TANJAK JURNAL HUKUM
Jurnal Hukum, Sosial & Humaniora
open access

Published By : Tanjak Jurnal Hukum, Program Pascasarjana Universitas Labuhanbatu, Indonesia.

Volume-1 | Issue-1 | Oktober -2025 |

Review Article

ANALISIS YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE DI INDONESIA;

Zaid Alfauza Marpaung
Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara;
Email : Zaidmarpaung@yahoo.co.id

Article History
Received: 29.09.2025
Accepted: 16.10.2025
Published: 30.10.2025

Journal homepage:
https://jurnal.ulb.ac.id/index.php/TANJAK

Abstract:
Permasalahan perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik di Indonesia sampai saat ini menjadi isu yang hangat dan sering diperbincangkan, hal ini merupakan sesuatu yang menarik untuk dibahas karena menyangkut tentang perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi menggunakan elektronik. Konsumen selalu berada di pihak yang sering dirugikan dalam transaksi jual-beli melalui e-commerce. Hal ini menjadi point penting untuk selalu menerapkan apa yang telah diatur dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen. Jenis Penelitian menggunakan penelitian Yuridis-normatif. Metode pengumpulan data dengan menggunakan berbagai sumber bacaan, seperti perundang-undangan, buku-buku, jurnal ilmiah, dan internet yang dianggap relevan dengan permasalahan yang sedang dibahas. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat kita lihat bahwa pengaturan mengenai perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi E-Commerce telah diatur sebelumnya oleh Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-undang nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik serta Undang-undang nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan data pribadi konsumen, yang semuanya mengacu pada transaksi melalui e-commerce;

Keywords: Perlindungan Hukum, Konsumen, Transaksi E-Commerce

Hak Cipta © 2025 Penulis: This is an open access article distributed under the terms of the which permits unrestricted use Tanjak Jurnal Hukum,distribution, and reproduction in any media;

A. PENDAHULUAN

Kemajuan dalam perkembangan teknologi saat ini, menuntut adanya kemudahan dalam segala hal, termasuk didalamnya yaitu transaksi jual-beli secara online. Biasanya transaksi jual-beli yang sering kita temui yaitu di toko, warung, pasar tradisional maupun pasar modern yang penjual dan pembelinya saling bertemu secara langsung. Namun saat ini dengan kemajuan teknologi dan aplikasi yang mendukung antara penjual dan pembeli tidak harus bertemu secara langsung. Penjual sebagai pihak yang sering disebut dengan pelaku usaha biasanya menggunakan marketplace atau toko online sebagai media dalam memasarkan barang dagangannya dan di pihak konsumen hanya melakukan pemesanan dari rumah melalui aplikasi serta pembayarannya dapat melalui transfer ataupun bayar di tempat atau istilah *COD* (*Cash on Delivery*). Metode pembayaran ini dilakukan secara langsung di tempat, setelah pesanan dari kurir diterima oleh pembelinya. Jual-beli secara online ini dirasa memberikan akses cepat dalam transaksinya, dimana penjual dan pembeli tidak diharuskan bertemu secara langsung, sehingga jual-beli yang kita maksudkan secara online dengan media internet ini masuk dalam kategori transaksi bisnis secara *e-commerce*. Transaksi melalui *e-commerce* pada saat ini merupakan trend kekinian yang di negara-negara lainnya telah menggunakannya terlebih dahulu. Transaksi E-commerce memberikan kemudahan dalam transaksinya. Dimana semua barang dan/atau jasa yang diperjualbelikan dapat di pesan dan dibayar secara langsung tanpa melihat langsung barang yang dijual oleh penjual selaku pelaku usaha.

Electronic Commerce atau sering disingkat dengan *e-commerce* adalah segala kegiatan jual beli atau transaksi yang dilakukan menggunakan sarana media elektronik (internet). E-commerce lebih mengacu pada teknologi digital ataupun internet. Para pelaku usaha biasanya menawarkan dagangannya di Marketplace atau lebih dikenal dengan toko online. Untuk toko online yang sering kita temui seperti: Shopee, Lazada, Blibli, Tokopedia, Bukalapak, Tiktokshop dan masih banyak lagi marketplace lainnya.

Menurut Niniek Suparni, bahwa E-commerce adalah kegiatan kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufacturers*), *service providers*, dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan computer (*computer networks*), yaitu *E-commerce* sudah meliputi seluruh spectrum kegiatan komersial.[1] Sementara itu, *World Trade Organization* (WTO) telah memberikan bahwa cakupan *e-commerce* meliputi bidang produksi, distribusi, pemasaran, penjualan, dan pengiriman barang atau jasa melalui cara-cara elektronik.

Dalam pasal 1 angka 2 Undang-undang nomor 19 tahun 2016 tentang ITE di katakan bahwa**: "**Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya."

Angka 4 menyebutkan bahwa: "Dokumen Elektronik adalah setiap Informasi Elektronik yang dibuat, diteruskan, dikirimkan, diterima, atau disimpan dalam bentuk analog, digital, elektromagnetik, optikal, atau sejenisnya, yang dapat dilihat, ditampilkan, dan/atau didengar melalui Komputer atau Sistem Elektronik, termasuk tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, Kode Akses, simbol atau perforasi yang memiliki makna atau arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya. Sedangkan Sistem Elektronik pada Pasal 1 angka 5 adalah serangkaian perangkat

[1] Niniek Suparni, 2009, Cyberspace Problematika& Antisipasi Pengaturannya, Sinar Garfika, Jakarta, hlm 3

dan prosedur elektronik yang berfungsi mempersiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan, dan/atau menyebarkan Informasi Elektronik. Selanjutnya menurut Pasal 1 angka 6 bahwa: Penyelenggaraan Sistem Elektronik adalah pemanfaatan Sistem Elektronik oleh penyelenggara negara, Orang, Badan Usaha, dan/atau masyarakat. Penyelenggara Sistem Elektronik adalah setiap Orang, penyelenggara negara, Badan Usaha, dan masyarakat yang menyediakan, mengelola, dan/atau mengoperasikan Sistem Elektronik, baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama kepada pengguna Sistem Elektronik untuk keperluan dirinya dan/atau keperluan pihak lain.

Adapun pembahasan e-commerce yang akan kita bahas disini yaitu e-commerce melalui Marketplace. Transaksi e-commerce pada marketplace saat ini banyak disukai oleh masyarakat, karena dianggap sangat simpel dan mudah dalam melakukannya. Pembeli selaku konsumen hanya tinggal memilih barang yang disukai setelah itu dilakukan pemesanan, dan penjual akan mengirim barang setelah syarat dan ketentuan sudah dipenuhi oleh konsumen tersebut.

Adapun pengertian konsumen menurut Pasal 1 angka 2 Undang-undang nomor 8 tahun 1998 tentang perlindungan konsumen bahwa konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Konsumen, lebih lanjut menurut Janus Sidabalok adalah semua orang yang membutuhkan barang dan jasa untuk mempertahankan hidupnya sendiri, keluarganya, ataupun untuk memelihara atau merawat harta bendanya.[2]

Meskipun e-commerce didalamnya memiliki kemudahan dalam transaksi namun tidak dipungkiri bahwa e-commerce disisi lain juga memiliki kelemahan, dimana transaksi melalui e-commerce tidak selalu memberikan keuntungan bagi konsumen tapi juga dapat menimbulkan kerugian. Indonesia digadang memiliki potensi pasar bagi dunia e-commerce. Namun, pada pengaplikasiannya e-commerce kerap mengalami risiko kecurangan, dimana para pelaku selalu memanfaatkan peluang untuk melakukan kecurangan demi kecurangan demi mendapatkan keuntungan. Maka dari latar belakang inilah penulis mengangkat judul tentang Analisis Yuridis Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Di Indonesia. Adapun yang menjadi rumusan masalah dari penelitian ini adalah Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce di Indonesia? Dengan adanya penelitian ini kita harapkan dapat menemukan jawaban tentang perlindungan bagi konsumen dalam transaksi melalui e-commerce di Indonesia. Sehingga dirasakan bahwa transaksi melalui e-commerce dapat memberikan jaminan kepastian hukum bagi konsumen dalam jual-beli secara online;

RESEARCH METHODS

This research uses a qualitative research approach. Qualitative research is known as a scientific method that is often used and carried out by a group of researchers in the field of social sciences, including educational sciences. Qualitative research enriches the results of quantitative research. Qualitative research is carried out to build knowledge through understanding and discovery. The qualitative research approach is a research and understanding process based on methods that investigate social phenomena and human problems. In this research, researchers create a complex picture, examine words, detailed reports from respondents' views and conduct studies in natural situations.[3]

[2] Janus Sidabalok, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2006), hlm. 7.

[3] Iskandar, Metodologi Penelitian Kualitatif (Jakarta: Gaung Persada, 2009) cet.1 h. 11

Bogdan and Taylor explain that qualitative research methodology is a research procedure that produces descriptive data in the form of written or spoken words from people and observable behavior.[4]

RESULTS AND DISCUSSION

Perlindungan konsumen sejatinya kita telah mengetahui bahwa ini sudah diatur dalam Undang-undang. Perlindungan konsumen sebagai akomodasi bahwa pemerintah telah menjamin adanya kepastian hukum bagi konsumen dalam transaksi jual-beli barang dan/atau jasa. Tidak hanya menyebutkan tentang konsumen, bahwa didalam Undang-undang Perlindungan konsumen juga menyebutkan tentang pelaku usaha sebagaimana Pasal 1 angka 3 bahwa: "Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi."

Penyelenggaraan perlindungan bagi konsumen harus melihat dari beberapa asas, dimana dalam Pasal 2 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, menyatakan bahwa perlindungan konsumen dilakukan sebagai upaya bersama dengan berdasarkan atas lima prinsip yang relevan dalam pembangunan nasional, dengan memperhatikan lima asas yaitu sebagai berikut:

1. Asas manfaat yaitu untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
2. Asas keadilan yaitu sebagai bentuk peran serta seluruh masyarakat dapat terwujud secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
3. Asas keseimbangan yaitu asas yang memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti material dan spiritual.
4. Asas keamanan dan keselamatan yaitu asas yang memberikan jaminan keamanan dan keselamatan dana kepada konsumen dalam penggunaan, penggunaan dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang digunakan.
5. Asas kepastian hukum yaitu asas yang mewajibkan bagi pelaku usaha maupun konsumen untuk mentaati hukum dan memperoleh keadilan sebagai bentuk perlindungan terhadap konsumen, karena negara telah menjaminnya.

Maksud dari tujuan Perlindungan konsumen yaitu:

- Untuk meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen dalam melindungi diri;
- Mengangkat harkat dan martabat selaku konsumen dengan cara menghindarkannya dari ekses negatif terhadap pemakaian barang dan/atau jasa;
- Meningkatkan pemberdayaan terhadap konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen selaku pemakai barang dan/atau jasa;
- Menciptakan sistem perlindungan bagi konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;

[4]Lexy J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000) cet. 18, h.5

- Menumbuhkan kesadaran bagi pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha;
- Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan bagi konsumen.

Hal tersebut merupakan tujuan dari diadakannya perlindungan bagi konsumen. Tujuan lainnya yaitu lebih kepada mengontrol pelaku usaha untuk lebih jujur dalam menjual barang dan/atau jasanya serta keberpihakan Undang-undang untuk memberikan kepastian hukum bagi konsumennya. Dengan hadirnya undang-undang perlindungan konsumen kita berharap pelaku usaha tidak lagi melakukan kecurangan untuk mendapatkan keuntungan sepihak dari konsumen. Bagaimana bila seandainya perlindungan konsumen tidak pernah diatur dalam undang-undang, maka jual-beli tidak lagi sesuai dengan harapan konsumen dan hal-hal yang tidak dikehendaki pun akan lebih banyak terjadi.

Pembelian barang dan/atau jasa melalui marketplace lebih cenderung mengalami kecurangan karena beberapa pelaku usaha memanfaatkan momen tersebut untuk dapat melakukan kecurangan dengan jalan menipu konsumen demi meraup keuntungan semata. Bahkan apa yang ditawarkan kepada pembeli selaku konsumen di marketplace tidak sesuai dengan sebenarnya. Hal ini dapat kita lihat dari beberapa kasus yakni dimana pihak konsumen merasa dirugikan karena barang yang dipesan ternyata tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, kemudian kasus lain yaitu barang yang sudah dipesan dan dibayar ternyata tidak sampai kepada konsumennya. Belum lagi adanya kelalaian atau kesengajaan pihak marketplace dalam menggunakan data pelanggan, sehingga konsumen merasa dirugikan oleh pihak marketplace karena diketahui bahwa pihak marketplace telah membocorkan data pribadi atau identitas konsumen kepada pihak lain untuk kepentingan komersil. Bentuk pencurian data pribadi atau identitas konsumen dilakukan dengan sebutan modus *triangle fraud*. Modus ini biasanya dilakukan oleh pelaku dengan cara membuat akun fiktif di aplikasi e-commerce, setelah itu membuat promo-promo barang dagangan untuk menarik dan mendorong pelanggan agar melakukan transaksi jual-beli di marketplacenya, setelah itu pelaku dapat mencuri data pribadi konsumen dan mengetahui informasi kartu kredit konsumen tersebut. Metode pembayaran e-commerce pada umumnya menggunakan transfer via ATM, kartu kredit, COD, e-payment, uang elektronik dan lain-lain.

Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1998 tentang perlindungan konsumen

Adapun perlindungan hukum bagi konsumen telah jelas diatur dalam pasal 61, 62 dan 63 yang bunyinya sebagai berikut:

Pasal 61 menyatakan bahwa: “Penuntutan pidana dapat dilakukan terhadap pelaku usaha dan/atau pengurusnya.

Selanjutnya Pasal 62 menyatakan bahwa:

(1) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2), dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp.2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

(2) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat (1), Pasal 14, Pasal 16 dan Pasal 17 ayat (1) huruf d dan huruf f dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Pasal 63 menyatakan bahwa: "Terhadap sanksi pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 62, dapat dijadikan hukuman tambahan, berupa:

a. Perampasan barang tertentu;

b. Pengumuman keputusan hakim;

c. Pembayaran ganti rugi;

d. Perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen;

e. Kewajiban penarikan barang dari peredaran; atau

f. Pencabutan izin usaha

Untuk penyelesaian sengketa konsumen, pemerintah telah membentuk badan penyelesaian sengketa konsumen di Daerah Tingkat II sebagai upaya untuk penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan. Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin atau tidak terulangnya kembali kerugian yang diderita oleh konsumen. Sedangkan penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu pada ketentuan tentang peradilan umum yang berlaku dengan memperhatikan ketentuan dalam Pasal 45 yaitu Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat kepada pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum. Bahwa penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan ataupun di luar pengadilan, hal ini berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang sedang bersengketa. Bahwa dengan adanya penyelesaian sengketa di luar pengadilan tetap tidak menghilangkan tanggung jawab pidana bagi pelaku usaha. Selanjutnya, apabila upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan telah selesai, maka gugatan melalui pengadilan tidak perlu ditempuh, kecuali upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil maka para pihak dapat menempuh jalur pengadilan.

Pengangkatan dan pemberhentian anggota badan penyelesaian sengketa konsumen ditetapkan oleh Menteri. Tugas dan wewenang badan penyelesaian sengketa konsumen meliputi:

a. Melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi;

b. Memberikan konsultasi perlindungan konsumen;

c. Melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku; d. melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam Undang-undang ini;

e. Menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis, dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;

f. Melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen;

g. Memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;

h. memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap Undang-undang itu;

i. Meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana dimaksud pada huruf g dan huruf h, yang tidak bersedia memenuhi panggilan badan penyelesaian sengketa konsumen;

j. Mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan;

k. Memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen;

l. Memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;

m. Menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undang-undang ini.

Selain itu, Badan penyelesaian sengketa konsumen berwenang menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang dengan jelas telah melanggar Pasal 19 ayat (2) dan ayat (3), Pasal 20, Pasal 25, dan Pasal 26. Adapun sanksi administratif tersebut dapat berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah). Serta disebutkan tentang tata cara penetapan sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur lebih lanjut dalam peraturan perundang-undangan.

Perlindungan Hukum terhadap konsumen melalui Undang-undang nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Pemerintah telah menjamin adanya kepastian hukum bagi konsumen dalam transaksi elektronik pada Undang-undang nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Undang-undang ini sebagai wujud kemerdekaan seseorang untuk menyatakan pikiran dan kebebasan berpendapat serta hak memperoleh informasi melalui penggunaan dan pemanfaatan Teknologi Informasi dan komunikasi tentunya. Tujuannya tidak lain hanya untuk memberikan rasa aman, keadilan, dan kepastian hukum bagi pengguna dan Penyelenggara Sistem Elektronik yang dimaksudkan. Hak dan kebebasan yang dimaksud tersebut yaitu melalui penggunaan dan pemanfaatan Teknologi Informasi yang pastinya dengan melakukan pertimbangan terhadap pembatasan yang telah ditetapkan oleh undang-undang untuk menjamin pengakuan serta penghormatan atas hak dan kebebasan orang lain dalam memenuhi tuntutan yang adil sesuai dengan pertimbangan moral, nilai-nilai agama, keamanan, dan ketertiban umum dalam suatu masyarakat demokratis. Penggunaan setiap informasi melalui media atau Sistem Elektronik yang menyangkut data pribadi seseorang seharusnya dilakukan atas persetujuan Orang yang bersangkutan. Sehingga jaminan pemenuhan terhadap perlindungan diri pribadi dapat terpenuhi dimana setiap Penyelenggara Sistem Elektronik diwajibkan untuk menghapus Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang tidak relevan yang berada di bawah kendalinya atas permintaan Orang yang bersangkutan berdasarkan atas penetapan pengadilan.

Perlindungan hukum bagi konsumen telah diatur dalam Pasal 45A undang-undang nomor 19 tahun 2016 tentang ITE yang menyebutkan bahwa: (1) Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) dipidana

dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

Jadi sudah jelas adanya bahwa bagi pelaku usaha yang menjual dagangannya di marketplace melalui transakasi elektronik dapat dikenakan pasal 45A Undang-undang ITE dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong tentang produk dagangannya serta terindikasi menyesatkan dan menimbulkan kerugian bagi konsumen tersebut akan dikenakan pidana paling lama 6 tahun dan denda sebanyak 1 miliar rupiah.

Perlindungan Hukum terhadap konsumen melalui Undang-undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi

Larangan penggunaan data pribadi telah jelas diatur dalam Undang-undang. Hal ini tercantum dalam pasal 65 Undang-undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi yang menyatakan bahwa:

1) Setiap Orang dilarang secara melawan hukum memperoleh atau mengumpulkan Data Pribadi yang bukan miliknya dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain yang dapat mengakibatkan kerugian Subjek Data Pribadi.

(2) Setiap Orang dilarang secara melawan hukum mengungkapkan Data Pribadi yang bukan miliknya.

(3) Setiap orang dilarang secara melawan hukum menggunakan Data Pribadi yang bukan miliknya.

Adapun Ketentuan Pidana bagi pelaku yang secara melawan hukum memperoleh atau mengumpulkan data pribadi yang bukan miliknya serta mengungkapkan data pribadi yang bukan miliknya dan menggunakan data pribadi yang juga bukan miliknya dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri dan orang lain dalam hal ini konsumen, maka pada Pasal 67 ayat menyatakan bahwa:

(1) Setiap Orang yang dengan sengaja dan melawan hukum memperoleh atau mengumpulkan Data Pribadi yang bukan mililoeya dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain yang dapat mengakibatkan kerugian Subjek Data Pribadi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 65 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

(2) Setiap Orang yang dengan sengaja dan melawan hukum mengunglapkan Data Pribadi yang bukan miliknya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 65 ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

(3) Setiap Orang yang dengan senqaja dan melawan hukum menggunakan Data Pribadi yang bukan miliknya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 65 ayat (3) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

Jadi kesimpulannya adalah bahwa bagi pelaku usaha yang dengan secara melawan hukum, memperoleh atau mengumpulkan data pribadi yang bukan miliknya serta mengungkapkan data pribadi yang bukan miliknya dan menggunakan data pribadi yang juga bukan miliknya dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri dan orang lain akan dikenakan sanksi pidana seperti apa yang telah disebutkan diatas. Sehingga dengan adanya aturan hukum ini dianggap sebagai

bentuk adanya jaminan kepastian hukum terhadap perlindungan data pribadi konsumen agar tidak disalahgunakan oleh pelaku usaha, yang dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen dan hanya memberikan keuntungan sepihak bagi pelaku kejahatan tersebut.

CONCLUSION

Perlindungan Hukum bagi konsumen telah diatur oleh beberapa Undang-undang di Indonesia. Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Undang-undang nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik serta Undang-undang nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan data pribadi konsumen diundangkan sebagai bentuk tanggung jawab pemerintah dalam memberikan jaminan kepastian hukum terhadap konsumen dalam transaksi melalui e-commerce di Indonesia. E-commerce yang tujuan utamanya ingin memberikan kemudahan dalam segala kegiatan jual beli atau transaksi yang dilakukan dengan menggunakan sarana media elektronik (internet), alih-alih ingin menciptakan rasa aman dan tentram serta memberikan keadilan bagi pelaku usaha dan konsumen nyatanya masih memiliki kelemahan dalam implementasinya. Sehingga memang dirasa perlu untuk mengatur sistem jual-beli melalui transaksi e-commerce ini dalam Undang-undang sehingga konsumen akan merasa aman dan hak-haknya dapat terlindungi dalam Undang-undang tersebut.

BIBLIOGRAPHY

Amiruddin & Zainal Asikin, 2014, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Niniek Suparni, 2009, *Cyberspace Problematika & Antisipasi Pengaturannya*, Sinar Garfika, Jakarta.

Ronny Hanitijo Soemitro, 1994, *Metode Penelitian Hukum dan Yurimetri*, Ghalia, Jakarta.

Soerjono Soekanto & Sri Mamudji, 2014, *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*, Rajawali Pers, Jakarta.

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Undang-undang nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Undang-undang nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan data pribadi konsumen