

Efektivitas Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam Menghadapi Tantangan Praktik Bisnis di Era Digital

Shella Mega Cantika¹, Nirmala Oktavia Ramadhani², Dominika Agusta Funan³

¹ Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan

² Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan

³ Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan

Correspondence: shellmegacantika@gmail.com

Article Info

Article history:

Received Jun 14th, 2026

Revised Jun 19th, 2026

Accepted Jun 25th, 2026

Keyword:

Kepastian Hukum; Konsumen Digital; Perdagangan Elektronik; Perlindungan Konsumen.

ABSTRAK

Perkembangan dalam bidang e-commerce dan metode interaksi langsung seperti belanja langsung telah mengurangi efektivitas regulasi perlindungan konsumen di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji efektivitas Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam menghadapi tantangan yang muncul dari praktik bisnis di era digital serta mengidentifikasi solusi untuk menciptakan kepastian hukum bagi masyarakat yang berperan sebagai konsumen digital. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis normatif, dengan pendekatan terhadap undang-undang dan konsep yang relevan. Temuan penelitian mengindikasikan adanya celah hukum yang signifikan dalam UUPK No. 8/1999, termasuk batasan definisi pelaku usaha yang belum mencakup transaksi global, minimnya pengaturan tentang tanggung jawab berantai pihak ketiga, masalah asimetri informasi yang tajam, dan tingginya praktik manipulasi klausula baku elektronik yang sepihak. Untuk menjawab permasalahan tersebut, reformasi regulasi diperlukan melalui amandemen UUPK yang melibatkan substansi PP No. 80/2019 tentang PMSE, penerapan pengawasan siber yang adaptif yang terintegrasi dengan UU No. 27/2022 tentang Perlindungan Data Pribadi, serta pengembangan sistem Resolusi Sengketa Daring yang terintegrasi pada platform digital untuk memulihkan hak-hak konsumen dengan cepat, secara daring, dan memiliki kekuatan hukum.



© 2026 The Authors. Published by Punggawa Legacy Center. This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

PENDAHULUAN

Perkembangan dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah wajah perdagangan internasional dari cara tradisional menjadi sepenuhnya digital. Di Indonesia, salah satu wujud paling besar dari pergeseran ini adalah munculnya fenomena transaksi perdagangan melalui platform elektronik yang menghubungkan pelaku usaha dan konsumen dalam satu ruang digital. Kemudahan dalam berinteraksi serta teknik promosi yang menarik telah berhasil meningkatkan pertumbuhan ekonomi digital dengan sangat signifikan. Namun, di balik laju pertumbuhan ini, dinamika dalam praktik bisnis digital juga menimbulkan masalah serius berupa peningkatan risiko kerugian bagi konsumen, akibat transaksi yang tidak dilakukan tatap muka, sebagaimana yang pernah diungkapkan oleh (Seila, 2025).

Kondisi di lapangan menunjukkan bahwa model bisnis berbasis digital sering kali menghasilkan berbagai jenis praktik bisnis yang tidak sehat dan cenderung curang. Masalah yang sering dihadapi oleh konsumen di dunia digital meliputi ketidaksesuaian antara spesifikasi produk yang diterima dengan yang diiklankan, penipuan mengenai kualitas barang, hingga ketidakjelasan identitas pelaku usaha di platform perdagangan online. Dalam ekosistem digital, posisi konsumen menjadi sangat rentan karena ada ketidakseimbangan informasi yang signifikan, sehingga konsumen tidak bisa memeriksa dengan langsung fisik barang yang ditawarkan. Oleh sebab itu, perlindungan hukum terhadap hak-hak dasar konsumen menjadi suatu hal yang sangat penting seperti yang ditekankan oleh (Haris Satrio Dana, Baginda Akbar Edison, Halim Darajat, 2021).

Kondisi ini semakin parah karena adanya ketidaksetaraan posisi hukum dalam perjanjian elektronik yang dibuat sepihak. Dalam dunia perdagangan yang serba modern, pelaku usaha digital biasanya menggunakan kontrak standar elektronik yang berupa syarat dan ketentuan yang wajib disetujui oleh konsumen melalui mekanisme klik pada tombol elektronik. Klausul sepihak ini seringkali mencakup klausul pengecualian yang membatasi tanggung jawab hukum pelaku usaha jika terjadi kegagalan dalam transaksi atau adanya produk yang cacat. Ketidakseimbangan dalam posisi negosiasi antara konsumen dan pelaku usaha digital mencerminkan permasalahan kontrak yang dibahas oleh (Yuyut Prayuti, 2024) Sebagai hasilnya, konsumen tidak memiliki kesempatan untuk bernegosiasi dan berada dalam posisi yang dirugikan, hal ini jelas melanggar prinsip keseimbangan dan itikad baik.

Dari segi hukum, perlindungan konsumen di Indonesia sejatinya telah diatur oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen (UUPK). Akan tetapi, undang-undang tersebut disahkan jauh sebelum munculnya era media sosial dan pertumbuhan pesat transaksi digital seperti saat ini, sehingga penerapannya sering kali menemui hambatan dari celah hukum. Isu keterbatasan regulasi nasional dalam menghadapi tindak kriminal atau pelanggaran di dunia siber juga menjadi sorotan dalam laporan hukum publik (2023). Batasan tanggung jawab hukum bagi pelaku usaha dan penyedia platform digital belum diatur secara rinci dalam pasal-pasal yang berlaku di UUPK No. 8/1999. Hal ini menimbulkan tantangan mendasar mengenai sejauh mana hukum yang sudah berusia tua ini dapat memberikan kepastian hukum untuk melindungi hak-hak konsumen dari taktik bisnis digital yang semakin kompleks.

Meskipun kajian mengenai transaksi elektronik telah dilakukan oleh peneliti terdahulu, sebagian besar studi masih terbatas pada aspek hukum e-commerce secara umum. Evaluasi mendalam mengenai kedudukan penegakan hukumnya di lapangan dinilai masih relevan dengan analisis efektivitas penegakan hukum yang tertuang dalam studi (Takanjanji, 2021). Penelitian ini hadir dengan memberikan kebaruan (*novelty*) berupa evaluasi kritis terhadap daya jangkauan operasional pasal-pasal dalam UUPK No. 8/1999 dalam menghadapi tantangan konkret dari praktik bisnis era digital. Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam menghadapi tantangan praktik bisnis di era digital serta memetakan solusi solutif demi mewujudkan kepastian hukum bagi masyarakat selaku konsumen digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode penelitian hukum normatif, di mana hukum dipandang sebagai suatu sistem norma atau peraturan yang berlaku. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis sosiologi hukum normatif serta sejauh mana efektivitas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dalam menghadapi perkembangan praktik bisnis pada era digital.

Metode yang diambil dalam penelitian ini mencakup pendekatan legislasi dengan mengkaji pasal-pasal dalam UUPK dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), serta pendekatan konseptual yang ditujukan untuk mengulas doktrin perlindungan konsumen, kaidah itikad baik, dan batasan tanggung jawab hukum bagi pelaku usaha di platform daring.

Sumber data dalam penelitian ini sepenuhnya menggunakan data sekunder yang terdiri dari dua bahan hukum, yaitu:

1. Bahan Hukum Primer: Berupa regulasi mengikat seperti Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang telah diperbarui.
2. Bahan Hukum Sekunder: Berupa literatur ilmiah, buku hukum perlindungan konsumen, serta artikel jurnal terdahulu yang relevan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumen atau studi kepustakaan (*library research*), di mana peneliti mengumpulkan, mengklasifikasikan, dan mencatat bahan-bahan hukum yang berkaitan dengan permasalahan efektivitas perlindungan konsumen digital. Selanjutnya, seluruh bahan hukum yang telah terkumpul dianalisis menggunakan metode analisis kualitatif secara deskriptif-analitis. Melalui metode ini, peneliti akan menguraikan, menjelaskan, dan memberikan penilaian kritis terhadap relevansi aturan hukum yang ada dengan tantangan nyata yang dihadapi oleh konsumen di era digital saat ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Relevansi dan Daya Jangkau UUPK No. 8/1999 Terhadap Praktik Bisnis Digital

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen (UUPK) adalah fondasi utama yang menetapkan kepastian hukum serta memberikan perlindungan bagi masyarakat terhadap berbagai tindakan yang dapat merugikan yang dilakukan oleh pelaku bisnis. Namun, jika kita telaah lebih dalam, UUPK telah disusun hampir tiga puluh tahun yang lalu, saat pola transaksi masyarakat masih tradisional, di mana produsen dan konsumen berinteraksi secara langsung. Dengan munculnya era digital saat ini, terjadi perubahan besar dalam cara berbisnis, termasuk metode perdagangan elektronik (*e-commerce*) dan fenomena interaksi langsung seperti live shopping. Kondisi baru ini menimbulkan pertanyaan penting mengenai betapa relevan dan efektifnya pasal-pasal dalam UUPK untuk melindungi konsumen di dunia digital saat ini.

Tantangan awal yang menunjukkan adanya celah hukum terdapat pada batasan definisi subjek hukum dalam Pasal 1 angka 3 UUPK, yang menyebutkan bahwa pelaku usaha adalah individu atau entitas yang didirikan serta beroperasi dalam yurisdiksi negara Republik Indonesia. Definisi yang konvensional ini menjadi kurang tepat ketika dihadapkan pada pasar digital yang bersifat tanpa batas. Dalam transaksi online yang modern, terdapat banyak pihak ketiga yang terlibat, mulai dari penyedia platform (*marketplace*), penyelenggara sistem pembayaran (*payment gateway*), hingga layanan pengiriman logistik dan influencer yang berperan sebagai promotor barang. Ketidakhadiran regulasi yang jelas mengenai batasan tanggung jawab dari pihak ketiga ini sering kali mengakibatkan konsumen terombang-ambing antara satu pihak dengan pihak lainnya saat mengajukan keluhan tentang produk yang rusak atau tidak sesuai dengan yang dipesan.

Ketidajelasan mengenai tanggung jawab terkait berantai ini sebenarnya berusaha diatasi oleh adanya Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Secara normatif, PP ini merupakan upaya untuk mengisi kekosongan hukum dalam UUPK dengan mempertegas kewajiban bagi pelaku usaha digital, termasuk dalam marketplace, untuk memastikan keamanan sistem elektronik dan melindungi data pribadi para konsumen. Namun, dari sudut pandang hierarki peraturan perundang-undangan, penerapan PP ini sering kali menghadapi konflik di lapangan karena sanksi serta substansi yang fundamental berkaitan dengan perlindungan konsumen seharusnya diatur dalam tingkat undang-undang, bukan sekadar peraturan pemerintah.

Selain isu mengenai subjek hukum, pemenuhan hak-hak dasar konsumen yang diatur dalam Pasal 4 UUPK juga mengalami penurunan efektivitas yang signifikan di ruang digital. Pasal 4 huruf c UUPK secara jelas memberikan jaminan hak bagi konsumen atas informasi yang akurat, jelas, dan jujur berkaitan dengan kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa. Namun, dalam praktik bisnis digital, hak terhadap informasi ini menjadi barang paling rentan untuk dimanipulasi oleh pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Konsumen digital hanya dapat mengandalkan representasi visual yang disajikan dalam bentuk foto, video, atau deskripsi singkat di layar perangkat tanpa dapat melakukan pemeriksaan fisik barang secara langsung. Celah asimetri informasi yang tajam ini sering kali dimanfaatkan untuk melakukan penipuan kualitas produk, menampilkan iklan manipulatif, hingga membuat ulasan serta peringkat bintang lima palsu (*fake reviews*) demi mengecoh calon pembeli.

Kelemahan operasional UUPK kian nyata jika dikorelasikan dengan maraknya fenomena klausula baku elektronik (*electronic standard contract*) yang dilarang dalam Pasal 18 UUPK. Pelaku usaha digital saat ini hampir selalu menerapkan dokumen syarat dan ketentuan (*terms and conditions*) sepihak yang harus disetujui konsumen jika ingin menggunakan layanan aplikasi mereka. Kontrak digital ini umumnya memuat klausula eksempsi yang secara sepihak membebaskan platform atau pelaku usaha dari kewajiban ganti rugi jika terjadi kesalahan sistem atau kecacatan produk yang dikirim. Konsumen berada pada posisi tawar yang sangat lemah dan dihadapkan pada pilihan *take-it-or-leave-it* (setuju atau tidak sama sekali). Hal ini secara nyata mengabaikan asas keseimbangan serta doktrin iktikad baik (*good faith*) dalam berkontrak.

Dengan demikian, meskipun secara filosofis UUPK No. 8/1999 masih sangat relevan sebagai pelindung hak masyarakat, secara praktis-operasional undang-undang ini telah mengalami penurunan daya jangkau karena belum mampu mengomodasi kompleksitas taktik serta model bisnis di era digital secara spesifik. Kehadiran regulasi pendukung seperti PP No. 80/2019 memang memberikan sedikit angin segar, namun kebutuhan akan revisi komprehensif terhadap UUPK No.

8/1999 menjadi sesuatu yang tidak bisa ditunda lagi demi menciptakan kepastian hukum yang hakiki di ruang siber Indonesia.

2. Pemetaan Solusi Solutif Demi Mewujudkan Kepastian Hukum bagi Konsumen Digital

Untuk mengatasi berkurangnya efektivitas UUPK No. 8/1999 dalam konteks digital, tidak cukup hanya dengan melakukan penyesuaian pada regulasi yang sudah ada. Diperlukan penataan hukum yang menyeluruh dan solutif dari beragam sisi untuk memberikan kepastian hukum serta perlindungan yang mendalam bagi konsumen di dunia digital. Berikut adalah penyusunan solusi strategis yang bisa diambil:

1. Reformasi Regulasi melalui Revisi Komprehensif UUPK dan Harmonisasi Aturan Pelaksana
Solusi yang paling mendasar adalah melakukan perubahan menyeluruh terhadap UUPK No. 8/1999 sehingga tetap sesuai dengan perkembangan zaman:
 - a. Amandemen terhadap UUPK wajib untuk mendefinisikan kembali pelaku usaha secara ekstrateritorial demi menjangkau transaksi yang tidak mengenal batas, serta memperjelas tanggung jawab berantai antara produsen, penyedia marketplace, hingga pengelola pembayaran.
 - b. Keberadaan PP No. 80/2019 mengenai PMSE, yang telah menetapkan kewajiban perlindungan data konsumen dan sistem elektronik, perlu diangkat dan disatukan substansinya ke tingkat undang-undang. Ini diperlukan agar penegakan sanksi untuk platform digital yang tidak menjaga data pribadi atau menggunakan klausula baku elektronik sepihak memiliki kekuatan hukum yang jauh lebih tinggi dalam hierarki perundang-undangan (Izazi et al., 2024)
2. Penerapan Sistem Pengawasan Adaptif dan Perlindungan Data yang Ketat
Kepastian hukum tidak akan tercipta tanpa adanya pengawasan yang ketat di ruang siber. Berkaca pada kewajiban pelaku usaha dalam PP No. 80/2019 untuk menjaga keamanan sistem elektronik, pemerintah melalui kementerian terkait harus menerapkan cyber-supervision yang aktif. Langkah ini harus disinergikan secara ketat dengan penegakan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi (UU PDP). Berdasarkan UU PDP, platform e-commerce selaku pengendali data pribadi memiliki tanggung jawab hukum yang besar dalam memproses dan melindungi data spesifik konsumen. Platform e-commerce wajib diaudit secara berkala untuk memastikan tidak ada manipulasi algoritma, peredaran fake reviews yang mengecoh konsumen, atau kebocoran data pribadi yang melanggar hak kenyamanan dan keamanan konsumen (Al Satria Diaha, 2024)
3. Penyediaan Mekanisme Penyelesaian Sengketa Daring (Online Dispute Resolution / ODR)
Konsumen digital membutuhkan penyelesaian masalah yang secepat transaksi mereka. Jika terjadi sengketa akibat kecacatan produk atau penipuan informasi, mekanisme konvensional melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang mengharuskan kehadiran fisik dinilai sudah tidak efektif. Solusi praktisnya adalah melembagakan sistem *Online Dispute Resolution* (ODR) yang terintegrasi di setiap platform digital, di mana proses pengaduan, mediasi, hingga keputusan ganti rugi dapat diselesaikan secara daring, transparan, dan mengikat demi memulihkan hak konsumen secara instan.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan diskusi yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen saat ini mengalami penurunan dalam efektivitas dan mengalami keterbatasan dalam ruang lingkup operasionalnya dalam menghadapi perubahan bisnis digital. Regulasi yang dihasilkan hampir tiga puluh tahun yang lalu ini meninggalkan sejumlah celah hukum yang berarti, khususnya dalam hal batasan definisi pelaku usaha yang belum mencakup transaksi internasional, tidak adanya ketentuan tentang tanggung jawab berantai bagi pihak ketiga, ketidakseimbangan informasi yang dapat menyebabkan penipuan terkait kualitas produk, serta penggunaan klausul standar elektronik sepihak yang merugikan posisi tawar konsumen di dunia digital.

Untuk mencapai kepastian hukum yang sesungguhnya bagi masyarakat sebagai konsumen digital, studi ini mengidentifikasi tiga solusi strategis yang terintegrasi. Pertama, adalah reformasi

regulasi melalui amandemen menyeluruh terhadap UUPK No. 8/1999 dengan mengangkat isi operasional dari PP No. 80/2019 mengenai PMSE ke tingkat undang-undang untuk meningkatkan daya paksa hukum yang lebih efisien. Kedua, penerapan sistem pengawasan yang adaptif dengan berbasis cyber-supervision yang proaktif melalui kolaborasi penegakan hukum antara PP No. 80/2019 dan UU No. 27 Tahun 2022 mengenai Perlindungan Data Pribadi untuk melakukan audit secara berkala terhadap platform e-commerce terkait dengan risiko kebocoran data. Terakhir, perlunya modernisasi dalam mekanisme penyelesaian sengketa dengan membangun sistem Penyelesaian Sengketa Secara Daring (ODR) yang terintegrasi dalam platform digital agar proses pengaduan, mediasi, dan pemulihan hak konsumen dapat berlangsung dengan cepat, online, dan bersifat mengikat.

DAFTAR PUSTKA

- Al Satria Diaha, S. A. W. (2024). Tanggung Jawab Hukum Platform E-Commerce atas Kebocoran Data Pribadi dalam Perspektif UU No. 27 Tahun 2022. *Journal of World Science*, 3(3), 410–418. <https://doi.org/10.58344/jws.v3i3.584.6>
- Haris Satrio Dana, Baginda Akbar Edison, Halim Darajat, H. C. (2021). Perlindungan Konsumen Dalam Perdagangan Elektronik (E-Commerce). *Jurnal Ilmiah Publika*, 9(1), 101–111.
- 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 dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019. *Jurnal Aliansi*, 1(2), 8–14.
- Republik Indonesia. (1999). *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42. Jakarta.
- Republik Indonesia. (2019). *Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 242. Jakarta.
- Republik Indonesia. (2022). *Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 196. Jakarta.
- Republik Indonesia. (2024). *Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 3. Jakarta.
- Seila, A. (2025). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dan Pelaku Bisnis Dalam Bisnis Digital E-Commerce. *Demagogi: Journal of Social Sciences, Economics and Education*, 3(1), 40–48. <https://doi.org/10.61166/demagogi.v1i1.5>
- Takanjanji, J. (2021). Merefleksi Penegakan Hukum Tindak Pidana Penipuan Online. *Widya Pranata Hukum : Jurnal Kajian Dan Penelitian Hukum*, 2(2), 75–90. <https://doi.org/10.37631/widyapranata.v2i2.260>
- Yuyut Prayuti. (2024). Dinamika Perlindungan Hukum Konsumen di Era Digital: Analisis Hukum Terhadap Praktik E-Commerce dan Perlindungan Data Konsumen di Indonesia. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 5(1), 903–913. <https://doi.org/10.22225/juinhum.5.1.8482.903-913>