Pengenalan informasi bisa dilakukan melalui beberapa alat, termasuk media sosial, situs web resmi pemerintah, *platform e-commerce*, acara publik, seminar, dan kampanye edukasi. Pemerintah dan *platform* bisa bekerjasama dengan lembaga pendidikan serta organisasi konsumen untuk lebih luas menyebarkan informasi. Dengan begitu, konsumen akan lebih mengerti tentang cara mengajukan keluhan dan prosedur hukum yang dapat

melindungi mereka. Contoh Pemerintah mengadakan kampanye "Ayo Konsumen Cerdas" untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang hak-hak konsumen dan cara melaporkan pelanggaran.

8. Penegakan Hukum

Penegakan hukum penting dalam kerjasama pemerintah dengan *platform e-commerce*. Tugas pemerintah adalah mengawasi pelaksanaan kebijakan pengaduan konsumen dan memastikan bahwa *platform e-commerce* memenuhi standar yang telah ditetapkan. Jika prosedur atau hak-hak konsumen dilanggar, pemerintah bisa mengambil tindakan terhadap *platform* itu. Ini bisa berupa teguran, denda, atau pencabutan izin operasional dalam kasus pelanggaran yang serius. Bertujuan untuk memberikan hukuman bagi *platform* dan pelaku usaha yang tidak mematuhi aturan. Selain itu, langkah tegas dari pemerintah juga membuat konsumen yakin bahwa hak-hak mereka akan diamankan dan diutamakan dalam sistem *e-commerce*. Contoh Pemerintah mengambil langkah tegas terhadap pelaku usaha yang melanggar UUPK, seperti memberi denda kepada perusahaan yang menjual produk palsu atau tidak sesuai dengan standar keselamatan.

9. Riset dan Pengembangan

Pemerintah dan *platform e-commerce* bekerja sama untuk riset dan pengembangan mengidentifikasi tantangan baru di *e-commerce* dan mencari solusi inovatif. Dengan melakukan riset bersama, pemerintah dan *platform* dapat memahami masalah-masalah yang sering dialami konsumen, seperti produk yang tidak cocok, penipuan, dan keamanan data pribadi. Penelitian ini juga bermanfaat untuk mengetahui pola dan pilihan pembeli, yang kemudian bisa membantu pemerintah dalam membuat kebijakan yang lebih sesuai serta mendorong *platform e-commerce* untuk meningkatkan layanan. Dengan riset ini, pemerintah dan *platform* dapat menemukan teknologi baru untuk meningkatkan sistem pengaduan dan keamanan transaksi digital. Contoh BPKN melakukan survei setiap tahun untuk menilai kepuasan konsumen mengenai kebijakan perlindungan dan menemukan bidang yang perlu diperbaiki.

10. Edukasi Konsumen dalam Literasi Digital dan Hak-Hak Konsumen

Literasi digital sangat penting di dunia modern, terutama dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Semakin banyak orang kini menggunakan *platform* digital untuk melakukan

pembelian, berkomunikasi, dan memperoleh informasi. Namun, pertumbuhan yang cepat ini juga menimbulkan berbagai tantangan, khususnya dalam hal perlindungan konsumen di era digital. Literasi digital merupakan kemampuan untuk menggunakan teknologi digital secara efektif dan bertanggung jawab. Konsumen yang memiliki pemahaman terhadap teknologi umumnya lebih bijak dalam memilih produk dan layanan. Mereka mampu menganalisis informasi produk, membandingkan pilihan, dan menggunakan data sebagai dasar dalam pengambilan keputusan pembelian. Jenis konsumen seperti ini juga lebih waspada terhadap penipuan di internet dan mampu melindungi diri dari risiko menjadi korban kejahatan digital. Secara umum, pengguna dengan tingkat literasi digital yang tinggi memiliki kesadaran yang lebih besar akan pentingnya menjaga data pribadi. Mereka akan lebih berhati-hati dalam memberikan informasi pribadi dan hanya mempercayakan data mereka kepada *platform* yang dianggap aman dan terpercaya.

Selain itu, literasi digital juga membantu konsumen dalam menyelesaikan permasalahan yang mereka hadapi. Misalnya, mereka dapat dengan mudah mencari solusi melalui internet atau menghubungi layanan pelanggan secara daring. Hal ini memberikan keuntungan berupa kemandirian yang lebih tinggi dalam mengelola transaksi dan perlindungan

diri di dunia digital. Meskipun literasi digital memberikan banyak manfaat, perlindungan hukum terhadap konsumen tetap menjadi kebutuhan yang sangat penting di era teknologi digital ini. Hal penting bagi konsumen dalam belanja online termasuk diberikan informasi yang jelas, dapat memilih produk, merasa aman, didengarkan, dan mendapatkan kompensasi jika terjadi masalah. Hak atas informasi adalah hak bagi konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar, akurat, dan lengkap tentang produk atau jasa yang mereka beli.

Hak untuk memilih memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih produk sesuai kebutuhan mereka. Hak atas keamanan menekankan pentingnya keamanan data pribadi dan fisik dalam setiap transaksi digital. Selain itu, hak untuk didengar memastikan bahwa konsumen dapat menyampaikan keluhan jika merasa dirugikan, dan hak untuk mendapatkan ganti rugi memberikan kompensasi kepada konsumen jika mengalami kerugian akibat kesalahan pelaku usaha. Namun, dalam melindungi konsumen di era digital, kita menghadapi beberapa masalah. Salah satu contohnya adalah perkembangan teknologi yang cepat, di mana aturan seringkali tidak sejalan dengan kemajuan teknologi. Di samping itu, tingkat pemahaman teknologi digital yang berbeda-beda di masyarakat membuat sebagian orang lebih mudah menjadi korban penipuan. Salah satu tantangan

lain adalah transaksi lintas batas, di mana konsumen dan pelaku usaha berasal dari negara yang berbeda. Hal ini membuat proses penegakan hukum menjadi sulit jika terjadi sengketa. Privasi data adalah masalah besar karena banyak perusahaan teknologi yang mengumpulkan dan menggunakan data pribadi konsumen secara besar-besaran. Untuk mengatasi tantangan-tantangan itu, perlu kerjasama dari semua pihak. Yang pertama, fokus pada meningkatkan literasi digital adalah hal yang penting. Pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat harus bekerja sama untuk mengedukasi masyarakat tentang cara bertransaksi dengan aman di internet. Diperlukan penguatan regulasi dengan terus memperbarui aturan yang sudah ada sesuai perkembangan teknologi terkini. Selain itu, penegakan hukum yang efektif sangat penting untuk membuat orang-orang takut melanggar hukum, sementara kerja sama antar lembaga pemerintah dan organisasi konsumen adalah kunci utama dalam menciptakan lingkungan digital yang aman dan dapat dipercaya. Contoh Kominfo menyelenggarakan program "Literasi Digital Nasional", yang memberikan pelatihan kepada masyarakat tentang berbelanja dengan aman di e-commerce dan cara mengenali penipuan online.

11. Penegakan Sanksi bagi Pelaku Usaha yang Melanggar

Sanksi bagi pelaku usaha yang melanggar aturan bertujuan menjaga ekonomi dan kepercayaan konsumen pada sistem perdagangan. Memberi sanksi ini punya manfaat ganda bukan cuma untuk membuat pelaku usaha yang melanggar aturan jera, tapi juga untuk melindungi kepentingan konsumen dan masyarakat. Contoh Kementerian Perdagangan mencabut izin usaha perusahaan yang terbukti menjual barang berbahaya atau tidak sesuai standar nasional, seperti menarik produk makanan impor tanpa izin. Dalam hal perdagangan online atau *e-commerce*, sanksi bagi pelaku usaha yang melanggar aturan juga penting untuk membangun kepercayaan konsumen dan memastikan transparansi serta keamanan dalam transaksi. Sanksi terhadap pelaku usaha tergantung pada jenis pelanggaran, dampaknya pada konsumen, dan aturan yang dilanggar. Regulasi di Indonesia melindungi konsumen dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Dengan undang-undang ini, menjatuhkan sanksi pada mata pelajaran komersial yang melanggar hak-hak konsumen atau membahayakan masyarakat. Kontrak termasuk denda dan sanksi untuk memastikan keadilan di bidang transaksi ekonomi. Adapun beberapa jenis sanksi bagi pelaku usaha :

a. Sanksi Administratif

Sanksi administratif adalah bentuk sanksi yang diberikan oleh pemerintah kepada individu atau badan usaha yang melanggar peraturan administratif. Tujuannya adalah untuk menegakkan aturan tanpa melibatkan pengadilan atau proses pidana. Sanksi ini biasanya diberikan ketika terjadi pelanggaran aturan yang tidak membahayakan keselamatan atau keamanan publik secara langsung. Contohnya, ketidakpatuhan terhadap peraturan perizinan, ketertiban usaha, pelaporan pajak, dan standar operasional. Sanksi administratif seperti denda, pencabutan izin usaha, penghentian operasional sementara, peringatan tertulis, dan pembatasan aktivitas tertentu oleh hukum atau peraturan. Sanksi administratif tidak hanya untuk menghukum pelanggar, tetapi juga untuk meningkatkan kepatuhan dan mengingatkan pentingnya mentaati regulasi. Dibandingkan dengan hukuman pidana, sanksi administratif memiliki sifat yang lebih ringan. Hal ini memungkinkan penyelesaian yang lebih cepat dan menghindari proses pengadilan yang memakan waktu serta memberatkan. Sanksi administratif juga memberikan fleksibilitas kepada pihak berwenang untuk menyesuaikan sanksi dengan tingkat pelanggaran yang terjadi. Dalam pelaksanaannya, sanksi administratif mempertimbangkan beberapa hal seperti seberapa besar kesalahan yang dilakukan, dampak pelanggaran pada

masyarakat, dan usaha perbaikan yang dilakukan pelanggar sebagai bukti itikad baik. Dengan cara yang lebih mencegah dan memperbaiki, sanksi administratif penting untuk menjaga ketertiban masyarakat, mendorong tanggung jawab dan kepatuhan, serta mencegah pelanggaran yang berulang tanpa perlu melibatkan tindakan hukum yang lebih berat. Beberapa bentuk sanksi administratif yang umum diterapkan antara lain:

b. Peringatan

Peringatan tertulis adalah sanksi paling ringan dalam sanksi administratif. Biasanya diberikan kepada pengusaha yang melanggar aturan ringan atau yang pertama kalinya melanggar. Teguran ini diberikan agar pelaku usaha dapat memperbaiki kesalahan atau kekurangan tanpa perlu proses hukum tambahan. Jika pelaku usaha memperbaiki cara mereka berbisnis sesuai dengan aturan yang berlaku, peringatan ini dianggap sudah selesai. Peringatan sebagai sanksi administratif adalah hukuman ringan untuk pelaku usaha atau bisnis yang melanggar aturan tanpa tindak pidana. Pesan administratif ini ditulis oleh pengawas untuk memastikan pelaku usaha taat pada aturan. Dalam bidang hukum dan regulasi bisnis, sanksi peringatan administratif adalah langkah pertama yang diambil oleh pemerintah atau badan pengawas untuk menegur atau memperingatkan pelaku usaha atas pelanggaran yang dilakukan, sebelum memberikan sanksi

lebih berat seperti denda, penghentian sementara, atau pencabutan izin usaha. Tujuan dari peringatan administratif ini adalah untuk memberikan pengetahuan dan pengingat kepada pelaku usaha tentang pentingnya patuh pada peraturan, serta memberikan kesempatan kepada mereka untuk melakukan perbaikan tanpa dikenai hukuman berat. Selain itu, peringatan administratif ini memberikan waktu kepada pelaku usaha untuk menyesuaikan prosedur dan praktik bisnisnya agar sesuai dengan ketentuan yang ada, sehingga dapat menghindari dampak ekonomi negatif yang bisa memengaruhi stabilitas usaha. Peringatan administratif diberikan untuk mendorong kepatuhan yang lebih mudah, menghindari kerugian yang tidak perlu, dan memperbaiki kesadaran bagi pelaku usaha terkait kewajiban mereka dalam menjalankan bisnis sesuai dengan standar dan hukum. Proses pemberian peringatan dimulai dengan mengidentifikasi pelanggaran oleh otoritas pengawas. Pihak berwenang akan menilai dan mengidentifikasi seberapa seriusnya pelanggaran tersebut. Jika pelanggaran dapat diperbaiki tanpa hukuman berat, otoritas akan memberikan surat peringatan tertulis. Surat itu menjelaskan pelanggaran yang terjadi dan tindakan korektif yang harus diambil dalam periode waktu yang ditentukan. Pemberian peringatan ini akan diikuti dengan pemeriksaan lebih lanjut oleh pihak berwenang untuk memastikan bahwa perusahaan telah memperbaiki pelanggaran yang

dilakukan. Jika tidak mematuhi peringatan administratif ini tepat waktu, pihak pengawas berhak meningkatkan sanksi. Contohnya, bisa dikenakan denda atau sementara dihentikan kegiatan usaha, atau bahkan izin usaha dicabut jika pelanggarannya berulang atau berdampak besar pada konsumen.

c. Denda

Denda adalah ketentuan tentang pembayaran uang sebagai hukuman jika Anda melakukan kesalahan. Jumlah denda dapat bervariasi tergantung pada pelanggaran dan aturan serius. Hukuman digunakan untuk mengatasi kerugian yang disebabkan dan memberikan efek pembatasan pada nasihat bisnis. Dalam keadaan tertentu, denda ini dapat digunakan untuk mendukung manajemen konsumen dan kegiatan pendidikan yang dilakukan oleh lembaga yang relevan. Denda sebagai hukuman administratif diberikan kepada bisnis kepada organisasi komersial yang melanggar aturan kepala. Hukuman ini harus dibayar dalam bentuk uang yang harus dibayar oleh kasus ini dan subjek mengikuti pelanggaran yang dilakukan. Tujuan menerapkan denda administratif adalah untuk memastikan bahwa perusahaan dan subjek lebih bijaksana dan patuh dengan aturan yang berlaku. Denda ini juga merupakan cara bagi bisnis untuk menahan tanggung jawab atas dampak pelanggaran pada konsumen dan lingkungan

usaha. Ukuran denda bergantung pada seberapa serius pelanggaran dan potensi kerugian yang ditimbulkan. Semakin berat pelanggaran, semakin besar denda yang harus dibayar oleh pelaku usaha. Penerapan denda administratif memungkinkan pelaku usaha untuk melanjutkan kegiatannya tanpa konsekuensi yang lebih berat, seperti pencabutan izin atau penutupan sementara, jika pelaku usaha mematuhi aturan dan membayar denda yang telah ditetapkan. Denda ini juga jadi pendapatan untuk pemerintah untuk pengawasan dan perlindungan konsumen, membantu penegakan hukum di waktu depan. Dalam kenyataannya, denda administratif diterapkan di berbagai sektor, contohnya sektor *e-commerce*, keuangan, serta perindustrian. Di sektor-sektor tersebut, pengusaha yang melanggar aturan administratif bisa dikenai denda, misalnya karena tidak memberikan informasi produk yang benar atau melanggar standar keamanan. Langkah pertama dalam memberikan denda adalah melakukan investigasi oleh pihak berwenang untuk menentukan jenis pelanggaran, konsekuensinya, dan bukti-bukti yang ada. Setelah melanggar aturan, badan pengawas akan menetapkan jumlah denda yang diperlukan dan memberitahukan ke pelaku bisnis melalui surat resmi. Penjahat usaha punya waktu khusus buat bayarkan denda itu, kalo ga bisa, pemerintah bisa tambah sanksi jadi lebih berat. Dengan adanya denda sebagai sanksi administratif, pemerintah bisa

menegakkan aturan secara lebih efektif. Hal ini juga dapat mendorong pelaku usaha untuk memperbaiki praktik bisnis mereka. Sehingga, ekosistem usaha yang sehat dan sesuai dengan regulasi bisa terwujud.

d. Pencabutan Izin Usaha

Pencabutan izin usaha adalah hukuman administratif yang paling serius. Hukuman ini membuat pelaku usaha tidak bisa lagi melakukan bisnisnya secara legal. Biasanya, izin usaha dicabut jika pelaku usaha melanggar aturan secara serius atau berulang kali yang merugikan konsumen secara signifikan. Tindakan mencabut izin usaha ini menyampaikan pesan yang jelas kepada pelaku usaha lain untuk lebih hati-hati dan patuh pada peraturan yang berlaku. Pencabutan izin usaha sebagai sanksi administratif adalah sanksi yang paling serius dan dapat dikenakan oleh otoritas pengawas perusahaan. Ini, seperti dalam beberapa kasus, dapat melanggar pelanggaran serius terhadap aturan atau memiliki dampak serius pada konsumen dan lingkungan komersial. Sanksi ini termasuk mencabut izin operasional yang memungkinkan pelaku usaha menjalankan aktivitas bisnisnya secara sah. Setelah izin dicabut, pelaku usaha dilarang melanjutkan usahanya dan kehilangan legalitas operasional di bidang tersebut secara otomatis. Proses pencabutan izin usaha biasanya dilakukan setelah pelaku usaha diberi peringatan atau didenda, tapi masih tidak

mematuhi aturan atau tidak melakukan perbaikan yang diperlukan. Tujuan pencabutan izin usaha ini adalah melindungi kepentingan publik dan menjaga kepercayaan konsumen terhadap pasar. Hal ini terutama penting jika pelaku usaha melanggar aturan dan menimbulkan risiko besar terhadap keselamatan, kesehatan, atau hak-hak konsumen. Dengan mencabut izin usaha, pemerintah menegaskan bahwa pelaku usaha harus patuh pada regulasi yang berlaku. Mereka diharapkan menjalankan bisnis dengan integritas, tanggung jawab, dan patuh pada aturan. Biasanya, pencabutan izin melibatkan investigasi oleh otoritas terkait. Mereka mengevaluasi dampak serta bukti pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha. Apabila terbukti melakukan pelanggaran berat, pelaku usaha akan diberikan pemberitahuan tertulis mengenai keputusan pencabutan izin. Penjelasan mengenai pelanggaran serta jadwal pencabutan akan disertakan dalam pemberitahuan tersebut. Pencabutan izin usaha dapat merugikan bisnis dan reputasi pelaku usaha. Publik akan melihat bahwa perusahaan tersebut tidak patuh pada hukum dan etika yang seharusnya. Dalam beberapa situasi, pencabutan izin bisnis bisa berdampak pada industri secara keseluruhan. Ini bisa menjadi peringatan untuk pengusaha lain agar mematuhi aturan dan menghindari tindakan ilegal. Oleh karena itu, mencabut izin usaha sebagai hukuman administratif tidak hanya untuk menjatuhkan sanksi kepada

pelanggar, tetapi juga untuk mencegah dan memberikan pembelajaran agar membentuk lingkungan bisnis yang lebih aman, adil, dan berkelanjutan.

e. Penghentian Sementara Kegiatan Usaha

Sanksi penutupan sementara bisnis diberikan sebagai sanksi administratif jangka pendek. Penutupan ini dilakukan untuk jangka waktu tertentu agar pelaku usaha dapat meningkatkan praktik bisnisnya. Penghentian Sementara Kegiatan Usaha sebagai sanksi administratif dilakukan oleh pengawas untuk menghentikan operasional bisnis yang melanggar regulasi, terutama jika pelanggaran itu berdampak besar pada konsumen atau lingkungan. Usaha bisa dibuka kembali setelah melakukan perbaikan dalam waktu yang ditentukan. Sanksi ini diberikan agar pelaku usaha dapat memperbaiki kesalahan dan menyesuaikan diri dengan hukum tanpa kehilangan izin usaha selamanya. Selama waktu berhenti sementara, pelaku usaha tidak boleh beroperasi sampai semua persyaratan dipenuhi. Sanksi ini sebagai teguran keras agar pelaku usaha bisa mengevaluasi dan memperbaiki praktik bisnis mereka. Penutupan sementara bisnis biasanya terjadi ketika teguran atau denda tidak diikuti, atau jika pelanggaran dapat membahayakan kesehatan, keamanan, atau keadilan konsumen jika tidak segera diperbaiki. Penerapan sanksi ini melibatkan penyelidikan oleh otoritas terkait. Mereka akan menilai tingkat pelanggaran dan menentukan

berapa lama pelaku usaha harus memperbaiki tindakan yang melanggar. Selama penangguhan ini, pengusaha harus menunjukkan upaya aktual mereka untuk memenuhi persyaratan hukum dan menyesuaikan sistem atau produk operasi mereka untuk mematuhi peraturan yang berlaku. Lisensi komersial dapat dilanjutkan jika skor komersial memberikan peningkatan dalam periode tertentu. Namun, jika gagal memenuhi persyaratan, akan dikenakan sanksi yang lebih serius, seperti denda tambahan dan ulasan lisensi komersial. Sanksi sementara penghentian pebisnis memaksa untuk mengingat dan mencegah pelanggaran standar industri.

f. Sanksi Pidana

Sanksi pidana adalah hukuman dari pengadilan untuk orang atau perusahaan yang melanggar hukum. Tujuannya adalah menjaga keadilan, memberikan efek jera, dan melindungi masyarakat. Sanksi pidana bisa berupa penjara, kurungan, denda, atau pidana tambahan seperti pencabutan hak atau perampasan barang yang digunakan dalam kejahatan. Berbeda dari sanksi administratif yang bertujuan untuk mengoreksi dan mencegah, sanksi pidana lebih menekankan pembalasan terhadap kerugian akibat tindak pidana yang dilakukan oleh pelaku. Proses mengenakan hukuman pidana melalui tahap penyelidikan, penyidikan, dan peradilan berfokus pada membuktikan perbuatan yang melanggar hukum yang dilakukan oleh

terdakwa, serta mempertimbangkan unsur kesengajaan, niat jahat, dan dampak tindak pidana terhadap korban dan masyarakat. Hukuman pidana, seperti penjara, tidak hanya untuk membatasi kebebasan pelaku tapi juga memberi kesempatan bagi mereka untuk merenungkan kesalahannya dan memperbaiki diri selama masa hukuman. Dalam beberapa situasi, hukuman pidana seharusnya juga mampu mencegah pelanggaran hukum lebih luas. Ketika pelaku dihukum secara tegas, hal ini bisa menjadi peringatan bagi masyarakat untuk tidak melakukan kejahatan yang sama, sehingga menciptakan efek pencegahan yang bersifat umum. Namun, sanksi pidana juga mementingkan rehabilitasi, yang bertujuan memperbaiki perilaku pelaku melalui program pembinaan selama masa tahanan. Hal ini bertujuan agar setelah selesai menjalani hukuman, mantan narapidana diharapkan dapat berintegrasi kembali ke dalam masyarakat dengan sikap dan perilaku yang lebih positif dalam kehidupan sosial. Dalam pelaksanaannya, hukuman pidana selalu mengacu pada peraturan hukum yang tertulis, seperti Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) dan undang-undang lainnya, sehingga memastikan bahwa hukuman diberikan secara sesuai dan adil sesuai dengan beratnya kesalahan, efek pelanggaran, dan peran pelaku dalam tindak pidana yang terjadi. Proses hukum ini memerlukan bukti yang kuat dan saksi yang mendukung, untuk memastikan bahwa sanksi pidana

diberikan hanya kepada pelaku yang terbukti bersalah. Jenis sanksi pidana yang dapat diterapkan meliputi:

g. Pidana Penjara

Pidana penjara adalah bentuk sanksi yang dijatuhkan kepada pelaku tindak kejahatan sebagai konsekuensi atas perbuatan yang bertentangan dengan hukum. Tujuan hukuman ini adalah untuk membatasi kebebasan pelaku dengan memenjarakannya selama periode yang ditentukan oleh pengadilan. Lama hukuman penjara bervariasi tergantung pada jenis dan beratnya tindak pidana, serta faktor-faktor lain seperti kondisi pelaku, tindakan yang berulang, dan dampaknya pada korban atau masyarakat. Dalam hukum pidana, penjara tidak hanya untuk memberikan efek jera kepada pelaku agar tidak mengulangi perbuatannya, tetapi juga untuk melindungi masyarakat dari tindakan berbahaya yang mungkin dilakukan oleh pelaku. Contohnya, dalam kasus kejahatan kekerasan, narkoba, atau penipuan dengan kerugian besar, hukuman penjara dianggap dapat melindungi masyarakat dan mencegah kejadian serupa di masa depan. Pidana penjara diharapkan membuat pelaku dan orang lain terbuka mata tentang konsekuensi dari tindakan kriminal yang mereka lakukan. Selain itu, pidana penjara juga penting dalam membantu pembinaan ulang pelaku yang telah melakukan tindakan melanggar hukum. Di beberapa negara, penjara

memberikan program rehabilitasi dan reintegrasi sosial untuk membantu narapidana memperbaiki diri dan kembali ke masyarakat. Program ini mencakup pelatihan keterampilan, pendidikan, konseling, dan pendampingan psikologis. Tujuannya adalah agar pelaku kejahatan dapat mengembangkan potensi positif mereka dan menghindari kembali terlibat dalam kegiatan kriminal. Rehabilitasi sangat penting karena membantu pelaku kejahatan untuk mengubah pola pikir dan perilaku mereka. Pidana penjara diatur dengan jelas oleh undang-undang, dan lembaga peradilan bertanggung jawab atas penentuan jenis dan durasi hukuman berdasarkan bukti yang ditemukan dalam persidangan. Saat menetapkan hukuman, hakim akan memikirkan banyak hal, seperti tujuan keadilan, pencegahan, dan perlindungan masyarakat. Melalui proses hukum yang adil, penjara diharapkan dapat menjaga ketertiban dan memastikan bahwa pelanggar hukum dikenakan sanksi yang sesuai.

h. Denda Pidana

Denda pidana adalah hukuman di mana pelaku kejahatan harus membayar uang kepada negara sebagai akibat dari tindakan kriminal yang dilakukannya. Denda adalah bentuk hukuman berupa uang yang diberlakukan dalam hukum pidana untuk memberikan efek jera tanpa mengurangi kebebasan fisik pelaku seperti dalam hukuman penjara.

Seringkali, denda digunakan untuk pelanggaran kecil atau administratif, tetapi bisa juga termasuk hukuman penjara untuk kasus yang lebih berat. Denda pidana biasanya diatur oleh undang-undang berdasarkan jenis tindak pidana. Pengadilan bisa menyesuaikan jumlah denda berdasarkan tingkat kesalahan, situasi ekonomi pelaku, dan dampaknya pada korban atau masyarakat. Denda pidana membantu mengganti sebagian kerugian yang disebabkan oleh pelanggaran, baik dalam bentuk materiil maupun simbolis. Dalam banyak situasi, denda diberikan untuk pelanggaran yang dianggap kurang berbahaya bagi keamanan masyarakat, seperti pelanggaran lalu lintas, tindakan mengganggu ketertiban umum, atau pelanggaran kecil lainnya. Denda juga bisa digunakan untuk kejahatan yang lebih serius selain dari hukuman utama, seperti pada kasus korupsi, pelanggaran lingkungan, atau pelanggaran ekonomi yang melibatkan penggelapan pajak atau penipuan finansial. Denda dapat membuat pelaku tindak pidana sadar akibat perbuatannya dan terdorong untuk tidak mengulangi perbuatannya di masa depan. Selain sebagai bentuk pembalasan bagi pelaku, denda pidana juga memiliki peran dalam mencegah terulangnya tindakan tersebut. Dengan memberikan denda untuk pelanggaran tertentu, hukum memberikan pesan yang jelas kepada masyarakat bahwa tindakan serupa akan dikenakan sanksi finansial yang besar. Denda pidana bisa mencegah orang-orang dari

melakukan pelanggaran karena mereka akan memikirkan konsekuensi keuangan yang akan mereka hadapi. Dampaknya juga bisa dirasakan oleh masyarakat umum karena mereka akan berpikir dua kali sebelum melanggar hukum. Sebaliknya, denda pidana dapat memberikan alternatif hukuman yang lebih fleksibel dalam sistem peradilan pidana. Hal ini memungkinkan pengadilan untuk memberikan sanksi yang kurang berat dibandingkan penjara, yang dapat lebih mahal dan memengaruhi kapasitas lembaga pemasyarakatan. Saat menetapkan denda pidana, faktor kemampuan finansial pelaku juga dipertimbangkan untuk menjaga keadilan. Agar denda berfungsi efektif, pengadilan dapat mempertimbangkan latar belakang ekonomi pelaku dan tingkat kesalahan. Dalam beberapa situasi, pengadilan bisa mengatur denda yang bertambah besar seiring dengan kerugian atau pelanggaran yang meningkat. Tujuan dari hal ini adalah untuk membuat sanksi denda sebanding dengan kerugian yang disebabkan oleh tindak pidana. Dalam beberapa situasi, pengadilan bisa memperbolehkan pelaku membayar denda secara bertahap jika jumlahnya besar dan pelaku tidak mampu membayar sekaligus. Di zaman sekarang, denda pidana juga bisa menjadi sumber pendapatan negara untuk kepentingan umum, seperti meningkatkan penegakan hukum dan ketertiban. Pemberlakuan denda pidana dianggap lebih efisien karena tak perlu biaya penahanan, sehingga

mengurangi beban pada sistem peradilan pidana dan lembaga pemasyarakatan. Denda sering digunakan untuk kasus pelanggaran administratif atau terkait peraturan khusus, misalnya pelanggaran lingkungan atau aturan kesehatan masyarakat. Denda bisa menjadi cara untuk membuat orang tak melanggar aturan tanpa harus ditahan. Dalam hal ini, denda pidana dapat membantu menjaga ketertiban sosial dan menegakkan aturan hukum tanpa perlu melakukan penahanan fisik. Denda pidana bisa menjadi hukuman yang efektif untuk menegakkan disiplin masyarakat dan menjaga ketertiban serta keadilan, dengan mempertimbangkan aspek keadilan dan kemampuan ekonomi pelaku.

12. Pembentukan Tim Satgas Pengawasan *E-commerce*

Pemerintah membuat Tim Satgas Pengawasan *E-commerce* sebagai langkah strategis untuk mengikuti perkembangan perdagangan elektronik yang pesat di Indonesia. Hal ini penting untuk mengantisipasi dan menanggapi situasi tersebut. Tim ini bertugas untuk menjamin kejelasan, melindungi hak-hak konsumen, dan memeriksa apakah semua pelaku bisnis di *e-commerce* mematuhi etika dan hukum yang berlaku. Di zaman digital, *e-commerce* berkembang pesat berkat kemajuan teknologi informasi yang telah mengubah cara orang berbelanja. Namun, pertumbuhan ini juga membawa tantangan,

seperti persaingan usaha yang tidak sehat dan penipuan serta pelanggaran hak konsumen yang semakin banyak terjadi. Maka, Tim Satgas Pengawasan *E-commerce* memiliki peran penting dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat terhadap sistem *e-commerce* dan memastikan bahwa sektor ini berjalan sesuai dengan perlindungan konsumen dan prinsip perdagangan yang adil. Alasan utama Tim Satgas dibentuk adalah untuk menanggapi tantangan yang muncul dari pertumbuhan *e-commerce* yang cepat, yang semakin menguasai sektor perdagangan. Pelaku usaha berasal dari berbagai negara dan menawarkan beragam produk atau layanan, mulai dari barang fisik seperti pakaian, makanan, dan elektronik, hingga jasa digital seperti langganan, aplikasi, dan produk digital lainnya. Dalam situasi ini, pengawasan sangat penting untuk memeriksa apakah setiap produk atau layanan yang dijual kepada pelanggan sesuai dengan standar kualitas dan keamanan yang sudah ditetapkan. Tim Satgas melakukan pemantauan terhadap pelaku usaha agar tidak melakukan praktik tidak etis atau ilegal di *platform e-commerce*. Contohnya, seperti menjual produk palsu atau melakukan promosi yang menyesatkan, yang bisa merugikan konsumen. Selain itu, satu alasan utama pembentukan Tim Satgas adalah untuk melindungi konsumen. Konsumen di zaman digital menghadapi risiko-risiko baru seperti penipuan, pelanggaran privasi data, dan ketidaksesuaian produk

dengan deskripsi yang diberikan. Tanpa pengawasan yang baik, konsumen bisa terkena dampak dari praktik bisnis yang merugikan. Karenanya, keberadaan Tim Satgas sangat penting untuk melindungi konsumen dari berbagai risiko, dengan memastikan bahwa mereka akan dilindungi dengan baik dalam setiap transaksi. Dengan hadirnya Tim Satgas, diharapkan konsumen merasa lebih yakin dan aman saat berbelanja online karena mereka tahu ada lembaga yang bertanggung jawab untuk menegakkan aturan dan melindungi hak-hak mereka sebagai konsumen. Secara umum, Tim Satgas Pengawasan *E-commerce* bertanggung jawab untuk menjaga kelancaran dan keteraturan dalam sektor *e-commerce*. Tugas dan fungsi utamanya dirancang untuk memastikan hal tersebut. Salah satu tugas utama tim ini adalah memantau dan mengawasi secara teratur aktivitas perdagangan elektronik, baik dari pelaku usaha di dalam negeri maupun lintas negara. Pemantauan ini dilakukan untuk mengawasi berbagai hal, seperti kualitas produk, kepatuhan pelaku usaha terhadap standar peraturan, cara transaksi yang digunakan, dan kebijakan harga. Dengan pengawasan yang ketat, tim ini bisa menemukan berbagai jenis pelanggaran dan menindakinya dengan cepat dan tepat. Di samping melakukan pemantauan, penegakan hukum juga merupakan tugas utama Tim Satgas dalam memastikan keselamatan di sektor *e-commerce*. Tim ini dapat mengambil tindakan hukum terhadap para pemain bisnis yang

melanggar hukum, seperti memberikan peringatan, memaksakan denda, dan memeriksa lisensi komersial. Lembaga penegak hukum ini mengamanatkan bisnis dan lembaga komersial, dan bertanggung jawab atas rasa takut dan jaminan kepada entitas komersial lainnya. Dalam hal ini, organisasi yang bertanggung jawab untuk menerapkan hukum tidak hanya dapat menghukum, tetapi juga mencegah pelanggaran yang lebih serius di masa depan. Selain memastikan pengawasan dan kepatuhan hukum, tim kelompok sasaran juga harus memberikan informasi dan pengetahuan kepada bisnis dan konsumen mengenai peraturan *e-commerce*. Tujuan sosialisasi ini adalah untuk memahami kasus-kasus dengan tugas-tugas yang menyediakan layanan yang aman dan memiliki tugas yang perlu dilakukan sesuai dengan standar. Selain itu, sosialisasi ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran konsumen tentang hak-hak mereka dalam transaksi internet. Pendidikan ini berharap bisnis dan konsumen dapat lebih memahami pentingnya tanggung jawab *e-commerce*. Penyebaran informasi dapat dilakukan dalam berbagai cara, termasuk kampanye online, acara selama seminar, dan program pendidikan di *platform* media sosial. Tim kelompok sasaran juga berkolaborasi dengan lembaga pemerintah, penelitian perdagangan, dan organisasi konsumen. Kolaborasi ini membantu Tim Satgas mendapatkan informasi dan dukungan tambahan untuk melaksanakan tugas pengawasan dan pengaturan dengan lebih efektif.

Dengan bekerjasama dengan banyak pihak, tim ini bisa mengatasi masalah di sektor *e-commerce* dengan lebih baik dan menyeluruh. Sebagai contoh, Tim Satgas bisa mendapatkan data yang lebih tepat tentang transaksi lintas negara atau produk yang melanggar aturan melalui kerjasama dengan lembaga pemerintah lainnya. Penilaian kinerja Tim Satgas dilakukan secara teratur untuk menjamin pengawasan yang efektif dan menemukan area yang perlu diperbaiki. Evaluasi ini penting agar dapat memahami hambatan dalam menjalankan tugas, sehingga strategi pengawasan dapat disesuaikan dengan tantangan baru yang muncul di sektor *e-commerce*. Peningkatan strategi pengawasan dengan teknologi baru seperti big data atau kecerdasan buatan (AI) adalah bagian dari usaha Tim Satgas untuk mengoptimalkan pengawasan. Dengan menggunakan teknologi ini, pengawasan bisa dilakukan lebih cepat dan tepat, serta membantu mendeteksi potensi pelanggaran secara dini. Tim Satgas Pengawasan *E-commerce* memberikan manfaat penting bagi konsumen, pemerintah, dan pelaku usaha. Salah satu keuntungan utama adalah meningkatnya perlindungan bagi konsumen, sehingga mereka merasa lebih aman dan percaya diri saat berbelanja online. Pengawasan yang ketat memastikan produk atau jasa di *platform e-commerce* aman dan sesuai dengan deskripsi, agar mengurangi risiko penipuan atau ketidaksesuaian produk. Tim Satgas membantu meningkatkan kepercayaan publik pada *e-*

commerce. Ini karena masyarakat tahu pemerintah terlibat dalam menjaga keamanan dan keteraturan perdagangan online. Kepercayaan ini meningkatkan popularitas *e-commerce* di Indonesia, sehingga jumlah konsumen yang berbelanja online semakin bertambah. Di sisi lain, Tim Satgas juga membantu mencegah persaingan usaha yang tidak adil dengan menghukum pelaku usaha yang melakukan kecurangan. Dengan begitu, para pengusaha yang bersaing di pasar digital harus patuh pada peraturan dan mempertahankan standar etika yang tinggi. Pada jangka waktu yang lebih lama, ini akan membuat lingkungan bisnis menjadi lebih sehat dan kompetitif, yang akan menguntungkan semua orang. Dengan pengawasan dan peraturan yang baik, *e-commerce* di Indonesia dapat tumbuh dengan stabil dan memberikan manfaat positif bagi ekonomi negara. Pembentukan Tim Satgas Pengawasan *E-commerce* mencerminkan sasaran tentang pengawasan *e-commerce* mencerminkan komitmen pemerintah untuk menciptakan ekosistem digital yang aman, adil, dan stabil. Ini akan memberikan perlindungan yang lebih besar kepada konsumen dan juga akan mendorong inovasi dan persaingan untuk bisnis yang sehat. Contoh, pemerintah menciptakan kelompok pemantauan transaksi target melalui sistem elektronik (PPMSE) untuk mengontrol aktivitas pada *platform e-commerce* dan memastikan kepatuhan dengan aturan. Ada teori-teori hukum yang

merupakan dasar perlindungan konsumen di Indonesia, sebagaimana ditunjukkan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Namun, penelitian menunjukkan adanya kesenjangan antara teori hukum perlindungan konsumen dan praktik di lapangan. Beberapa perbedaan utama yang ditemukan adalah:

a. Kesenjangan dalam Implementasi Hukum

Menurut penelitian secara teori, Undang-Undang Perlindungan Konsumen Indonesia disusun untuk melindungi hak-hak konsumen dan untuk memastikan bahwa informasi tentang produk yang diterima oleh konsumen adalah benar dan akurat. Namun, pada kenyataannya, penegakan hukum bahkan kurang efektif. Studi ini menunjukkan bahwa pelanggan sering kali mendapatkan barang yang tidak sesuai dengan deskripsinya, seperti masalah kualitas, spesifikasi, atau kondisi fisik. Teori hukum berpendapat bahwa konsumen harus memiliki cara yang jelas dan efisien untuk mengungkapkan keluhan mereka dan menyelesaikan masalah yang timbul. Tetapi, banyak pelanggan yang kesulitan menyampaikan keluhan atau mendapatkan ganti rugi, terutama di *platform* yang hanya punya opsi mediasi terbatas atau kurang memadai. Perbedaan antara teori perlindungan konsumen yang ideal dan kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa

regulasi yang sudah ada belum cukup efektif dalam melindungi hak-hak konsumen dalam *e-commerce*.

b. Kesenjangan dalam Pengawasan dan Akuntabilitas Platform

Menurut teori, *platform e-commerce* seperti Shopee seharusnya berperan dalam memastikan informasi produk yang tepat dan melindungi hak konsumen. Regulasi juga menuntut *platform* untuk mengawasi cara penjualan dan memberikan hukuman kepada penjual yang melanggar. Namun, penelitian menunjukkan bahwa mekanisme pengawasan tersebut masih kurang efektif. Banyak produk dipromosikan dengan informasi yang menyesatkan, dan penjual nakal seringkali tidak diawasi atau dihukum. Sebagai hasilnya, konsumen mungkin terkena kerugian tanpa pertanggungjawaban yang memadai dari *platform* atau penjual. Kesenjangan ini menunjukkan bahwa *platform e-commerce* kurang aktif dalam mengawasi informasi produk, tidak sesuai dengan harapan yang ada dalam teori perlindungan konsumen.

c. Kurangnya Kesadaran Konsumen terhadap Hak-haknya

Teori hukum mengasumsikan bahwa regulasi dapat menyelesaikan masalah konsumen. Namun, dalam zaman digitalisasi yang berkembang pesat, regulasi terkait *e-commerce* masih tertinggal dibandingkan dengan perkembangan teknologi dan variasi praktik penjualan online. Perbedaan utama ketika aturan yang ada tidak dapat sepenuhnya melindungi konsumen dari risiko penipuan vendor pada *platform e-commerce*.

d. Kurangnya Kesadaran Konsumen terhadap Haknya

Berdasarkan teori perlindungan konsumen, konsumen seharusnya memiliki pemahaman secara menyeluruh. Ini termasuk hak atas informasi tertentu, hak untuk menerima produk sebagaimana dijelaskan, dan hak untuk mengajukan keluhan serta menerima kompensasi jika terjadi kerugian. Namun, penelitian menunjukkan bahwa banyak konsumen tidak mengetahui hak-hak mereka, terutama saat membeli secara online. Kurangnya pengetahuan tentang hak-hak konsumen berarti bahwa mereka tidak mau atau bahkan tidak tahu apa yang harus dilakukan ketika menerima produk yang tidak sesuai dengan penjelasan. Ini merupakan kesenjangan penting antara teori dan praktik, karena kesadaran konsumen tidak memperoleh manfaat dari aturan yang seharusnya melindungi mereka.

e. Keterbatasan Regulasi dalam Menghadapi Perkembangan Teknologi dan Digitalisasi

Teori *e-commerce* dibahas dalam Bab II menyatakan bahwa regulasi harus mengikuti perkembangan teknologi supaya efektif dalam melindungi konsumen. Namun, peraturan yang terkait dengan perlindungan konsumen dalam transaksi digital sering kali tidak bisa menyesuaikan diri dengan inovasi dan variasi praktik di sektor *e-commerce*. Hal ini terlihat dari ketidaksesuaian antara peraturan yang ada dan berbagai jenis transaksi serta praktik baru yang muncul di *platform* *e-commerce*. Ketidakmampuan aturan ini membuat konsumen mudah terkena dampak praktek-praktek merugikan, seperti penjualan produk dengan deskripsi yang palsu atau tidak sesuai. Kesalahan ini menunjukkan bahwa ada perbedaan yang mendasar antara peraturan perlindungan konsumen yang sudah ada dan kebutuhan yang muncul karena perkembangan teknologi di sektor *e-commerce*.

f. Kesenjangan dalam Respons Pemerintah terhadap Pengaduan Konsumen

Dalam teori, pemerintah memiliki tanggung jawab penting dalam mengawasi dan menghukum pelanggaran dalam transaksi *e-commerce* melalui aturan dan lembaga pengawas. Meski begitu, penelitian ini

menunjukkan bahwa tanggapan pemerintah terhadap keluhan konsumen masih tidak maksimal. Konsumen yang merasa dirugikan seringkali mengalami kesulitan dalam mengajukan keluhan atau meminta kompensasi karena prosesnya yang panjang dan rumit. Selain itu, masih terbatas juga dukungan hukum bagi konsumen. Sehingga banyak kasus pelanggaran tidak dapat diselesaikan dengan cepat dan adil. Hal ini menunjukkan bahwa ada perbedaan antara harapan peran pemerintah dalam melindungi konsumen dan kenyataan yang terjadi di lapangan.

**g. Tantangan dalam Memberikan Informasi yang
Transparan dan Akurat**

Teori hukum pada prinsip *e-commerce* mengharuskan informasi produk yang jujur dan akurat dari penjual. Namun, studi menunjukkan bahwa di Shopee, banyak produk dijual dengan informasi yang menyesatkan atau tidak lengkap. Contohnya, produk yang disebut sebagai "100% asli" ternyata memiliki kualitas yang jauh lebih rendah dari yang diharapkan oleh konsumen. Dalam kasus ini, terdapat kesenjangan besar antara teori dan praktik. Tidak semua penjual menganggap penting untuk mengikuti aturan informasi yang tepat, dan pengawasan yang ada kurang ketat untuk memastikan transparansi ini.

Penelitian ini menemukan perbedaan mendasar antara teori hukum perlindungan konsumen yang ada dan praktek yang sebenarnya di *platform* e-commerce seperti Shopee. Menurut teori, undang-undang perlindungan konsumen di Indonesia, seperti yang tertulis dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, menjelaskan hak-hak konsumen. Hak-hak tersebut termasuk mendapat informasi yang jujur, kompensasi yang adil, serta perlindungan terhadap kenyamanan dan keamanan mereka. Namun, penelitian ini menunjukkan bahwa pelanggan sering kali menerima barang yang tidak sesuai dengan deskripsi yang tercantum, menunjukkan bahwa penerapan hukum dalam menangani ketidaksesuaian informasi produk kurang efektif. Kesenjangan ini menunjukkan bahwa meskipun aturan tersedia, penerapan mereka tidak sepenuhnya efektif dalam melindungi hak-hak konsumen dari penipuan atau ketidakjujuran penjual. Selain itu, *platform e-commerce* seperti Shopee seharusnya ikut serta dalam mengawasi penjualan dan meninjau informasi produk yang ditampilkan. Tapi, penelitian menunjukkan bahwa banyak produk yang dijual dengan informasi yang salah atau menyesatkan, dan hukuman bagi penjual yang melanggar masih sedikit. Ini menandakan bahwa ada kesenjangan dalam akuntabilitas *platform*, di mana tanggung jawab untuk memastikan keakuratan informasi produk belum dijalankan dengan baik. Keterbatasan ini membuat konsumen

mudah mengalami kerugian tanpa perlindungan yang cukup dari *platform*. Selain itu, kesadaran konsumen terhadap hak-haknya juga masih rendah, seperti yang terlihat dalam penelitian ini. Teori perlindungan konsumen beranggapan bahwa konsumen tahu hak-haknya dan bisa protes jika merasa dirugikan. Namun, banyak konsumen tidak tahu hak-hak mereka, sehingga tidak mau melaporkan atau menuntut ganti rugi atas produk yang tidak sesuai. Ketidakpahaman ini membuat perbedaan antara perlindungan yang diatur dalam teori dan penggunaan hak oleh konsumen dalam kehidupan sehari-hari. Adanya kesenjangan juga terjadi dalam regulasi saat ini, yang belum sepenuhnya bisa mengikuti perkembangan teknologi dan dinamika *e-commerce* yang cepat. Meskipun regulasi bertujuan melindungi konsumen dalam transaksi digital, praktik baru menggunakan inovasi teknologi membuat regulasi sering ketinggalan. Perlunya penyesuaian regulasi untuk mengatasi tantangan yang muncul dalam era digital terlihat dari ketidaksesuaian antara peraturan dan kenyataan. Peran pemerintahan dalam pengawasan perlu diperkuat, dan sanksi terhadap subjek yang melanggar harus lebih berkelanjutan. Aturan perlu terus diperbarui untuk dapat beradaptasi dengan pengembangan teknologi *e-commerce*. Dengan menerima langkah-langkah ini, diharapkan bahwa ini akan meningkatkan

perlindungan konsumen di bidang *e-commerce* dan lebih melindungi hak-hak konsumen sesuai dengan tujuan hukum yang diatur dari teori tersebut.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Perlindungan hukum bagi konsumen yang telah mengalami kerugian maka dari itu pemerintah memberikan perlindungan hukum bagi konsumen yang produknya tidak sesuai dengan deskripsi pada *platform* dan sesuai dengan ketentuan perlindungan konsumen (UUPK) dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Konsumen berhak menerima informasi yang akurat, jelas, dan jujur tentang produk serta menerima kompensasi jika ada perbedaan. Pembeli sebagai subjek komersial diperlukan untuk memastikan keakuratan informasi produk; untuk memastikan keluhan yang jelas dan kekuatan pelanggaran yang dilakukan oleh penjual. Namun, pelaksanaan perlindungan hukum tersebut masih perlu perbaikan dalam hal transparansi pengaduan, pengawasan terhadap penjual, dan pendidikan konsumen. Dengan mengoptimalkan langkah-langkah tersebut, diharapkan hak-hak konsumen dapat lebih terjamin, sehingga menciptakan lingkungan *e-commerce* yang aman, adil, dan terpercaya sesuai dengan peraturan yang berlaku..
2. Peran Pemerintah dalam Mengawasi dan Menegakkan Regulasi *E-*

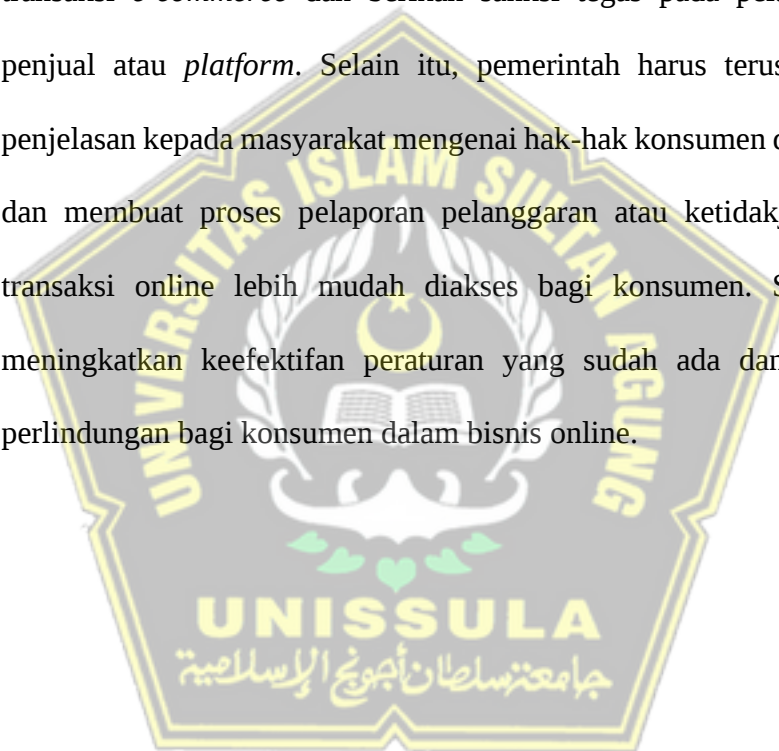
commerce untuk Melindungi Hak Konsumen Terkait Ketidaksesuaian Informasi Produk di *Platform* Shopee. Pemerintah mengamanahkan bagi pelaku usaha dan *platform* memberikan informasi yang akurat, jelas, dan tidak menyesatkan sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Menurut aturan ini, *platform e-commerce* harus memastikan informasi produk yang mereka tampilkan sesuai dengan fakta dan tidak merugikan konsumen. Namun, studi ini menunjukkan bahwa regulasi tersebut belum cukup efektif dalam melindungi konsumen dan perlu ditingkatkan. Kurangnya pengawasan langsung dari pemerintah terhadap penjual yang berjualan di *platform e-commerce* dapat menyebabkan kesulitan dalam memberlakukan sanksi dan tindakan terhadap pelanggaran informasi produk yang tidak sesuai. Ini membuat deskripsi produk tidak sesuai terus-menerus. Maka, pemerintah harus lebih memperhatikan pengawasan yang ketat, seperti bekerja sama dengan *platform* perdagangan online untuk memastikan pelaku usaha mematuhi regulasi hukum. Metode ini akan membuat *platform* dapat terus memeriksa deskripsi produk dan mengambil tindakan jika ada pelanggaran. Pemerintah harus memeriksa apakah sanksi yang ada sudah efektif atau perlu diperbarui agar sesuai dengan perkembangan *e-commerce*. Dengan peraturan yang lebih kuat, sanksi yang lebih keras, dan pengawasan yang konsisten,

pemerintah bisa membantu melindungi konsumen dengan baik, menciptakan keamanan dalam transaksi *e-commerce*, dan membuat ekosistem perdagangan elektronik yang lebih jelas, adil, dan bertanggung jawab.

B. Saran

1. Bagi konsumen diharapkan lebih proaktif dalam pemahaman yang lebih baik mengenai hak-hak mereka saat bertransaksi online. Hal ini terkait dengan ketentuan yang terdapat dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Konsumen sebaiknya menggunakan fitur pengaduan atau komplain yang tersedia di *platform e-commerce* seperti Shopee jika produk tidak sesuai dengan deskripsi. Sebaiknya konsumen membaca deskripsi produk dan ulasan pembeli lain sebelum membeli sebagai tindakan yang berhati-hati. Tak lupa, konsumen harus menyimpan bukti-bukti transaksi seperti tangkapan layar deskripsi produk, percakapan dengan penjual, dan bukti pembayaran supaya klaim lebih kuat jika terjadi perselisihan. Dengan lebih memahami dan menegaskan hak mereka, konsumen dapat menuntut keadilan dan kompensasi dengan lebih efektif jika terjadi pelanggaran.
2. Bagi pemerintah harus lebih memperhatikan *e-commerce* agar konsumen

terlindungi dari informasi produk yang salah. Ini dilakukan dengan meningkatkan pengawasan dan penegakan regulasi yang tepat. Diperlukan peraturan yang lebih kuat agar *platform e-commerce* bisa lebih bertanggung jawab dalam memastikan informasi yang diberikan oleh penjual adalah akurat. Pemerintah bisa membuat badan pengawasan khusus untuk pantau transaksi *e-commerce* dan berikan sanksi tegas pada pelanggaran oleh penjual atau *platform*. Selain itu, pemerintah harus terus memberikan penjelasan kepada masyarakat mengenai hak-hak konsumen di dunia digital dan membuat proses pelaporan pelanggaran atau ketidakjujuran dalam transaksi online lebih mudah diakses bagi konsumen. Semoga dapat meningkatkan keefektifan peraturan yang sudah ada dan memperkuat perlindungan bagi konsumen dalam bisnis online.



DAFTAR PUSTAKA

A. Al-Quran dan Hadist

QS. An-Nisa: 29

QS. Al-Baqarah: 282

HR. Muslim

QS. Al-Baqarah: 275

QS. Al-Anfal: 27

QS. Al-Mutaffifin: 1-3

B. Buku

Adiwarman Azwar Karim, *Ekonomi Islam: Suatu Kajian Kontemporer* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013), 150.

Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 53.

Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2008), 45.

Budi Agus Riswandi dan Yuliandri, *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia* (Yogyakarta: Genta Press, 2007), 134.

Endang Sari Astuti, *Perlindungan Konsumen di Era Digital* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2020), 45.

H. Salim HS dan Erlies Septiana Nurbani, *Penerapan Teori Hukum pada Penelitian Tesis dan Disertasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 75.

H.M.N. Purwosutjipto, *Pengantar Hukum Perdata tentang Perikatan yang Lahir dari Perjanjian* (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1986), hlm. 78.

Munir Fuady, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen* (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2003), hlm. 112.

Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 137.

R. Subekti, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata* (Burgerlijk Wetboek) (Jakarta: Pradnya Paramita, 1995), hlm. 25.

R. Sutantio dan I. Iskandar, *Pokok-Pokok Hukum Perdata* (Bandung: Alumni, 1984), hlm. 125.

Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 120.

Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), hlm. 78.

Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, ed. 7 (Jakarta: UI Press, 2008), 42.

Sunaryati Hartono, *Hukum Ekonomi Pembangunan Indonesia* (Jakarta: PT Gramedia, 1991), hlm. 123.

C. Peraturan Perundang – Undangan

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58.

D. Jurnal dan Artikel Ilmiah

Aulia Rizki, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha dalam Perlindungan Konsumen di E-commerce," *Jurnal Hukum dan Ekonomi* 3, no. 1 (2023): 56-70.

Dhany Yudha Pratama Widodo dan Henny Prasetyani, "Penggunaan Shopee sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Daya Jual Produk sebagai Narahubung Sosial Marketing," *Journal of Systems, Information Technology, and Electronics Engineering*, No.2 (2022):14.

Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia, "Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik," *Jurnal Hukum Indonesia* 5, no. 3 (2018).

Muhammad Johansyah Maulana, “Perlindungan Konsumen dalam *E-commerce* Terkait Kerugian,” *Journal of Law, Administration, and Social Science* 4, no. 2 (2024): 265.

Siti Aisyah, "Hak-Hak Konsumen dalam Transaksi *E-commerce*," *Jurnal Hukum dan Masyarakat* 2, no. 3 (2022): 77-90.

