



Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online (E-Commerce)

Halizah Rahmawati

Universitas Terbuka, Indonesia

Email Korespondensi: rahmahalizah801@gmail.com

Article received: 05 Mei 2026, Review process: 12 Mei 2026

Article Accepted : 29 Mei 2026, Article published: 07 Mei 2026

ABSTRACT

This study focuses on the development of the internet and technology that has impacted the business sector, particularly online commerce (e-commerce), which is growing rapidly. This has led to increased public interest in e-commerce. The emergence of marketplaces is a result of this growth in e-commerce. Customer dissatisfaction with online transactions is evident in the numerous cases of products not matching their images on marketplaces. Consumers have the right to receive clear and accurate images of the products they intend to purchase. To prevent consumer losses, sellers on marketplaces must understand their responsibilities when conducting electronic transactions on these platforms. The objective of this study is to determine how the Electronic Information and Transactions Law regulates the purchase of electronic goods and the legal protections provided to consumers who have suffered losses from e-commerce transactions. To collect data for this study, the researcher gathered and reviewed various official documents, such as the text of laws, government regulations, and other relevant legal documents. The research method employed was a normative legal approach. Additionally, secondary data was gathered from books, journals, and articles discussing consumer protection and e-commerce to support and provide context for the analysis. The findings indicate that Law No. 8 of 1999 on Consumer Protection must be fully enforced to protect consumers engaging in electronic transactions.

Keywords: E-commerce, Buying and Selling, Consumers, Legal Protection

ABSTRAK

Fokus penelitian ini adalah perkembangan internet dan teknologi yang berdampak pada bidang bisnis, khususnya jual beli online (e-commerce), yang semakin berkembang pesat. Hal ini menghasilkan minat masyarakat yang meningkat dalam e-commerce. Hadirnya marketplace merupakan dampak dari perkembangan e-commerce. Ketidakpuasan pelanggan dalam jual beli online ditunjukkan oleh banyaknya kasus barang tidak sesuai gambar yang terjadi di marketplace. Konsumen berhak untuk mendapatkan gambar yang jelas dan sesuai tentang produk yang akan mereka beli. Untuk menghindari kerugian konsumen, penjual di pasar harus memahami tanggung jawab mereka dalam melakukan transaksi elektronik di marketplace. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik mengatur pembelian barang elektronik dan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen yang melakukan transaksi e-commerce yang dirugikan. Untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan dan memeriksa berbagai dokumen resmi, seperti teks undang-

undang, peraturan pemerintah, dan dokumen hukum lainnya yang relevan. Metode penelitian yang digunakan yaitu menggunakan pendekatan yuridis normatif. Selain itu, data sekunder dikumpulkan dari buku, jurnal, dan artikel yang membahas perlindungan konsumen dan e-commerce untuk mendukung dan memberikan konteks analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen harus benar-benar diterapkan untuk melindungi konsumen yang melakukan transaksi jual beli elektronik.

Kata Kunci: E Commerce, Jual Beli, Konsumen, Perlindungan Hukum

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi sangat pesat dipicu oleh kebutuhan akan informasi secara cepat dan akurat. Teknologi informasi telah menjadi fasilitas utama bagi kegiatan berbagai sektor dalam kehidupan. Dengan berkembangnya teknologi informasi dan sistem transaksi yang dilakukan secara elektronik, industri teknologi informasi telah mengambil alih. Selain memberikan kemudahan dan efisiensi waktu, teknologi informasi juga menawarkan keuntungan tambahan, yaitu kemampuan untuk memperluas pangsa pasar global tanpa perlu mengetahui tentang pengiriman iklan ke negara lain. Perekonomian global sekarang disebut sebagai ekonomi digital karena internet. Semakin banyak kegiatan ekonomi yang memanfaatkan internet sebagai media komunikasi menunjukkan keberadaannya (Hendryan et al., 2024). Dengan kemajuan teknologi telah berdampak besar pada sektor perekonomian termasuk pada pola konsumsi masyarakat yang menjadi semakin dinamis dan lebih kompleks (Sukma, 2025).

Teknologi juga memiliki pengaruh yang signifikan pada bidang ekonomi. Ekonomi modern yang disebut sebagai ekonomi digital menciptakan peluang baru dalam usaha, bisnis, maupun perdagangan. Jenis bisnis yang berkembang seiring dengan pesatnya teknologi internet yaitu perdagangan yang sering disebut sebagai perdagangan elektronik dan dikenal dengan istilah *e-commerce*. *E-commerce* memainkan peran penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi secara berkelanjutan, meningkatkan pelaksanaan pembangunan nasional untuk mewujudkan pemerataan pembangunan, dan memelihara stabilitas nasional. *E-commerce* adalah bisnis yang dilakukan melalui pertukaran data yang dilakukan melalui internet. Kedua belah pihak, yang dikenal sebagai penjual dan pembeli barang dan jasa, dapat bernegosiasi dan melakukan transaksi.

Hal ini telah membuka peluang besar bagi para pedagang untuk memasarkan barang mereka ke lebih banyak orang yang tidak terbatas oleh jarak dan waktu. Pelaku bisnis dapat memilih kanal penjualan yang sesuai dengan target pasar dan kebutuhan bisnis mereka dengan banyak platform lokal dan internasional yang tersedia. Selain itu, peningkatan infrastruktur digital seperti logistik dan sistem pembayaran online yang terintegrasi telah meningkatkan kepuasan pelanggan, mempercepat transaksi dan pengiriman barang, dan mendorong pertumbuhan sektor belanja online secara keseluruhan (Izazi et al., 2024). Menurut (Fista et al., 2023) Seperti jual beli biasa, transaksi *e-commerce* juga merupakan transaksi jual beli. Konsensualisme, yang berarti kesepakatan dari kedua belah pihak, juga ada dalam suatu transaksi *e-commerce*. Suatu kesepakatan

terjadi ketika penawaran dari penjual diterima oleh calon pembeli. Pihak-pihak yang bersangkutan mencapai kesepakatan dengan melakukan penawaran dan penerimaan ini. Proses penawaran dan penerimaan yang dilakukan melalui internet tidaklah berbeda dari prosedur penawaran dan penerimaan konvensional. Perbedaan satu-satunya adalah media yang digunakan; dalam transaksi *e-commerce*, internet adalah media yang digunakan.

(Rambe et al., 2024) mengatakan bahwa “Dengan adanya *e-commerce*, Masyarakat bisa saja merasa diuntungkan atau dapat juga merasa dirugikan. Diuntungkan apabila pemenuhan barang tersebut sesuai dengan permintaan konsumen. Konsumen merasa dirugikan apabila barang yang dibeli oleh konsumen ternyata memiliki kecacatan”. Hal ini biasa terjadi antara pengusaha dan pelanggan. Faktor utama kelemahan konsumen sering kali disebabkan oleh tingkat pengetahuan hukum dan kesadaran konsumen akan haknya yang masih rendah. Pelaku usaha menggunakan situasi ini untuk meraup keuntungan besar tanpa mengindahkan kewajiban yang seharusnya ada pada mereka. Semua hak konsumen harus dijamin. Namun, banyak konsumen tidak menyadari bahwa ada undang-undang yang melindungi konsumen. Seperti halnya dengan pembelian online melalui internet, juga dikenal sebagai *e-commerce*, dan salah satu bentuk perkembangan *e-commerce* adalah dengan munculnya *marketplace*.

(Hendryan et al., 2024) mengatakan bahwa “Ketentuan hukum jual beli yang berlaku ada beberapa hal yang bersifat esensial dalam proses jual beli, yaitu mengenai hak dan kewajiban para pelakunya dalam melakukan kontrak jual beli yang ditegaskan pada saat adanya kesepakatan jual”. Karena kedua belah pihak secara fisik tidak bertemu dan memungkinkan lahirnya bentuk-bentuk kecurangan atau kesalahan yang menjadi perhatian dan perlu penanganan lebih lanjut. Dampak negatif dari *e-commerce* memiliki kecenderungan merugikan konsumen. Seperti tidak sesuainya produk yang dipesan dan yang ditawarkan, dan masalah lain yang memiliki ketidaksesuaian seperti kesepakatan sebelumnya. Selain itu, (Rambe et al., 2024) mengatakan bahwa “*marketplace* memiliki sistem dan fasilitas yang lengkap sehingga menunjang jual beli online yang lebih baik dibandingkan dengan transaksi di luar *marketplace*”. Meskipun memiliki keamanan yang baik, *marketplace* masih memiliki potensi untuk dapat merugikan konsumen karena kelemahan yang dimilikinya.

Menurut (Adani, 2025) *E-commerce* memiliki beberapa kekurangan seperti transaksi yang dilakukan sangat riskan, penuh risiko karena konsumen harus diwajibkan untuk melakukan pembayaran di awal (*advance payment*) tetapi tidak bisa melihat secara langsung kualitas terkait barang yang dipesan. Pembayaran yang dilakukan secara elektronik melalui transfer bank maupun nomor kartu kredit pada internet menimbulkan peluang terjadinya kecurangan perdata maupun pidana, sementara itu belum ada jaminan yang pasti (*exact guaranteed*) terkait dengan barang yang dipesan. Kemudian apakah yang akan dijadikan alat bukti nantinya ketika terdapat gugatan hukum, dasar apakah yang akan digunakan dalam menilai keotentikan sebuah dokumen elektronik di dalam *e-commerce* yang rata-rata tidak memiliki tanda tangan (*signature*).

Contoh kasus yang terjadi yaitu ketika kita belanja secara online tapi barang yang datang tidak sesuai dengan yang difoto pada gambar *marketplace* yang ada. Hal tersebut apakah termasuk dalam pelanggaran hak konsumen? Apakah penjual dapat dituntut untuk mengembalikan uang atau mengganti barang yang telah dibeli tersebut. Meskipun demikian, tidak berarti penjual bebas menjual barang mereka tanpa mematuhi peraturan yang berlaku, banyak kasus barang tidak sesuai gambar yang terjadi di pasar menunjukkan lemahnya posisi konsumen dalam jual beli online.

Menurut (Fatony et al., 2026) untuk melindungi konsumen dalam perdagangan digital, perlu ada sistem yang kuat untuk mencegah kerugian, menyelesaikan sengketa, dan memastikan bahwa perusahaan bertanggung jawab atas setiap transaksi online yang mereka lakukan. Konsumen berhak untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang produk yang mereka inginkan. Sehingga tidak menimbulkan kerugian bagi pelanggan, pedagang di *marketplace* harus memahami tanggung jawab mereka dalam melakukan transaksi elektronik di *marketplace*.

Perlindungan hukum konsumen dalam *e-commerce* menjadi semakin krusial karena seringnya terjadi ketimpangan posisi tawar antara konsumen dengan pelaku usaha yang memiliki informasi lebih lengkap dan control terhadap sistem transaksi yang dilakukan. Konsumen sering kali berada dalam posisi yang lemah karena tidak bisa memeriksa barang secara langsung sebelum melakukan transaksi jual beli. Sehingga, konsumen hanya bergantung kepada foto yang telah ditampilkan oleh penjual. Maka dari itu, terkadang undang-undang memberikan bukti terbalik kepada pelaku usaha bahwa mereka tidak bersalah apabila terjadi sebuah sengketa, sehingga konsumen tidak menanggung beban pembuktian yang berat dalam menuntut haknya. Perlindungan ini juga mencakup hak konsumen yang mendapatkan informasi dengan jelas, akurat, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa, serta haknya untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang atau jasa yang telah digunakannya.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penelitian ini difokuskan pada dua permasalahan utama. Pertama, bagaimana syarat sahnya perjanjian jual beli melalui *e-commerce*. Kedua, bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen yang melakukan transaksi jual beli menggunakan *e-commerce* ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui syarat sahnya perjanjian jual beli melalui *e-commerce*, serta untuk mengetahui bentuk perlindungan hukum bagi konsumen yang melakukan transaksi jual beli melalui *e-commerce* ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi pemahaman yang lebih komprehensif mengenai kerangka hukum yang mengatur transaksi elektronik, khususnya dalam upaya memperkuat posisi konsumen yang kerap berada pada posisi lemah di tengah pesatnya perkembangan perdagangan digital saat ini.

METODE

Penelitian ini dilakukan melalui pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini, metode yuridis normatif merupakan pendekatan yang digunakan. Metode ini didasarkan pada bahan hukum utama, yaitu teori, konsep, asas, dan peraturan hukum yang relevan. Selain itu penelitian ini melibatkan analisis literatur dari berbagai sumber, termasuk jurnal ilmiah, buku, artikel, media massa, dan perundang-undangan yang relevan maka dikenal dengan pendekatan kepustakaan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan dan menganalisis berbagai dokumen resmi, termasuk teks undang-undang, peraturan pemerintah, dan dokumen hukum lainnya yang relevan. Data sekunder dari artikel, jurnal, dan buku-buku yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dan *e-commerce* juga dikumpulkan untuk konteks dan dukungan analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Syarat Sahnya Perjanjian Jual Beli Melalui *E-commerce*

Syarat sah perjanjian jual beli diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata, dan hal ini juga dapat digunakan untuk perjanjian jual beli yang dilakukan melalui *e-commerce*. Karena *e-commerce* juga merupakan kegiatan jual beli, hanya saja *e-commerce* dilakukan melalui media online, yang memungkinkan transaksi yang lebih cepat, lebih mudah, dan lebih efisien.

Empat syarat sah jual beli menurut Pasal 1320 KUHP Perdata

1. adanya kesepakatan kedua pihak
Selama tidak ada paksaan, penipuan, atau kekhilafan, klik "beli", pembayaran elektronik, atau konfirmasi sistem dianggap sebagai pernyataan kehendak yang sah (Triantika & Marwenny, 2020).
2. Para pihak yang sah secara hukum
Dalam *e-commerce*, baik penjual maupun pembeli harus memiliki status subjek hukum yang cakap, yang dapat dibuktikan dengan identitas elektronik seperti akun terverifikasi, email, KTP, atau verifikasi bank (Yudo et al., 2025).
3. objek yang tertentu dan mungkin
Jenis, spesifikasi, dan harga barang/jasa harus jelas dan dapat dikirim. Studi menunjukkan bahwa ketidakjelasan objek dapat menyebabkan sengketa dan mengurangi keabsahan kontrak (Ariaza et al., n.d.).
4. Causa yang halal
Tidak ada transaksi yang melanggar hukum, ketertiban umum, atau kesusilaan. Menurut (Septiari & Ujianti, 2025), perjanjian yang tidak sah dibuat karena modus penipuan atau penjualan barang yang dilarang.

Kekuatan Hukum Kontrak Elektronik (UU ITE)

1. Kontrak elektronik sah jika memenuhi ketentuan UU ITE
Selama dilakukan di sistem elektronik yang andal, transparan, dan akuntabel, kontrak yang dibuat dalam bentuk media elektronik atau dokumen elektronik diperlakukan sebagai sah (Septiari & Ujianti, 2025).

2. Informasi/dokumen elektronik sebagai alat bukti

Menurut (Ariaza et al., n.d.) jika mereka memenuhi syarat keandalan asal-usul, integritas, dan dapat diakses, email konfirmasi, invoice, notifikasi sistem, dan riwayat pembayaran dapat digunakan sebagai bukti.

Selama perjanjian jual beli elektronik memenuhi empat syarat sah perjanjian menurut Pasal 1320 KUHP Perdata, yaitu kesepakatan kedua belah pihak, kecakapan hukum para pihak, objek yang tertentu dan mungkin, dan causa yang halal. Selain itu, perjanjian harus memenuhi ketentuan transaksi elektronik dalam UU ITE mengenai keandalan sistem dan keabsahan informasi atau dokumen elektronik sebagai alat bukti. Dalam praktiknya, penelitian selama lima tahun terakhir menunjukkan bahwa perjanjian jual beli *e-commerce* bukan hanya harus diakui secara hukum, tetapi juga harus dibangun berdasarkan prinsip transparansi, iktikad baik, dan perlindungan konsumen. Dengan demikian, kejelasan identitas penjual dan pembeli, deskripsi barang yang rinci, dan keakuratan bukti elektronik seperti email konfirmasi, invoice, dan riwayat pembayaran memperkuat keabsahan kontrak online.

Jaminan kepastian hukum diperlukan bagi kedua pihak yang terlibat dalam jual beli di *e-commerce*. Ketika semua sudah memenuhi persyaratan, perjanjian jual dan beli elektronik memiliki kekuatan hukum yang mengikat dan dapat dipaksakan melalui pengadilan apabila terjadi wanprestasi atau perbuatan melawan hukum. Kerugian konsumen dapat diajukan gugatan berdasarkan perjanjian yang sah, sedangkan penjual juga mendapatkan perlindungan dari klaim yang tidak berdasar apabila telah memenuhi semua kewajiban kontraktualnya. Maka dari itu, implementasi syarat sah perjanjian menjadi landasan yang fundamental untuk membangun ekosistem *e-commerce* yang sehat, adil, dan berkelanjutan.

Aspek hukum internasional juga menjadi sangat penting dalam transaksi *e-commerce* yang meintasi negara lain. Indonesia memiliki komitmen dalam mengadopsi standar internasional dalam perdagangan elektronik melalui berbagai ratifikasi dan harmonisasi hukum, termasuk UNCITRAL Model Law on Electronic Ecommerce. Hal ini berarti dalam perjanjian jual beli *e-commerce* telah memenuhi syarat-syarat dalam Pasal 1320 KUHPerdata dan ketentuan UU ITE juga telah diakui secara internasional, sehingga memberikan perlindungan hukum yang yurisdikasi bagi konsumen dan penjual pada *e-commerce* di Indonesia yang bertantraksi dengan negara lain. Maka dari itu, semua pihak wajib memenuhi syarat-syarat sah perjanjian tidak hanya kepentingan nasional, tetapi juga memberikan peluang bagi pelaku usaha *e-commerce* Indonesia untuk bersaing di pasar global dengan memiliki kepastian hukum yang kuat.

Beberapa persyaratan tambahan ditambahkan dalam UU ITE, seperti:

1. Beritikad baik (Pasal 17 ayat 2);
2. Ketentuan mengenai waktu pengiriman dan penerimaan Informasi dan/atau Transaksi Elektronik (Pasal 8); dan
3. Menggunakan Sistem Elektronik yang andal, aman, dan bertanggung jawab (Pasal 15)

Dalam melakukan transaksi digital, prinsip iktikad baik menjadi prinsip yang krusial karena pihak tidak bertemu secara langsung, sehingga harus diperlukan kepercayaan yang menjadi fondasi dalam suatu transaksi. Penjual harus memiliki informasi yang akurat, lengkap dan jujur terkait dengan produk yang ditawarkannya termasuk foto, spesifikasi, kondisi barang, dan harga yang tertera tanpa ada biaya yang tersembunyi. Begitupun dengan pembeli harus memberikan informasi yang lengkap mengenai identitas serta alamat pengiriman agar transaksi bisa dilakukan dengan lancar.

Selain itu, perlindungan data pribadi menjadi syarat yang krusial dalam *e-commerce* modern. Kedua pihak harus saling mematuhi ketentuan mengenai perlindungan data pribadi sesuai dengan UU No. 27 Tahun 2022 tentang perlindungan data Pribadi (PDP). Kerhasiaan data pribadi wajib dijaga oleh penjual karena data hanya digunakan untuk tujuan transaksi yang legitimate, dan dilarang untuk membagikan data tersebut kepada pihak yang lain tanpa izin yang eksplisit dari konsumen. Kegagalan dalam melindungi data pribadi dapat menimbulkan sengketa hukum serta merusak reputasi pelaku usaha, sehingga dalam hal ini persyaratan menjadi semakin krusial untuk memastikan keabsahan dan keberlanjutan transaksi *e-commerce* di era digital ini.

Dalam perjanjian *e-commerce*, ada proses penawaran dan persetujuan jenis barang yang dibeli. Setelah penjual menerima konfirmasi bahwa pembeli telah membayar harga barang yang dipesan, penjual melanjutkan atau mengirimkan barang. Kedua pihak harus melakukan perjanjian dan memberikan informasi dengan akurat. Sehingga setelah proses penawaran, pembayaran, dan penyerahan barang selesai, perjanjian dikatakan selesai atau berakhir.

Perlindungan Hukum Bagi Konsumen yang melakukan transaksi jual beli menggunakan *e-commerce* ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen

Menurut (Barkatullah, 2022) , tujuan dari perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* adalah untuk menjamin keamanan dan kepastian hukum dalam bertransaksi, terutama dalam hal pemenuhan hak-hak konsumen dan tanggung jawab pelaku usaha dalam perdagangan digital. (Adani, 2025) menegaskan bahwa perlindungan hukum konsumen dalam transaksi elektronik berpusat pada melindungi hak konsumen dan memberikan kepastian hukum untuk setiap transaksi yang dilakukan di ruang digital.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen secara tegas mengatur perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce*. Untuk melindungi hak-hak konsumen dan memastikan bahwa pelaku usaha memenuhi tanggung jawab mereka dengan benar, UU ini memberikan landasan hukum yang kuat. Berbagai aspek penting, seperti hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang kondisi dan jaminan barang atau jasa, diatur dalam pasal-pasal UU ini. Konsumen juga berhak untuk memilih dan mendapatkan barang dan jasa sesuai dengan nilai tukar, kondisi, dan jaminan yang dijanjikan. Mereka juga berhak untuk merasa aman dan aman saat menggunakan barang dan jasa tersebut. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang

Perlindungan Konsumen dibuat untuk melindungi hak-hak konsumen dan memastikan keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen. Beberapa pasal yang relevan dalam hal ini antara lain:

**Tabel 1. Pasal Undang-Undang Perlindungan Konsumen
Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan
konsumen**

Pasal 4	Hak Konsumen
Pasal 7	Kewajiban pelaku usaha
Pasal 8	Perbuatan yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha
Pasal 19	Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Hak Konsumen dalam Transaksi *E-commerce* diatur dalam Pasal 4, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang jelas dan akurat tentang barang atau jasa yang mereka beli, serta hak untuk menjaga transaksi mereka aman. Hak ini mewajibkan pelaku usaha untuk memastikan bahwa semua informasi yang mereka berikan tentang barang atau jasa yang mereka jual benar, lengkap, dan tidak menyesatkan. Untuk menghindari penipuan dan penyalahgunaan data pribadi, pelaku usaha juga harus memastikan data dan transaksi konsumen aman.

Menurut Pasal 7 tentang Kewajiban Memberikan Informasi yang Benar, perusahaan *e-commerce* harus memberikan deskripsi produk yang lengkap, akurat, dan mudah dipahami kepada pelanggan. Tujuan dari penerapan aturan ini adalah untuk memastikan bahwa pelanggan dapat membuat keputusan yang tepat tentang barang yang mereka beli dengan memiliki informasi yang mereka butuhkan. Banyak platform *e-commerce* telah menerapkan sistem ulasan dan rating untuk mendukung kepatuhan terhadap aturan ini, yang memungkinkan pelanggan berbagi pengalaman mereka dengan produk tersebut. Untuk membantu pelanggan lain dalam menilai kualitas produk dan kesesuaiannya. Meskipun demikian, masih ada kasus di mana informasi yang diberikan tentang produk tidak sesuai dengan apa yang sebenarnya. Misalnya, deskripsi produk yang salah atau gambar produk yang tidak menunjukkan keadaan sebenarnya. Hal ini menunjukkan bahwa, meskipun ada upaya untuk mematuhi aturan ini, pengawasan yang lebih ketat dan tindakan tegas diperlukan untuk memastikan bahwa pelanggan mendapatkan informasi yang benar dan dapat diandalkan.

Menurut Pasal 8, larangan memperdagangkan produk yang tidak sesuai standar menekankan bahwa produk yang dijual tidak boleh menipu pelanggan dan harus memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan. Untuk menerapkan aturan ini, para pelaku usaha harus berkomitmen kuat untuk memastikan bahwa semua barang yang dipasarkan memenuhi standar yang berlaku, baik dari segi keamanan, kualitas, maupun label yang informatif dan jujur. Jika pelaku usaha tidak mematuhi peraturan ini, maka akan dikenakan berbagai sanksi, mulai dari peringatan hingga denda, bahkan penutupan bisnis. Namun, masalah terbesar adalah pengawasan dan penegakan hukum yang efektif. Meskipun undang-undang telah dibuat, seringkali ada masalah yang menghalangi pelaksanaannya,

seperti kekurangan sumber daya untuk inspeksi, kurangnya koordinasi antar instansi dan pelanggaran yang tidak segera ditangani. Oleh karena itu, peningkatan pengawasan dan penegakan hukum yang konsisten dan tegas sangat diperlukan untuk memastikan larangan ini diterapkan secara efektif dan melindungi konsumen dari barang yang tidak memenuhi standar.

Pasal 19 menetapkan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab untuk memberikan kompensasi atau penggantian jika pelanggan menerima barang yang rusak atau tidak sesuai. Ini menunjukkan betapa pentingnya melindungi konsumen dalam transaksi bisnis, tetapi masih banyak laporan tentang pelaku usaha yang mengabaikan keluhan konsumen atau tidak memberikan solusi yang tepat untuk mereka. Ini menunjukkan bahwa perlu ada mekanisme penyelesaian sengketa konsumen yang lebih baik untuk memastikan bahwa pelaku usaha memenuhi kewajiban mereka. Untuk memastikan bahwa konsumen memiliki hak untuk mendapatkan kompensasi atau penggantian sesuai dengan hak mereka, prosedur penyelesaian sengketa harus ditingkatkan dan menjadi lebih transparan. Oleh karena itu, kepercayaan masyarakat terhadap pelaku usaha dapat meningkat dan perlindungan konsumen dapat ditingkatkan.

Untuk melindungi konsumen dalam transaksi *e-commerce*, Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan dasar hukum yang jelas. Kepatuhan terhadap undang-undang ini tidak hanya bersifat moral tetapi juga legal, dengan pelanggaran yang mengakibatkan konsekuensi hukum, baik pidana maupun perdata. Oleh karena itu, untuk menghindari konsekuensi hukum dan mempertahankan kepercayaan konsumen, pelaku usaha di sektor *e-commerce* harus mematuhi ketentuan ini.

Pelaku usaha harus memastikan bahwa pengembalian produk yang tidak sesuai dengan pesanan pelanggan dapat dilakukan dengan mudah dan efisien. Ini menjadi semakin penting ketika terjadi masalah dengan transaksi elektronik, seperti ketika pelanggan menerima barang yang tidak sesuai dengan yang mereka pesan (Himmah & Karim, 2025). Dalam kondisi seperti itu, pelaku usaha harus memberikan solusi yang tepat misalnya memberikan penukaran barang yang diterima konsumen dengan barang yang sesuai pesanan. Proses pengembalian barang juga harus dipermudah. Hal tersebut penting dilakukan agar konsumen memiliki rasa aman, nyaman, dan percaya kepada pelaku usaha. Prosedur pengembalian barang juga harus jelas, termasuk informasi tentang berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk proses pengembalian barang dan potensi biaya tambahan yang akan ditimbulkan. Hal tersebut untuk membantu konsumen dalam melakukan pengembalian barang.

Pemerintah dan otoritas terkait harus meningkatkan upaya mereka untuk memastikan bahwa pelaku usaha mematuhi ketentuan UU Perlindungan Konsumen dalam hal pengawasan dan penegakan hukum. Ini mencakup meningkatkan kesadaran konsumen tentang hak-hak mereka dan menyediakan sistem yang efisien untuk mengadukan dan penyelesaian sengketa.

SIMPULAN

Perjanjian jual beli *e-commerce* memenuhi empat syarat yang disebutkan dalam Pasal 1320 Kode Hukum Perdata (kesepakatan, kecakapan para pihak, objek tertentu dan mungkin, serta *causa* yang halal), serta ketentuan UU ITE tentang keandalan sistem elektronik dan keabsahan informasi atau dokumen elektronik sebagai alat bukti. Semua ini harus dilakukan dengan iktikad baik, memastikan identitas para pihak adalah jelas, dan memiliki bukti transaksi yang jelas. Dalam hal perlindungan hukum konsumen transaksi *e-commerce*, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 mengungkapkan beberapa elemen penting.

Perlindungan hukum yang diberikan kepada pelanggan dalam perjanjian jual beli yang dilakukan melalui internet mencakup: perlindungan pelanggan terhadap barang dan jasa yang dimulai dari tahap operasi untuk mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sampai akibat pemakaian barang dan/atau jasa tersebut. Untuk melindungi konsumen dari praktik yang merugikan saat melakukan transaksi online, undang-undang ini memberikan landasan hukum yang penting. Perlindungan hukum untuk pelanggan dalam suatu transaksi jual beli online. Upaya untuk melindungi konsumen juga dilakukan dengan membuat pelaku usaha bertanggung jawab atas perbuatannya dalam kegiatan transaksi.

DAFTAR RUJUKAN

- Adani, P. M. (2025). *Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Elektronik*.
- Barkatullah, A. H. (2022). *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi E-commerce*. Nusamedia.
- Fatony, Kristanto, K., & Noor, R. S. (2026). *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Perdagangan Digital*.
- Ariaza, N. P. L., Lailannaja, A. R., Setyawan, F., & Adonara, F. F. (n.d.). *Analisis Hukum Perjanjian dalam Transaksi Jual Beli Secara Online berdasarkan KUHperdata*.
- Fista, Y. L., Aris Machmud, & Suartini, S. (2023). Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi *E-commerce* Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Binamulia Hukum*, 12(1), 177-189. <https://doi.org/10.37893/jbh.v12i1.599>
- Hendryan, D., Ganiarta, L., & Aryani, G. (2024). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli-Online (*E-commerce*). *Viva Themis Jurnal Ilmu Hukum*, 6(1), 83-96. <https://doi.org/10.24967/vt.v6i1.2766>
- Himmah, F., & Karim, Moh. (2025). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi *E-commerce* di Indonesia: Tinjauan Terhadap Ketidaksiesuaian Barang. *Begawan Abioso*, 16(1), 1-10. <https://doi.org/10.37893/abioso.v16i1.1156>
- Izazi, F. S., Sajena, P., Kirana, R. S., & Marsaulina, K. (2024). *PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE MELALUI UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN PERATURAN PEMERINTAH (PP)*

NOMOR 80 TAHUN 2019 TENTANG PERDAGANGAN MELALUI SISTEM ELEKTRONIK.

- Rambe, R., Sendy, B., & Bintang, H. J. (2024). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen yang Melakukan Transaksi Jual Beli Menggunakan E Commerce Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(3).
- Septiari, N. L. G. M., & Ujianti, N. M. P. (2025). Kekuatan Hukum Perjanjian Elektronik dalam Perspektif KUH Perdata dan UU ITE. *Indonesian Journal of Law and Justice*, 2(4), 10. <https://doi.org/10.47134/ijlj.v2i4.4320>
- Sukma, A. (2025). PERKEMBANGAN DAN DAMPAK PENGGUNAAN E-MONEY TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT. *WORLDVIEW: Jurnal Ekonomi Bisnis dan Sosial Sains*, 4.
- Triantika, N. A., & Marwenny, E. (2020). TINJAUAN HUKUM TENTANG PELAKSANAAN PERJANJIAN JUAL BELI ONLINE MELALUI E-COMMERCE MENURUT PASAL 1320 KUHPERDATA. 2.
- Yudo, C. C. D., Gabriela, A. M., Christara, T., Nova, F. G., & Darmawan, M. C. (2025). Keabsahan Transaksi Jual Beli Melalui E-commerce dengan Metode COD oleh Anak di Bawah Umur. *Ranah Research : Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 7(3), 1847-1855. <https://doi.org/10.38035/rj.v7i3.1199>
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen
Kitab Undang-undang Perdata (KUHPperdata/BW)
PP No.80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik
Undang-Undang No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (PDP)
Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik