Soedirman Law Review

Vol. 7 Issue 1, Februari 2025
E-ISSN 2716-408X
DOI: 10.20884/1.slr.2025.7.1.16095

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (cc-by)

Tantangan dan Peran Hukum Perlindungan Konsumen pada Era Ekonomi Digital

Frida Nurrahma Masturi, Asep Herlan, Al Fiani Nenden Iryatin, Agus Mardianto
Universitas Jenderal Soedirman
✉ frida.masturi@unsoed.ac.id

Submit: 8 Januari 2025	Revisi: 10 Februari 2025	Disetujui: 11 Februari 2025

Abstrak
Perkembangan ekonomi digital telah mengubah cara konsumen berinteraksi dalam transaksi bisnis, dimana sekarang ini dapat menghadirkan peluang sekaligus tantangan baru dalam perlindungan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran hukum dalam melindungi hak-hak konsumen di era ekonomi digital, tantangan hukum yang dihadapi, serta perbandingan perlindungan konsumen di Indonesia, China, dan Jepang. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif dengan melakukan analisis terhadap peraturan perundang-undangan seperti UUPK, UU ITE, dan PP PSTE. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa regulasi di Indonesia belum sepenuhnya mengakomodasi karakteristik transaksi digital, seperti perlindungan terhadap data pribadi dan transaksi lintas negara. Tantangan utama meliputi celah hukum, kurangnya literasi konsumen, serta kelemahan penegakan hukum. Dibandingkan dengan China dan Jepang, Indonesia perlu memperkuat regulasi dan penegakan hukum serta meningkatkan literasi digital kepada masyarakat. Penelitian ini memberikan rekomendasi untuk memperkuat perlindungan konsumen melalui kebijakan adaptif, pengawasan berbasis teknologi, dan kolaborasi lintas sektor guna menciptakan ekosistem ekonomi digital yang aman dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Tantangan dan Peran Hukum; Perlindungan Konsumen; Ekonomi Digital.

Copyright©2025 Soedirman Law Review

Pendahuluan

Pada era ekonomi digital, telah terjadi perubahan signifikan terhadap cara konsumen berinteraksi dalam bisnis. Dengan munculnya platform *e-commerce* dan teknologi digital lainnya, konsumen memiliki akses yang lebih luas terhadap produk dan layanan yang ditawarkan. Namun, dengan kemudahan akses ini, tentu saja muncul risiko lain yang perlu ditangani, seperti penipuan *online*, kerentanan privasi data, dan ketidakjelasan hak konsumen dalam transaksi *online*. Oleh karena itu, perlindungan konsumen dalam ekonomi digital menjadi semakin penting untuk menjaga kepercayaan konsumen terhadap bisnis *online* dan memastikan keberlanjutan ekonomi digital yang sehat. Dalam konteks ini, definisi perlindungan konsumen tidak hanya mencakup hak-hak konsumen dalam transaksi konvensional tetapi juga dalam transaksi *online* sehingga konsumen merasa aman dan terlindungi saat berbelanja *online* di era ekonomi digital.

Perlindungan konsumen dalam ekonomi digital juga melibatkan regulasi yang ketat terhadap praktik bisnis *online* yang merugikan konsumen, seperti penjualan barang palsu atau informasi yang menyesatkan. Selain itu, perlindungan konsumen juga mencakup perlindungan terhadap data pribadi konsumen agar

tidak disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Dengan adanya regulasi yang jelas dan penegakan hukum yang tegas, konsumen dapat merasa lebih percaya dan nyaman dalam bertransaksi *online*.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) terhitung sejak 2018, pengguna internet di Indonesia selalu mengalami kenaikan setiap tahunnya. Pada tahun 2018 mencapai 64,8%. Kemudian secara berurutan dari 2020 73,7%, 2022 77,01%, 2023 78,19%, dan 2024 mencapai 79,5%.[1] Dengan semakin banyaknya orang yang berbelanja secara *online*, risiko penipuan dan pelanggaran hak konsumen juga semakin meningkat. Oleh karena itu, perlindungan konsumen menjadi hal yang sangat penting untuk menjaga kepercayaan dan keamanan konsumen dalam bertransaksi di dunia maya. Dengan adanya perlindungan yang baik, konsumen dapat merasa lebih aman dan terlindungi saat berbelanja *online*.

Sebagai contoh, ketika seorang konsumen melakukan pembelian produk melalui platform *e-commerce*, perlindungan konsumen di era digital dapat membantu melindungi konsumen dari penipuan atau barang palsu. Selain itu, jika terjadi masalah dengan transaksi *online*, seperti keterlambatan pengiriman atau produk cacat, perlindungan konsumen dapat memberikan jaminan bahwa konsumen akan mendapatkan kompensasi. Perlu adanya regulasi yang lebih ketat dan penegakan hukum yang lebih tegas terhadap pelaku ekonomi digital agar perlindungan konsumen benar-benar efektif. Konsumen juga perlu lebih cermat dan teliti dalam bertransaksi *online* agar dapat menghindari masalah yang mungkin timbul. Meskipun demikian, hukum perlindungan konsumen tetap penting dalam kegiatan jual beli membangun kepercayaan konsumen terhadap ekonomi digital.[2]

Indonesia sebagai salah satu negara dengan pertumbuhan pengguna internet yang pesat, juga menghadapi berbagai tantangan dalam mewujudkan perlindungan konsumen yang efektif. Meskipun sudah ada berbagai regulasi seperti Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 yang telah berubah menjadi Undang-Undang No. 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), implementasi dan pengawasannya masih belum optimal. Oleh karena itu, diperlukan kajian mendalam untuk mengidentifikasi masalah hukum yang

[1] Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 'APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang', *APJII*, 2024 <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang#:~:text=Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengumumkan jumlah pengguna internet,jiwa penduduk Indonesia tahun 2023.>.

[2] Puteri Asyifa Octavia Apandy, Melawati, and Panji Adam, 'Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli', *Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta*, 3.1 (2021), 12–18 <https://doi.org/10.53825/jmbjayakarta.v3i1.85>.

dihadapi konsumen di era ekonomi digital serta solusi yang dapat ditawarkan untuk meningkatkan perlindungan hukum bagi konsumen.

Tantangan utama dalam perlindungan konsumen di era ekonomi digital terletak pada adanya kesenjangan antara perkembangan teknologi digital dan kemampuan regulasi hukum untuk mengikutinya.[3] Hal ini diperparah dengan minimnya pemahaman masyarakat tentang hak-hak mereka sebagai konsumen serta kurangnya mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif. Regulasi yang ada sering kali tidak spesifik dan belum mampu menjangkau permasalahan baru yang timbul akibat penggunaan teknologi digital, seperti penyalahgunaan data pribadi dan transaksi lintas negara. UUPK yang telah di implementasikan sejak dua *decade* yang lalu masih belum spesifik mengatur mengenai perlindungan konsumen di dalam transaksi digital. Sedangkan UU ITE yang mengatur pada aspek digital, pada penerapan dan penegakannya sering kali tidak konsisten.

Kurangnya transparansi dalam transaksi *online* dapat meningkatkan risiko penipuan dan pelanggaran hak konsumen. Tanpa adanya informasi yang jelas dan akurat, konsumen rentan menjadi korban praktik bisnis yang tidak etis dan merugikan. Oleh karena itu, perlindungan konsumen di era ekonomi digital harus segera disempurnakan agar dapat memberikan perlindungan yang efektif dan adil bagi semua pihak yang terlibat dalam transaksi *online*.

Kerentanan terhadap penipuan dan penipuan *online* dapat menghambat pertumbuhan ekonomi digital dan mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap penggunaan teknologi digital. Oleh karena itu, diperlukan regulasi yang ketat dan penegakan hukum yang tegas untuk mencegah praktik bisnis yang merugikan konsumen. Selain itu, edukasi dan kesadaran konsumen juga penting agar mereka dapat mengidentifikasi potensi risiko dan melindungi diri mereka sendiri saat bertransaksi secara *online*. Dengan upaya yang komprehensif dari berbagai pihak, diharapkan ekonomi digital dapat berkembang dengan adil dan aman bagi semua pengguna.

Dilihat berdasarkan perspektif kebijakan, reformasi regulasi yang adaptif terhadap perkembangan teknologi menjadi kebutuhan mendesak. Kebijakan yang bersifat proaktif dan berbasis pada data dapat membantu mengidentifikasi tren dan risiko baru di dalam ekonomi digital, sehingga perlindungan konsumen dapat di tingkatkan secara efektif. Belajar dari negara lain seperti Amerika Serikat, Singapura, dan Uni Eropa dapat menjadi pedoman dalam merumuskan kebijakan yang relevan seiring dengan perkembangan ekonomi digital.

---

[3] Irsan Rahman and others, 'Hukum Perlindungan Konsumen Di Era E-Commerce: Menavigasi Tantangan Perlindungan Konsumen Dalam Lingkungan Perdagangan Digital', *Jurnal Hukum Dan HAM Wara Sains*, 2.08 (2023), 704–12 <https://doi.org/10.58812/jhhws.v2i08.605>.

Penelitian ini memiliki kebaharuan dari penelitian sebelumnya, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Della Syaputri dengan judul Pengaruh Digitalisasi dalam Pembangunan Hukum Ekonomi Indonesia, di mana dalam penelitian tersebut menjelaskan mengenai perubahan regulasi hukum ekonomi terkait dengan pembentukan Perusahaan, kepemilikan, dan perlindungan konsumen di ekosistem digital menciptakan lingkungan bisnis yang seimbang antara inovasi dan keamanan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Irsan Rahman, dengan judul Paradikma Hukum Perlindungan Konsumen di Era Ekonomi Digital Indonesia, yang membahas mengenai kasus transaksi yang terjadi melalui *e-commerce* dan transportasi *online* menggunakan UU ITE dan UUPK. Regulasi tersebut belum dapat memenuhi kondisi pasar yang semakin dinamis serta persaingan di dunia usaha yang sangat tajam, sehingga belum mampu memberikan kepastian hukum terhadap para konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Yuyut Prayuti dengan judul Dinamika Perlindungan Hukum Konsumen di Era Digital: Analisis Hukum terhadap Praktik E-commerce dan Perlindungan data konsumen di Indonesia, yang membahas mengenai pertumbuhan signifikan *e-commerce* di Indonesia didorong oleh penggunaan internet dan adopsi teknologi. Bisnis *e-commerce* mengembangkan strategi seperti diversifikasi layanan, pemasaran lokal, dan membangun infrastruktur logistik yang kuat. Aspek hukum dan regulasi, termasuk UUPK dan UU ITE sangat penting untuk menjaga keamanan dan kepercayaan konsumen. Perbedaan dalam penelitian ini adalah penulis membahas mengenai tantangan apa saja yang dihadapi dan peluang yang bisa didapatkan pada perlindungan konsumen dalam ekonomi digital, yang akan membahas lebih mendalam lagi mengenai tantangan dan peluang perlindungan konsumen yang ada di Indonesia, serta membandingkan perlindungan konsumen di China dan juga di Jepang. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pada wacana global dan memberikan solusi yang relevan dan sejalan dengan perlindungan konsumen di era digital.

Permasalahan

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah dengan dilakukan pengkajian untuk menjawab rumusan masalah tersebut:

1. Bagaimana peran hukum dalam melindungi hak-hak konsumen di era ekonomi digital?
2. Bagaimana tantangan hukum dalam perlindungan konsumen di era ekonomi digital?
3. Bagaimana perbandingan perlindungan konsumen di Indonesia, China, dan Jepang?

Metode

Penelitian ini disusun dengan menggunakan metode penelitian yuridis normatif, yaitu dengan cara meneliti dan menganalisis peraturan perundang-undangan, serta menggunakan perbandingan hukum dengan membandingkan sistem hukum antara dua atau lebih negara untuk memahami perbedaan dan kesamaan did alamnya. Beberapa peraturan perundang-undangan yang diteliti di antaranya UUPK dan UU ITE. Penelitian ini menggunakan data sekunder dan juga data primer. Data sekunder terdiri dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum primer merupakan bahan yang isinya mengikat, seperti peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan perlindungan konsumen dan informasi dan transaksi elektronik. Sedangkan bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang memberi petunjuk dan penjelasan terhadap bahan hukum primer, seperti buku, dan literatur lain yang berhubungan dengan perlindungan konsumen dan informasi transaksi elektronik.

Pengumpulan data sekunder menggunakan studi kepustakaan. Studi kepustakaan merupakan Teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, yang ada hubungannya dengan masalah yang berkaitan dengan permasalahan. Analisis data merupakan proses terpenting dalam suatu penelitian karena dalam penelitian ini data yang diperoleh akan diproses dan dimanfaatkan sedemikian rupa sampai didapatkan suatu Kesimpulan yang nantinya akan menjadi hasil akhir penelitian

Pembahasan

1. Peran Hukum dalam Melindungi Hak-Hak Konsumen di Era Ekonomi Digital

Menurut Black's Law Dictionary mendefinisikan perlindungan konsumen adalah *"a statute that safeguards consumers in the use goods and services"*, yang berarti bahwa sebuah undang-undang yang melindungi konsumen dalam menggunakan barang dan jasa. Pengertian konsumen sendiri adalah pihak yang menggunakan atau memanfaatkan baik barang dan/atau jasa, untuk kepentingan diri sendiri maupun kepentingan orang lain.[4] Istilah perlindungan konsumen dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan dari hal-hal yang merugikan konsumen itu

[4] Mira Erlinawati and Widi Nugrahaningsih, 'Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Bisnis Online', *Serambi Hukum*, 11.1 (2017), 27–40 <https://www.neliti.com/publications/163571/implementasi-undang-undang-nomor-8-tahun-1999-tentang-perlindungan-konsumen-terh#id-section-content>.

sendiri.[5] Pengertian perlindungan konsumen dalam Pasal 1 Angka 1 UUPK menjelaskan bahwa *"perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen"*.

Tujuan penyelenggaraan, pengembangan, dan pengaturan perlindungan konsumen yang direncanakan adalah untuk meningkatkan kesejahteraan konsumen. Perlindungan hukum merupakan cara untuk melindungi konsumen yang diberikan oleh hukum atau undang-undang untuk mencegah adanya pelanggaran atau hal-hal yang dapat merugikan kepentingan konsumen.[6] Dengan adanya kerangka hukum yang jelas dan kuat, konsumen akan merasa lebih aman dan terlindungi saat bertransaksi secara *online*. Hal ini juga akan mendorong pertumbuhan ekonomi digital yang berkelanjutan dan memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat. Sebagai pengguna, penting bagi kita untuk memahami hak-hak dan kewajiban kita dalam bertransaksi secara *online* agar dapat terlindungi dengan baik.

Hak-hak konsumen jika dirugikan dan kesadaran konsumen, serta secara tidak langsung menolong pelaku usaha dalam menyelenggarakan kegiatan usaha dengan penuh rasa tanggung jawab dan integritas. Dengan adanya kesadaran konsumen yang tinggi, maka pelaku usaha akan terdorong untuk memberikan pelayanan dan produk yang berkualitas sehingga hubungan antara konsumen dan pelaku usaha menjadi lebih baik. Selain itu, pemahaman akan hak-hak konsumen juga akan membantu kita dalam menyelesaikan masalah jika terjadi perselisihan dalam transaksi *online*, sehingga konsumen akan mendapatkan perlindungan hukum yang seharusnya. Dengan demikian, peran serta konsumen dalam mendukung pertumbuhan ekonomi digital yang sehat dan berkelanjutan sangat penting.

Pengaturan perlindungan konsumen dapat dilakukan dengan beberapa cara seperti berikut:[7]

1) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang telah mengandung akses dan informasi, serta menjamin kepastian hukum;
2) Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha pada umumnya;

---

[5] Asqi Fania Putri Akhmad, 'Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Pemasaran Produk Skincare Melalui Prosedur Share in Jar_34 DG 2022' (Universtas Diponegoro, 2022) <https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/6423/>.

[6] Dianne Eka Rusmawati, 'Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce', *Fiat Justisia: Jurnal Ilmu Hukum*, 7.2 (2015), 193–201 <https://doi.org/10.25041/fiatjustisia.v7no2.378>.

[7] Nofa Syam, 'Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Muslim Di Indonesia Terhadap Produk Makanan Berlabel Halal (Studi Terhadap Perundang-Undangan Dan Hukum Islam)' (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2015).

3) Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa;
4) Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik usaha yang menipu dan menyesatkan; dan
5) Memadukan penyelenggaraan, pengembangan, dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lainnya.[8]

Jika konsumen merasakan, kuantitas dan kualitas barang dan/atau jasa yang dikonsumsinya tidak sesuai dengan nilai tukar yang diberikannya, mereka berhak mendapatkan ganti rugi kerugian yang pantas sesuai dengan hukum perlindungan konsumen. Oleh karena itu, penting bagi konsumen untuk memahami hak-haknya agar bisa mengambil langkah hukum jika diperlukan. Dengan demikian, pertumbuhan ekonomi digital akan semakin terjaga karena konsumen merasa lebih aman dan terlindungi dalam bertransaksi *online*. Konsumen yang cerdas dan aktif akan mendorong pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan demi kepuasan konsumen secara keseluruhan

Tujuan dari perlindungan konsumen diatur di dalam Pasal 3 UUPK, yaitu:

1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari ekses *negative* pemakaian barang dan/atau jasa;
3) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
4) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
5) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha; dan
6) Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Don Tapscott pertama kali memperkenalkan istilah ekonomi digital pada tahun 1995 dengan karyanya yang berjudul The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence. Pada karyanya tersebut menerangkan bahwa ekonomi digital adalah aktivitas ekonomi yang didasarkan pada

[8] Abdul Halim Barkatullah, *Perlindungan Konsumen* (Bandung: Raja Grafindo Persada, 2015).

pemanfaatan teknologi digital internet, oleh karena itu disebut juga dengan *internet economy*, *web economy*, *digital-based economy*, *new economy knowledge*, atau *new economy*. Don Tapscott membagi ekonomi digital menjadi 12 bagian, yaitu:[9]

1) *Knowledge*
   Pada ekonomi digital, *power of the knowledge* diartikan menjadi inovasi unggul melalui kesempatan-kesempatan terbaru untuk menciptakan keunggulan kompetitif.

2) *Digitalization*
   Transaksi bisnis menggunakan digital *technology* dan digital *information*. Para konsumen sebagai digital *customers* menggunakan digital *devices* untuk melakukan transaksi dengan Perusahaan-perusahaan penjual barang dan jasa sebagai digital *enterprises*.

3) *Virtualization*
   Pada era ekonomi digital dimungkinkan untuk mengubah barang fisik menjadi barang virtual. Modal intelektual dikonversikan menjadi modal digital.

4) *Molecularization*
   Di era ekonomi digital, *heavy organization* di organisasi tradisional berubah menjadi light *organization* yang fleksibel, *M-form organization* (organisasi multidivisional) bergeser menjadi *E-form organization* atau *ecosystem form organization* yang mudah beradaptasi dengan lingkungan.

5) *Internetworking*
   Menggunakan jaringan internet untuk membangun interkoneksi membentuk jaringan ekonomi.

6) *Disintermeditation*
   Tidak diperlukan lagi perantara, transaksi dapat dilakukan langsung *peer-to-peer*.

7) *Convergen*
   Konvergensi komputasi, komunikasi, dan konten bersama-sama membentuk multimedia interaktif yang menjadi platform yang penting.

8) *Innovation*

[9] Jogiyanto Hartono, 'Menyambut Ekonomi Digital', *Universitas Gadjah Mada: Fakultas Ekonomika Dan Bisnis*, 2016 <https://fe.ugm.ac.id/id/penelitian/artikel-dosen/2211-menyambut-ekonomi-digital>.

Imaginasi dan kreativitas manusia merupakan sumber-sumber nilai utama membentuk *innovation economy*.

9) *Presumption*
Di ekonomi lama aspek kunci adalah *mass production*, sedang di ekonomi digital adalah *mass customization*. Perbedaan antara produser dan kustomer menjadi kabur, setiap *customer* di *information highway* dapat juga menjadi produser.

10) *Immediacy*
Perbedaan waktu pada saat akan memesan barang dengan saat diproduksi dan dikirim menyusut secara drastis disebabkan kecepatan proses digital *technology*.

11) *Globalization*
Menurut Peter Drucker "*knowledge knows no boundaries*". Tidak ada batas untuk transaksi global.

12) *Discordance*
Akan muncul jurang pemisah antara yang memahami teknologi dengan yang tidak memahami teknologi. Supaya *survive*, semua pemain di ekonomi digital harus *technologically literate* yaitu mampu mengikuti *technological shifts* menuju interaksi dan integrasi dalam bentuk *internetworked economy*.

Ekonomi digital merupakan suatu hal yang kompleks dan akan menjelaskan perkembangan dan pertumbuhan ekonomi beberapa dekade yang akan datang.[10] Ekonomi digital merujuk pada kegiatan ekonomi yang berbasis pada teknologi digital, seperti *e-commerce*, *financial technology* (*fintech*), dan platform berbagi (*sharing economi*). Berdasarkan Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), ekonomi digital memiliki karakteristik utama seperti globalisasi, otomatisasi, dan penggunaan data besar (*big data*).[11]

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia mempengaruhi hak dan kesejahteraan konsumen melalui peningkatan kesadaran hukum, regulasi perlindungan konsumen, dan fokus pada kualitas layanan serta produk.[12] Pada transaksi *e-commerce*, hukum memiliki peran fundamental dalam melindungi

[10] Desy Maritha, 'Inklusivitas Ekonomi Digital', *Jurnal Transformasi Administrasi*, 13.01 (2023) <https://doi.org/10.56196/jta.v13i01.249>.
[11] OECD, *Going Digital: Shaping Policies, Improving Lives* (Paris: OECD, 11 March 2019) <https://doi.org/10.1787/9789264312012-en>.
[12] Yuyut Prayuti, 'Dinamika Perlindungan Hukum Konsumen Di Era Digital: Analisis Hukum Terhadap Praktik E-Commerce Dan Perlindungan Data Konsumen Di Indonesia', *Jurnal Interpretasi Hukum*, 5.1 (2024), 903–13 <https://doi.org/10.22225/juinhum.5.1.8482.903-913>.

hak-hak konsumen, khususnya pada transaksi *e-commerce* yang terjadi di era ekonomi digital sekarang ini, seperti dikeluarkannya peraturan mengenai transaksi digital, dalam hal ini UU ITE. Hukum menyediakan kerangka kerja untuk mengatur transaksi digital, termasuk di dalamnya mengatur mengenai standar kontrak elektronik, kejelasan informasi, dan hak-hak konsumen untuk membatalkan transaksi apabila terjadi cacat tersembunyi dalam kontrak elektronik.

Praktik *e-commerce* di Indonesia mencakup *dynamic pricing*, di mana harga produk dapat berubah-ubah secara otomatis berdasarkan permintaan, ketersediaan, atau faktor-faktor lainnya.[13] Program *flashsale* atau *cashback* yang diberikan oleh *e-commerce* mendorong konsumen untuk meningkatkan transaksinya karena mendapatkan penawaran yang eksklusif. Hal tersebut tentu saja semakin menambah transaksi yang terjadi di *e-commerce*.

UU ITE juga telah mengatur mengenai mekanisme penyelesaian sengketa, apabila di dalam transaksi *e-commerce* terjadi permasalahan antara penjual atau pelaku usaha dengan konsumen. Selain itu sudah diatur juga mengenai mekanisme penyelesaian sengketa baik melalui pengadilan maupun alternatif penyelesaian sengketa seperti mediasi dan arbitrase *online*. Hal tersebut dirasa penting supaya konsumen merasa aman untuk melakukan transaksi di *e-commerce* dan dapat menuntut hak mereka dengan cara yang lebih efektif dan efisien.

Salah satu hal yang tidak kalah pentingnya dalam bertransaksi di *e-commerce* adalah perlindungan data pribadi. Seiring dengan semakin berkembangnya ekonomi digital, maka risiko pelanggaran privasi dalam transaksi *online* juga semakin meningkat. Regulasi mengenai perlindungan data pribadi menjadi krusial. Di Indonesia sendiri, rancangan undang-undang perlindungan data pribadi dirancang untuk memberikan perlindungan tambahan bagi konsumen.

Dengan dapat di implementasikannya regulasi yang lebih ketat dalam transaksi di *e-commerce*, serta memastikan bahwa setiap transaksi yang dilakukan dengan jujur dan transparan juga akan membantu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap platform *e-commerce*. Selain itu diperlukan edukasi kepada konsumen mengenai hak-hak mereka sebagai pembeli *online* juga harus ditingkatkan supaya konsumen lebih *aware* mengenai perlindungan yang ada.

Dampak dari perkembangan ekonomi digital adalah terciptanya lingkungan bisnis yang aman, terstruktur, dan efisien. Bisnis dapat beroperasi dengan jelas dalam kerangka hukum yang terus berusaha untuk mengakomodir perkembangan ekonomi digital.

[13] Yuyut Prayuti.

Untuk memastikan perlindungan konsumen sangat penting dalam menanamkan rasa aman dalam memenuhi kebutuhan hidup, dan harus didasarkan pada nilai-nilai keadilan dan tidak-berpihak. Landasan hukum mengenai perlindungan konsumen dijelaskan dalam Pasal 2 UUPK. Terdapat beberapa pasal hukum yang menjadi dasar bagi berbagai hak dan kewajiban. Asas manfaat memberikan hak kepada konsumen, pelaku usaha, dan produsen untuk memperoleh manfaat tanpa adanya ketidakseimbangan. Asas keadilan memastikan bahwa konsumen dan pelaku usaha memiliki hak dan kewajiban yang sama. Asas keseimbangan menekankan pada keseimbangan antara hak dan kewajiban produsen dan konsumen sesuai dengan undang-undang perlindungan konsumen. Asas keamanan dan keselamatan memastikan bahwa konsumen dapat menikmati manfaat dari produk yang digunakannya tanpa membahayakan keselamatan diri dan harta bendanya. Asas kepastian hukum memberikan jaminan hukum bagi produsen dan konsumen dalam melaksanakan hak dan memenuhi kewajibannya, Di mana negara menjamin kepastian hukum tersebut.[14]

Hukum dinilai memiliki peran yang cukup besar dalam perubahan masyarakat adalah ketika hukum dapat merespons dengan cepat dinamika perubahan yang terjadi dalam masyarakat, mengingat kompleksnya permasalahan yang terjadi dalam masyarakat dan cenderung berubah secara cepat mengikuti perubahan pola hidup masyarakat. Tetapi Ketika hukum cenderung lambat dalam merespons dinamika perubahan yang terjadi, maka hukum memperkecil fungsinya di dalam masyarakat, sehingga masyarakat berubah dengan sendirinya, bukan karena adanya hukum yang bekerja.[15]

2. Tantangan Hukum dalam Perlindungan Konsumen di Era Ekonomi Digital

Digitalisasi telah memberikan dampak besar pada berbagai aspek hukum ekonomi, termasuk dalam hal pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, salah satunya adalah proses percepatan bisnis.[16] Hal tersebut menciptakan peluang yang cukup besar untuk pertumbuhan ekonomi yang lebih cepat dan inklusif. Perekonomian digital ini mengubah pola bisnis, yang semula diperdagangkan secara manual, sekarang serba otomatis,[17] salah satunya dengan perkembangan

[14] Yustina Dhian Novita and Budi Santoso, 'Urgensi Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen Di Era Bisnis Digital', *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 3.1 (2021), 46–58 <https://doi.org/10.14710/jphi.v3i1.46-58>.
[15] Satjipto Raharjo, *Sosiologi Hukum Esai-Esai Terpilih* (Yogyakarta: Genta Publishing, 2010).
[16] Della Syaputri and others, 'Pengaruh Digitalisasi Dalam Pembangunan Hukum Ekonomi Di Indonesia', *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7.3 (2023), 31414–21.
[17] Eny Latifah, 'Perkembangan Ekonomi Digital', *Jurnal Ekonomi Digital*, 3.2 (2019), 21–27.

teknologi yang membuat transaksi lebih efisien. Perlindungan hukum dalam transaksi elektronik perlu diperketat lagi.[18]

Seiring dengan perkembangan ekonomi digital sekarang ini, hukum dapat menyelesaikan beberapa tantangan yang dihadapi, di antaranya di dalam transaksi di *e-commerce*, para pihak yang terlibat terkadang melibatkan pihak-pihak dari yurisdiksi yang berbeda, sehingga menimbulkan ketidakpastian mengenai hukum yang berlaku, tetapi pada Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE). Undang-undang ini memiliki yurisdiksi yang berlaku untuk setiap orang yang melakukan Tindakan hukum sebagaimana diatur dalam undang-undang ini, baik di dalam wilayah Indonesia maupun di luar wilayah Indonesia, yang memiliki konsekuensi hukum di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia dan merugikan kepentingan Indonesia.[19] Pada undang-undang tersebut terbatas pada *e-commerce* luar negeri yang memiliki perwakilan atau kantor cabang di Indonesia.[20]

Pengertian dari ekonomi digital adalah sektor ekonomi yang terdiri dari banyaknya barang dan jasa saat pengembangan dan produksi, serta penjualan yang bergantung dengan teknologi digital.[21] Seperti mudahnya melakukan transaksi *online* menggunakan *handphone*.

Untuk menyiasati hal tersebut, apabila terjadi sengketa ketika melakukan transaksi lintas negara adalah dengan membaca dengan cermat dan teliti mengenai kontrak elektronik yang tercantum dalam *e-commerce* tersebut, karena setiap *e-commerce* memiliki peraturan kebijaksanaan tersendiri dalam menyelesaikan sengketa. Pastikan bahwa klausul yang tercantum dalam kontrak elektronik tersebut tidak merugikan konsumen dan tidak mengesampingkan hak-hak konsumen apabila terjadi sengketa.

UUPK diterapkan untuk melindungi konsumen dari praktik bisnis yang dapat merugikan konsumen. Tetapi regulasi tersebut belum sepenuhnya mengakomodir karakteristik unik dari produk digital, terutama dalam hal

[18] Tirza Azzaprillia, 'Opportunities and Challenges: E-Commerce In Indonesia from Business Legal Perspective', *Wajah Hukum*, 7.2 (2023), 370 <https://doi.org/10.33087/wjh.v7i2.1257>.
[19] LPPM UIN Sumatera Utara Medan, 'Tantangan Dan Perlindungan Konsumen Dalam Era Belanja Online Di Indonesia' <https://lppm.uinsu.ac.id/tantangan-dan-perlindungan-konsumen-dalam-era-belanja-online-di-indonesia/>.
[20] Alya Anindita Maheswari, 'Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui E-Commerce Lintas Negara', *Jurnal Education and Development*, 11.2 (2023), 162–73 <https://doi.org/10.37081/ed.v11i2.4714>.
[21] Ismeirita, 'Dampak Digitalisasi Ekonomi Terhadap Gaya Hidup Generasi Z Dan Milenial (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Panca Sakti Bekasi)', *Prosiding*, 6681.6 (2023), 675–81.

kepemilikan dan akses.[22] Seperti UUPK diimplementasikan pada produk fisik di mana transaksi dilakukan secara tatap muka langsung antara penjual dan pembeli. Sehingga tidak secara spesifik mengatur hak konsumen atas akses atau penggunaan jangka panjang produk digital yang telah dibeli. Ketiadaan aturan spesifik ini menciptakan celah hukum yang memungkinkan penyedia layanan untuk membatasi akses atau bahkan menghapus produk digital yang sebelumnya telah diakses konsumen.[23]

Konsumen sebagai pembeli sering kali berada pada posisi yang kurang menguntungkan dikarenakan minimnya informasi mengenai produk, layanan atau risiko terkait dengan transaksi digital. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Pelaku usaha dapat dengan mudah melakukan tipu muslihat dengan menjual barang yang tidak sesuai dengan yang telah disepakati sebelumnya, atau dengan kualitas barang yang berbeda. Maka dari itu konsumen perlu benar-benar memastikan dalam transaksi *online* tersebut, pelaku usaha dapat dipercaya dan benar-benar dapat melaksanakan transaksi sesuai dengan kesepakatan sebelumnya. Tanggung jawab pelaku usaha diatur di dalam Pasal 19 sampai dengan Pasal 28 UUPK. Di dalam pasal tersebut berlaku pada saat pelaku usaha melakukan hal yang dapat merugikan konsumen.[24]

Pada transaksi digital, seperti yang telah kita ketahui bahwa kontrak elektronik yang ada merupakan kontrak yang telah disiapkan oleh pelaku usaha. Di mana di dalam kontrak tersebut mengandung klausul baku, di mana klausul baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan di dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen.[25]

Pada Pasal 1320 KUH Perdata, mengatur mengenai syarat sahnya perjanjian yaitu adanya kesepakatan antara mereka yang mengikatkan diri, kecakapan para pihak untuk membuat perikatan, suatu objek tertentu (objek perjanjian harus jelas dan dapat dilaksanakan) dan suatu kausa yang diperbolehkan (tidak melanggar

[22] Mohammad Zamroni, 'Urgensi Pembatasan Prinsip Kebebasan Berkontrak Dalam Perspektif Historis', *Perspektif Hukum*, 19.2 (2019), 284–306 <https://doi.org/10.30649/phj.v19i2.211>.
[23] Zamroni.
[24] Roberto Ranto, 'Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik', *Jurnal Ilmu Hukum: ALETHEA*, 2.2 (2019), 145–64 <https://doi.org/10.24246/alethea.vol2.no2.p145-164>.
[25] Dika Ratu Marfu'atun, 'Klausula Baku Tentang Pemberian Kuasa Dihubungkan Dengan Hukum Positif', *Jurnal Res Justitia: Jurnal Ilmu Hukum*, 2.1 (2022), 1–12 <https://doi.org/10.46306/rj.v2i1.24>.

hukum).[26] Syarat-syarat tersebut tentu saja berlaku di dalam perjanjian jual beli transaksi digital. Hal tersebut tegas disebutkan pada Pasal 47 PP PSTE:

1) *Transaksi elektronik dapat dilakukan berdasarkan kontrak elektronik atau bentuk kontraktual lainnya sebagai bentuk kesepakatan yang dilakukan oleh para pihak;*
2) *Kontrak elektronik dianggap sah apabila:*
   a. *Terdapat kesepakatan para pihak;*
   b. *Dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;*
   c. *Terdapat hal tertentu;*
   d. *Objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum.*

Ketentuan kecakapan seseorang ketika melakukan transaksi mungkin akan menjadi sedikit kendala karena para pihak tidak bertemu secara langsung. Maka dari itu, lebih baik pelaku usaha memberikan batasan usia bagi konsumen untuk melakukan transaksi elektronik.

Banyak konsumen yang biasanya mengabaikan klausul baku yang tercantum di dalam kontrak elektronik tersebut, sehingga mengakibatkan posisi konsumen menjadi lemah dan dirugikan apabila terjadi *miss*-informasi tentang transaksi yang terjadi. Baik pelaku usaha maupun konsumen sama-sama menyuarakan kekhawatiran mengenai kualitas dan keaslian produk pada transaksi elektronik. Dengan banyaknya penjual di platform, memastikan keamanan dan kepuasan konsumen menjadi tantangan yang cukup besar, dan mengarah pada sengketa hukum dan implikasi bisnis.[27]

Terdapat kesulitan dalam penegakan hukum terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha, walaupun terdapat ketentuan perundang-undangan yang mengatur penegakan hukum terhadap pelanggaran dalam transaksi jual beli *online* masih terbatas. Hal tersebut dikarenakan kendala dalam mengumpulkan

[26] Suwari Akhmaddhian and Asri Agustiwi, 'Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Elektronik Di Indonesia', *UNIFIKASI : Jurnal Ilmu Hukum*, 3.2 (2016) <https://doi.org/10.25134/unifikasi.v3i2.409>.
[27] Shohib Muslim, Muktar, and Supena Diansah, 'Implikasi Hukum Penutupan TikTok Shop Terhadap Regulasi Hukum Bisnis Di Indonesia', *Jurnal Hukum Dan HAM Wara Sains*, 2.10 (2023), 952–63 <https://doi.org/10.58812/jhhws.v2i10.713>.

bukti dan keterbatasan sumber daya yang dimiliki oleh lembaga penegakan hukum.[28]

Salah satu cara untuk menghadapi tantangan hukum di era ekonomi digital tersebut adalah dengan terus memantau perkembangan hukum yang ada dan memastikan bahwa perlindungan konsumen menjadi prioritas utama pemerintah. Selain itu, pemahaman yang baik kepada Masyarakat juga dibutuhkan literasi digital untuk pengendalian diri dalam transaksi *online*.[29] Diperlukan pula peran dari Lembaga pengawas dan penegak hukum untuk menjamin keamanan dan perlindungan konsumen di dalam melakukan transaksi *online*. Literasi digital ini juga harus diimbangi dengan adanya perlindungan hukum untuk semakin memperkuat diperlukan beberapa upaya di antaranya memberikan keamanan dan kepastian hukum yang dapat diterima konsumen. Dengan demikian, konsumen dapat merasa lebih nyaman dalam bertransaksi dalam *e-commerce*. Selain itu, adanya Kerja sama antara pemerintah, pelaku usaha, dan konsumen juga akan membantu menciptakan ekosistem ekonomi digital yang sehat dan berkelanjutan.[30]

3. Perbandingan Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, China, dan Jepang

Perlindungan konsumen di Indonesia diatur di dalam UUPK, di mana pengertian konsumen adalah setiap individu yang memakai barang atau jasa yang tersedia dalam Masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Di mana terdapat beberapa hak dasar yang harus dilindungi yaitu hak untuk mencegah kerugian yang dapat dialami oleh konsumen baik secara personal ataupun terhadap harta kekayaan, kemudian hak untuk memperoleh barang dan/atau jasa dengan harga normal atau harga yang wajar, dan yang terakhir adalah hak untuk mendapatkan penyelesaian yang layak terhadap permasalahan yang timbul. Az Nasution menjelaskan bahwa hukum perlindungan konsumen merupakan keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur serta melindungi konsumen dalam

[28] Satrio Budi Pramono and Grasia Kurniati, 'Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Barang Online Di Indonesia', *JLEB: Journal of Law, Education and Business*, 1.2 (2023), 166–78 <https://doi.org/10.57235/jleb.v1i2.1037>.
[29] Hasan Tinmaz and others, 'A Systematic Review on Digital Literacy', *Smart Learning Environments*, 9.21 (2022), 1–18 <https://doi.org/10.1186/s40561-022-00204-y>.
[30] Joni Laksito and Rengga Kusuma Putra, 'Paradikma Hukum Perlindungan Konsumen Di Era Ekonomi Digital Indonesia', *Birokrasi: Jurnal Ilmu Hukum Dan Tata Negara*, 1.3 (2023), 362–86 <https://doi.org/10.55606/birokrasi.v1i3.817>.

hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang/jasa) konsumen antara penyedia, penggunanya, dalam kehidupan bermasyarakat.[31]

Di Indonesia masih banyak konsumen yang ragu untuk mengajukan keluhan atau melakukan *complain* apabila menerima barang tidak sesuai dengan kesepakatan, atau tidak sesuai dengan gambar yang ada dalam transaksi elektronik. Hal tersebut dikarenakan tingkat literasi hukum dan ketakutan akan biaya serta proses yang rumit.

Di China, hukum perlindungan konsumen diatur dalam "*Law on the Protection of Consumer Rights and Interests*" (LPCRI), tujuan utama dari peraturan tersebut adalah untuk melindungi hak serta kepentingan yang sah konsumen. LPCRI berfungsi sebagai dasar hukum fundamental yang mengatur hubungan antara konsumen dan pelaku usaha, dengan menetapkan hak-hak konsumen serta kewajiban pelaku usaha dalam menjual barang dan menyediakan jasa. Selain itu, undang-undang ini juga memberikan mekanisme upaya hukum bagi konsumen yang mengalami pelanggaran hak-haknya. Dengan adanya regulasi ini, negara berkomitmen untuk menjaga tatanan sosial ekonomi yang sehat serta mempromosikan perkembangan ekonomi pasar sosialis yang berkelanjutan. Melalui kerangka hukum ini, diharapkan tercipta lingkungan yang adil dan berkeadilan, yang pada gilirannya dapat memfasilitasi hubungan yang harmonis antara konsumen dan pelaku usaha.[32]

Article 2 dari LPCRI memberikan pengertian dari konsumen adalah individu yang melakukan pembelian atau menggunakan barang dan jasa yang disediakan oleh pelaku bisnis demi memenuhi kebutuhan sehari-hari, yang mencakup aspek-aspek vital seperti pakaian, makanan, dan transportasi. Secara umum, individu yang dikenal sebagai pembeli barang palsu profesional, yang melakukan pembelian dalam jumlah besar semata-mata untuk tujuan menghukum pelanggar hukum melalui tuntutan ganti rugi, seharusnya tidak dianggap sebagai konsumen dalam pengertian ini. Maka dari itu, pembelian yang dilakukan oleh kelompok ini tidak akan memenuhi syarat untuk mendapatkan ganti rugi yang bersifat penghukuman.

Dalam LPCRI, konsumen memiliki beberapa hak yang berfungsi untuk melindungi kepentingan mereka dalam melakukan transaksi, yang pertama adalah hak mengenai keamanan pribadi dan *property* menjamin bahwa setiap produk dan layanan yang diterima konsumen harus aman untuk digunakan. Yang kedua

[31] Yanci Libria Fista, Aris Machmud, and Suartini Suartini, 'Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Ditinjau Dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen', *Binamulia Hukum*, 12.1 (2023), 177–89 <https://doi.org/10.37893/jbh.v12i1.599>.
[32] Axel Imanuel Tania and others, 'Studi Perbandingan Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia Dan Tiongkok', *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 1.6 (2024), 327–34.

adalah hak atas informasi yang benar, yaitu memastikan bahwa informasi yang diberikan kepada konsumen adalah benar dan tepat tentang barang atau jasa, serta detail mengenai harga, asal usul, produsen, dan spesifikasi produk. Yang ketiga adalah hak untuk memilih secara bebas, yaitu memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih barang atau jasa yang akan dibeli tanpa adanya paksaan dari siapa-pun, selanjutnya adalah hak atas transaksi yang adil, di mana menuntut adanya keadilan dalam setiap transaksi dengan menekankan pada kualitas dan harga yang masih wajar. Dan yang terakhir adalah hak atas kompensasi, yaitu memberikan akses kepada konsumen untuk menuntut ganti rugi kepada pelaku usaha apabila mengalami kerugian yang diakibatkan pada pemakaian barang atau jasa tertentu yang sudah dibeli, sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Di China sudah menggunakan sistem digital yang maju, seperti *e-commerce* platform yaitu memiliki mekanisme pengembalian uang dan perlindungan konsumen yang kuat. Pemerintah Jepang menindak tegas kepada pelanggaran, terutama untuk kasus-kasus yang melibatkan keselamatan publik, seperti penarikan produk yang cacat.

Dengan semakin berkembangnya ekonomi digital, warga China, khususnya konsumen transaksi elektronik semakin berani untuk menyuarakan hak mereka dalam memberikan ulasan *online* di media sosial.

Perlindungan konsumen di Jepang diatur dalam *Basic Consumer Act* (Act No. 78 of 1968) dan *Consumer Product Safety Act* (March, 1984) lahir sebagai sebab awal fase pertumbuhan yang berkelanjutan dan relatif stabil, di mana kekhawatiran terhadap keamanan produk agar dapat lebih optimal, namun pada awal tahun 1990 terjadi peningkatan kebangkrutan konsumen dan tindakan penipuan oleh banyak perusahaan, dengan demikian pendekatan hukum melalui Lembaga Legislatif secara bertahap diagendakan untuk reformasi hukum agar terwujud kepastian dan keadilan bagi konsumen di Jepang. Proses pengawasan di Jepang dilakukan secara *on-site examination*, sedangkan di Indonesia masih berbasis koordinasi berdasarkan kewenangan masing-masing lembaga.[33]

Peraturan di Jepang menekankan kepada pelaku usaha untuk selalu memberikan keamanan dan transparansi dalam melakukan transaksi. Jepang memiliki sistem pengawasan yang sangat efisien. Hukuman yang diberikan terhadap pelanggaran perlindungan konsumen cukup berat. Hal itu berfungsi untuk mencegah pelanggaran di masa yang akan datang.

[33] Sandria Yolanda Hasanah, 'Komparasi Lembaga Pengawas Perlindungan Konsumen Di Indonesia Dan Jepang', *UNES Law Review*, 6.1 (2023), 3982–94 <https://doi.org/10.31933/unesrev.v6i1>.

Di Jepang, masyarakatnya sangat menghargai kepercayaan dan tanggung jawab Perusahaan. Perusahaan di Jepang sering kali mengambil Langkah proaktif untuk melindungi pelanggan, termasuk penarikan produk (*recall*) secara suka rela jika ditemukan masalah pada produk yang mereka jual.

Simpulan

1. Regulasi yang ada di Indonesia, seperti UUPK, UU ITE, PP PSTE ,dan UU PDP, sudah memberikan dasar hukum untuk memberikan perlindungan konsumen. Namun, implementasi dan pengawasan yang belum optimal membuat perlindungan konsumen di era ekonomi digital masih jauh dari ideal. Regulasinya masih perlu diperkuat lagi untuk menjawab tantangan spesifik yang muncul dalam transaksi digital. Di sisi lain, potensi teknologi digital untuk memperkuat perlindungan konsumen tetap besar. Dengan pengawasan berbasis teknologi, mekanisme penyelesaian sengketa daring, dan kolaborasi lintas sektor, konsumen dapat dilindungi secara lebih efektif. Oleh karena itu, penguatan kerangka hukum dan kebijakan, serta peningkatan literasi digital masyarakat menjadi langkah penting ke depan;
2. UUPK yang awalnya dirancang untuk transaksi fisik belum sepenuhnya mengakomodasi karakteristik unik produk digital, terutama terkait kepemilikan dan akses jangka panjang. Celah hukum ini memungkinkan penyedia layanan untuk membatasi atau bahkan menghapus akses terhadap produk digital yang telah dibeli konsumen. Selain itu, konsumen sering kali berada pada posisi yang kurang menguntungkan akibat minimnya informasi serta keberadaan klausul baku dalam kontrak elektronik yang disiapkan sepihak oleh pelaku usaha, sehingga memperlemah posisi konsumen. Mengatasi tantangan ini memerlukan upaya kolektif, termasuk pemantauan perkembangan hukum, peningkatan literasi digital masyarakat, serta penguatan peran lembaga pengawas dan penegak hukum. Literasi digital yang baik akan membantu konsumen mengendalikan diri dalam transaksi daring dan memahami hak-hak mereka. Di sisi lain, pemerintah, pelaku usaha, dan konsumen perlu berkolaborasi untuk menciptakan ekosistem ekonomi digital yang sehat dan berkelanjutan. Perlindungan konsumen harus menjadi prioritas, sehingga transaksi di *e-commerce* dapat berlangsung dengan nyaman, aman, dan penuh kepastian hukum; dan
3. Indonesia masih perlu untuk memperkuat penegakan hukum dan meningkatkan literasi konsumen di era ekonomi digital, sedangkan China mulai lebih baik karena perannya dalam ekonomi digital yang mendorong perlindungan konsumen yang lebih baik. Dan Jepang dapat menjadi contoh yang ideal dalam perlindungan konsumen, karena kombinasi regulasi yang

ketat, budaya perusahaan yang bertanggung jawab, serta kesadaran masyarakat yang cukup tinggi.

Saran

1. Pemerintah sebaiknya harus selangkah lebih maju mengenai regulasi perlindungan konsumen di era ekonomi digital sekarang ini, karena kebutuhan masyarakat juga lebih kompleks. Maka dari itu pemerintah harus terus menerus memutakhirkan pengetahuan dan perkembangan teknologi dalam hal perlindungan konsumen untuk dapat membuat regulasi yang relevan seiring dengan perkembangan ekonomi digital;
2. Pemerintah sebaiknya memiliki perangkat pengawasan yang *up to date*, dalam hal ini Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) harus lebih aktif lagi supaya dapat memberikan pengawasan terhadap perlindungan konsumen pada transaksi *e-commerce* dalam perkembangan ekonomi digital dan bisa memberikan respons pengaduan yang disampaikan oleh konsumen dengan baik dan terstruktur; dan
3. Pemerintah dapat mencontoh negara China dan Jepang yang sudah lebih baik dalam mengatasi perlindungan konsumen dalam hal regulasinya, sehingga konsumen merasa lebih aman dalam melakukan transaksi online di era ekonomi digital sekarang ini.

Daftar Pustaka

Akhmad, Asqi Fania Putri, 'Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Pemasaran Produk Skincare Melalui Prosedur Share in Jar_34 DG 2022' (Universtas Diponegoro, 2022) <https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/6423/>

Akhmaddhian, Suwari, and Asri Agustiwi, 'Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Elektronik Di Indonesia', *UNIFIKASI : Jurnal Ilmu Hukum*, 3.2 (2016) <https://doi.org/10.25134/unifikasi.v3i2.409>

Apandy, Puteri Asyifa Octavia, Melawati, and Panji Adam, 'Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli', *Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta*, 3.1 (2021), 12–18 <https://doi.org/10.53825/jmbjayakarta.v3i1.85>

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 'APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang', *APJII*, 2024 <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang#:~:text=Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengumumkan jumlah pengguna internet,jiwa penduduk Indonesia tahun 2023.>

Azzaprillia, Tirza, 'Opportunities and Challenges: E-Commerce In Indonesia from Business Legal Perspective', *Wajah Hukum*, 7.2 (2023), 370

<https://doi.org/10.33087/wjh.v7i2.1257>

Barkatullah, Abdul Halim, *Perlindungan Konsumen* (Bandung: Raja Grafindo Persada, 2015)

Erlinawati, Mira, and Widi Nugrahaningsih, 'Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Bisnis Online', *Serambi Hukum*, 11.1 (2017), 27–40 <https://www.neliti.com/publications/163571/implementasi-undang-undang-nomor-8-tahun-1999-tentang-perlindungan-konsumen-terh#id-section-content>

Fista, Yanci Libria, Aris Machmud, and Suartini Suartini, 'Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Ditinjau Dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen', *Binamulia Hukum*, 12.1 (2023), 177–89 <https://doi.org/10.37893/jbh.v12i1.599>

Hartono, Jogiyanto, 'Menyambut Ekonomi Digital', *Universitas Gadjah Mada: Fakultas Ekonomika Dan Bisnis*, 2016 <https://fe.ugm.ac.id/id/penelitian/artikel-dosen/2211-menyambut-ekonomi-digital>

Hasanah, Sandria Yolanda, 'Komparasi Lembaga Pengawas Perlindungan Konsumen Di Indonesia Dan Jepang', *UNES Law Review*, 6.1 (2023), 3982–94 <https://doi.org/10.31933/unesrev.v6i1>

Ismeirita, 'Dampak Digitalisasi Ekonomi Terhadap Gaya Hidup Generasi Z Dan Milenial (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Panca Sakti Bekasi)', *Prosiding*, 6681.6 (2023), 675–81

Joni Laksito, and Rengga Kusuma Putra, 'Paradikma Hukum Perlindungan Konsumen Di Era Ekonomi Digital Indonesia', *Birokrasi: Jurnal Ilmu Hukum Dan Tata Negara*, 1.3 (2023), 362–86 <https://doi.org/10.55606/birokrasi.v1i3.817>

Latifah, Eny, 'Perkembangan Ekonomi Digital', *Jurnal Ekonomi Digital*, 3.2 (2019), 21–27

LPPM UIN Sumatera Utara Medan, 'Tantangan Dan Perlindungan Konsumen Dalam Era Belanja Online Di Indonesia' <https://lppm.uinsu.ac.id/tantangan-dan-perlindungan-konsumen-dalam-era-belanja-online-di-indonesia/>

Maheswari, Alya Anindita, 'Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui E-Commerce Lintas Negara', *Jurnal Education and Development*, 11.2 (2023), 162–73 <https://doi.org/10.37081/ed.v11i2.4714>

Marfu'atun, Dika Ratu, 'Klausula Baku Tentang Pemberian Kuasa Dihubungkan Dengan Hukum Positif', *Jurnal Res Justitia: Jurnal Ilmu Hukum*, 2.1 (2022), 1–12 <https://doi.org/10.46306/rj.v2i1.24>

Maritha, Desy, 'Inklusivitas Ekonomi Digital', *Jurnal Transformasi Administrasi*, 13.01 (2023) <https://doi.org/10.56196/jta.v13i01.249>

Muslim, Shohib, Muktar, and Supena Diansah, 'Implikasi Hukum Penutupan TikTok Shop Terhadap Regulasi Hukum Bisnis Di Indonesia', *Jurnal Hukum Dan HAM Wara Sains*, 2.10 (2023), 952–63 <https://doi.org/10.58812/jhhws.v2i10.713>

Novita, Yustina Dhian, and Budi Santoso, 'Urgensi Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen Di Era Bisnis Digital', *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 3.1 (2021), 46–58 <https://doi.org/10.14710/jphi.v3i1.46-58>

OECD, *Going Digital: Shaping Policies, Improving Lives* (Paris: OECD, 11 March 2019) <https://doi.org/10.1787/9789264312012-en>

Pramono, Satrio Budi, and Grasia Kurniati, 'Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Barang Online Di Indonesia', *JLEB: Journal of Law, Education and Business*, 1.2 (2023), 166–78 <https://doi.org/10.57235/jleb.v1i2.1037>

Raharjo, Satjipto, *Sosiologi Hukum Esai-Esai Terpilih* (Yogyakarta: Genta Publishing, 2010)

Rahman, Irsan, Sahrul, Riezka Eka Mayasari, Tia Nurapriyanti, and Yuliana, 'Hukum Perlindungan Konsumen Di Era E-Commerce: Menavigasi Tantangan Perlindungan Konsumen Dalam Lingkungan Perdagangan Digital', *Jurnal Hukum Dan HAM Wara Sains*, 2.08 (2023), 704–12 <https://doi.org/10.58812/jhhws.v2i08.605>

Ranto, Roberto, 'Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik', *Jurnal Ilmu Hukum: ALETHEA*, 2.2 (2019), 145–64 <https://doi.org/10.24246/alethea.vol2.no2.p145-164>

Rusmawati, Dianne Eka, 'Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce', *Fiat Justisia: Jurnal Ilmu Hukum*, 7.2 (2015), 193–201 <https://doi.org/10.25041/fiatjustisia.v7no2.378>

Syam, Nofa, 'Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Muslim Di Indonesia Terhadap Produk Makanan Berlabel Halal (Studi Terhadap Perundang-Undangan Dan Hukum Islam)' (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2015)

Syaputri, Della, Fatimah Ratu Azzahra, Shantika Vidia A.Z, M. Raihan, Vipta Adji Prestianto, Zahra Rahmah Fadilah, and others, 'Pengaruh Digitalisasi Dalam Pembangunan Hukum Ekonomi Di Indonesia', *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7.3 (2023), 31414–21

Tania, Axel Imanuel, Jennifer Almelia Lim, Suhan Chae, and Thalia Jamiana Kuang, 'Studi Perbandingan Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia Dan Tiongkok', *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 1.6 (2024), 327–34

Tinmaz, Hasan, Yoo-Taek Lee, Mina Fanea-Ivanovici, and Hasnan Baber, 'A Systematic Review on Digital Literacy', *Smart Learning Environments*, 9.21 (2022), 1–18 <https://doi.org/10.1186/s40561-022-00204-y>

Yuyut Prayuti, 'Dinamika Perlindungan Hukum Konsumen Di Era Digital: Analisis Hukum Terhadap Praktik E-Commerce Dan Perlindungan Data Konsumen Di Indonesia', *Jurnal Interpretasi Hukum*, 5.1 (2024), 903–13 <https://doi.org/10.22225/juinhum.5.1.8482.903-913>

Zamroni, Mohammad, 'Urgensi Pembatasan Prinsip Kebebasan Berkontrak Dalam Perspektif Historis', *Perspektif Hukum*, 19.2 (2019), 284–306 <https://doi.org/10.30649/phj.v19i2.211>