

## URGENSI PENGUATAN LITERASI DIGITAL DALAM PERLINDUNGAN KONSUMEN

ANDINI GITA RINJANI<sup>1</sup>, LILIS SUGANDA<sup>2</sup>, SIMONA BUSTANI<sup>3</sup>

Fakultas Hukum, Universitas Trisakti, Jakarta

gitandini09@gmail.com, lilissuganda76@gmail.com, simona.bustani@trisakti.ac.id

**Abstrak:** Disrupsi digital membawa perubahan dan tantangan yang luar biasa bagi pola perilaku dan pemikiran konsumen dan pelaku usaha. Beragam peraturan yang dimaksudkan untuk memitigasi risiko atas masifnya perkembangan teknologi digital pasalnya tidak serta merta meredakan problematika yang kerap berdatangan di tengah aktivitas konsumen. Dalam hal ini, rendahnya tingkat literasi digital merupakan salah satu faktor pemicu persoalan. Dengan menggunakan metode normatif dan pendekatan kualitatif, penelitian ini berupaya untuk menggambarkan urgensi penguatan literasi digital dalam mengoptimalkan perlindungan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penguatan literasi digital bagi konsumen dan pelaku usaha merupakan faktor terpenting dalam rangka meningkatkan pencegahan dan perlindungan konsumen dan pelaku usaha dari dampak negatif yang ditimbulkan oleh transaksi digital. Upaya penguatan ini merupakan jawaban untuk keamanan konsumen dan pelaku usaha saat bertransaksi digital. Pada puncaknya, penguatan literasi digital adalah bentuk upaya preventif terjadinya konflik di antara konsumen dan pelaku usaha.

**Kata Kunci:** Urgensi, Penguatan, Literasi Digital, Perlindungan Konsumen

### A. Pendahuluan

Masyarakat dihadapkan atas fenomena disrupsi digital yang mengevolusi pola perilaku dan pemikiran di lingkup sosial akibat kemajuan teknologi digital. Berbagai kemudahan dan fleksibilitas yang hadir seiring dengan perkembangan teknologi digital dewasa ini telah membawa perubahan dan tantangan yang luar biasa terhadap aktivitas konsumen. Tidak hanya itu, teknologi digital juga telah mentransformasi bahaya dan risiko sehingga diperlukan payung hukum yang tepat untuk mencegah terjadinya ketimpangan. Sebagai upaya untuk mengharmonisasikan masifnya perkembangan teknologi digital dengan konsumen, pemerintah telah mengundang berbagai peraturan, beberapa di antaranya meliputi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 dan perubahannya melalui Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 18/POJK.07/2018 tentang Layanan Pengaduan Konsumen di Sektor Jasa Keuangan, Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 61/POJK.07/2020 tentang Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa Sektor Jasa Keuangan, Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 6/POJK.07/2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan, dan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 3 Tahun 2023 tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan bagi Konsumen dan Masyarakat.

Kendati demikian, beragam peraturan yang telah ada tersebut pasalnya tidak serta merta meredakan problematika yang kerap berdatangan di tengah-tengah aktivitas konsumen. Demikian ini menyebabkan perlindungan bagi konsumen belum terimplementasi secara optimal. Dilansir dari [Republika.co.id](http://Republika.co.id) pada 19 Juli 2022, Badan Perlindungan Konsumen Nasional mencatat pelanggaran hak konsumen dalam kurun waktu 2021 sampai dengan 2022 telah menimbulkan kerugian mencapai Rp3,8 Miliar dengan total 7.579 pengaduan (Zuraya, 2023). Di tahun 2023 sendiri, Badan Perlindungan Konsumen Nasional telah menerima sebanyak 659 pengaduan konsumen. Adapun 3 (tiga) sektor teratas yang ramai sebagai sumber pengaduan konsumen terdiri atas sektor perumahan, *e-commerce*, dan jasa keuangan. Sementara, distribusi pengaduan konsumen di luar ketiga sektor tersebut terdapat dalam jasa telekomunikasi, jasa transportasi, barang elektronik, telematika, kendaraan bermotor, listrik dan gas rumah tangga, obat dan makanan, layanan kesehatan, dan lain sebagainya (BPKN,

2023). Dilansir dari Antara pada 21 Desember 2022, Badan Perlindungan Konsumen Nasional menuturkan bahwa persoalan yang mendominasi pengaduan pada sektor perumahan berkaitan dengan legalitas bangunan, pembangunan mangkrak, bangunan tidak sesuai yang dijanjikan, dan pengembalian biaya pembatalan. Adapun di sektor *e-commerce* diwarnai dengan masalah terkait pembayaran di tempat, pengembalian dana, pembatalan transaksi jual beli *online*, dan pengiriman barang. Sementara, persoalan yang kerap terjadi di sektor jasa keuangan berkaitan dengan asuransi, perbankan, pembiayaan sewa guna usaha, dan pinjaman *online* (Sinta, 2022).

Kerugian konsumen di era digital tidak terbatas pada maraknya kasus penipuan melibatkan teknologi digital sebagai sarannya, melainkan juga kebocoran data pribadi. Dilansir dari Infobanknews pada 10 Juli 2023, lembaga riset independen dan otonom *Institute for Development Economics and Finance* membenarkan bahwa era digital erat dengan maraknya potensi penipuan terhadap konsumen, baik dari sisi jual beli produk maupun transaksi pembayaran. Namun, pemanfaatan kemajuan teknologi digital juga mempertaruhkan keamanan kerahasiaan data konsumen (Nisaputra, 2023). Sejalan dengan hal ini, CNN Indonesia pada 30 Desember 2022 mencatat sekurang-kurangnya terdapat 10 (sepuluh) kasus kebocoran data konsumen yang fenomenal yang terjadi sepanjang tahun 2022, beberapa di antaranya ialah kebocoran sebanyak 26 juta data pelanggan IndiHome, kebocoran sebanyak 17 juta data pelanggan PLN, kebocoran data pelanggan PT Jasamarga Tollroad Operator dengan kapasitas 252 GB, kebocoran sebanyak 1,3 miliar data pelanggan kartu SIM, kebocoran sebanyak 44 juta pengguna aplikasi MyPertamina, dan kebocoran sebanyak 3,2 miliar data pengguna aplikasi PeduliLindungi.

Faktor yang memengaruhi rendahnya perlindungan konsumen, khususnya di tengah tren digitalisasi, tidak cukup apabila hanya menitikberatkan pada sisi peraturan perundang-undangan maupun penegak hukumnya saja, penulis mencermati adanya ketidaksiapan pelaku usaha dan konsumen itu sendiri dalam menghadapi era digital, salah satunya dikarenakan rendahnya tingkat literasi. Berdasarkan data survei internasional *Programme for International Students Assessment* yang diselenggarakan oleh *Organization for Economic Co-Operation and Development* setiap 3 (tiga) tahun sekali (terakhir kali di tahun 2018) untuk mengukur tingkat literasi membaca siswa menunjukkan bahwa Indonesia menduduki posisi ke-74 dari sebanyak 79 negara yang berpartisipasi atau dikategorikan ke dalam 10 (sepuluh) negara dengan tingkat literasi terendah (Nisaputra, 2021). Sejalan dengan hasil riset *United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization* yang menyebutkan bahwa minat baca masyarakat Indonesia sangat memprihatinkan, yaitu mencapai 0,001% atau dapat diilustrasikan bahwa dari 1000 orang Indonesia hanya terdapat 1 (satu) orang yang dinilai rajin membaca (Wisjana, 2021). Dalam riset lainnya, yaitu oleh *Central Connecticut State University* pada tahun 2016 bertajuk "*World's Most Literate Nations Ranked*" mengungkapkan bahwa minat membaca masyarakat Indonesia menduduki peringkat ke-60 dari sebanyak 61 negara yang berpartisipasi (Wisjana, 2017).

Sebagai dampak dari era digital, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia dalam data survei penetrasi internet Indonesia mengungkapkan bahwa pengguna internet telah mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023 atau setara dengan 78,19% dari total populasi masyarakat Indonesia. Adapun jumlah ini selalu mengalami peningkatan di tiap tahunnya (APJII, 2023). Namun, hasil studi Kementerian Komunikasi dan Informatika bekerja sama dengan Katadata Insight Center terhadap 10 ribu responden di 34 provinsi untuk mengukur kecakapan, etika, keamanan, dan budaya digital menunjukkan bahwa indeks literasi digital masyarakat tahun 2022 berada pada skor 3.54 dari skala 1-5 (Agustini, 2023). Pencapaian ini terbilang rendah sejalan dengan hasil survei *Institute for Development Economics and Finance* dalam CNBC Indonesia pada 14 Februari 2023, di mana literasi digital masyarakat Indonesia hanya sebesar 62% atau paling rendah dari rata-rata literasi digital negara kawasan ASEAN yang mencapai 70% (Anam, 2023). Selanjutnya, terkhusus aktivitas konsumen yang bersinggungan dengan sektor jasa keuangan, berdasarkan data survei Otoritas Jasa Keuangan terhadap 14.634 responden dari 34 provinsi, indeks literasi keuangan masyarakat tahun 2022 mencapai 49.68% dari skala 1-100, indeks ini mengukur pengetahuan, keterampilan, keyakinan, sikap, dan perilaku keuangan. Sementara, tingkat inklusi keuangan,

yaitu ketersediaan akses bagi masyarakat untuk memanfaatkan produk dan/atau layanan jasa keuangan sesuai dengan kebutuhan, sudah mencapai 85.10%. Melalui hasil survei ini, terlihat adanya gap sebesar 35,42% atau terdapat lebih banyak konsumen yang aktif memanfaatkan produk dan/atau layanan jasa keuangan daripada memahaminya (OJK, 2022).

Mencermati uraian data di atas, tidak mengherankan bilamana penegakan perlindungan konsumen di era digital ini belum dinilai optimal dikarenakan literasi dan kesadaran, baik pelaku usaha maupun konsumen itu sendiri masih rendah bahkan berada pada kondisi yang amat memprihatinkan. Oleh karena itu, upaya penguatan literasi bagi pelaku usaha dan konsumen dalam menyikapi disrupsi digital menjadi sebuah urgensi atau dipandang perlu agar kepastian perlindungan konsumen dapat terjamin dan dirasakan secara nyata bagi para konsumen. Penulis melalui penelitian ini bermaksud untuk menggambarkan tentang langkah-langkah penguatan literasi guna mengoptimalisasikan perlindungan konsumen dalam menghadapi era digital. Dalam mengkaji permasalahan di dalam penelitian ini, penulis melakukan tinjauan Teori Sistem Hukum yang diprakarsai oleh Lawrence Meir Friedman dan Teori Kesadaran Hukum yang diprakarsai oleh Prof. Soerjono Soekanto sebagai pisau analisis.

### **B. Metodologi Penelitian**

Penelitian ini berjenis normatif dengan pendekatan kualitatif yang menekankan pada pemahaman terhadap permasalahan hukum dengan menitikberatkan pada aspek nilai, norma, dan kaidah tertulis. Penulis melakukan analisis dengan menggunakan sumber data sekunder yang meliputi bahan hukum primer dan sekunder didukung dengan tinjauan teoritis yang diperoleh penulis melalui studi kepustakaan. Proses analisis dilakukan secara deskriptif untuk menghasilkan jawaban permasalahan yang dituangkan dalam kesimpulan. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran dan pemahaman, baik bagi pemerintah, aparat penegak hukum, pelaku usaha, akademisi, konsumen, dan masyarakat pada umumnya untuk memperkuat literasi digital dalam rangka mengoptimalisasikan perlindungan konsumen secara berkelanjutan.

### **C. Hasil dan Pembahasan**

Pertumbuhan penggunaan gawai dan pemanfaatan internet seiring dengan kemajuan teknologi digital yang masif telah mentransformasikan berbagai segmen kegiatan individu, baik dalam sektor bisnis, ekonomi, sosial, budaya, hingga politik. Salah satu yang paling mencolok ialah kecenderungan individu untuk beraktivitas di dunia maya. Disrupsi di bidang teknologi digital juga berimbas pada perubahan pola perilaku dan pemikiran konsumen dan pelaku usaha dengan memanfaatkan media digital. Berbagai kemudahan dan fleksibilitas yang ditawarkan oleh media digital sebagai dampak dari kemajuan teknologi digital sudah seharusnya meningkatkan kemudahan aktivitas transaksi di antara konsumen dengan pelaku usaha. Namun, dalam rangka menjaga proteksi konsumen, aktivitas yang serba digital ini amat membutuhkan keterlibatan tinggi keputusan konsumen. Demikian ini dikarenakan segala keputusan konsumen berpengaruh terhadap berbagai macam jenis risiko yang mungkin timbul akibat pemanfaatan teknologi digital. Bahkan, aktivitas belanja secara daring untuk mendapatkan produk yang diinginkan oleh konsumen tidak selalu berjalan dengan lancar dikarenakan terdapat risiko dengan kerentanan yang amat tinggi di dalamnya.

Literasi berkaitan erat dengan perlindungan konsumen. Perkembangan teknologi digital dewasa ini membuat literasi digital menjadi sebuah urgensi yang harus dimiliki bahkan ditingkatkan secara terus menerus yang ditujukan kepada konsumen maupun pelaku usaha. Adapun istilah “literasi digital” mengacu pada kecakapan dalam memahami dan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi secara digital. Literasi digital dapat pula didefinisikan sebagai kesadaran sikap dan kemampuan tiap individu untuk memanfaatkan alat dan fasilitas digital secara tepat (cerdas, cermat, bijak, dan patuh terhadap hukum yang berlaku), efektif, dan efisien untuk mengakses, mengidentifikasi, mengelola, mengintegrasikan, mengevaluasi, menganalisis, dan mensintesis sumber daya digital. Namun, yang justru terjadi di dalam kehidupan sehari-hari masyarakat ialah maraknya penyalahgunaan teknologi digital oleh oknum tidak bertanggung jawab yang merugikan konsumen. Dalam hal ini, konsumen kerap

kali dirugikan dalam bertransaksi akibat penipuan, baik yang disebabkan oleh pengungkapan pernyataan yang tidak benar maupun pemberian informasi yang menyesatkan, hingga terjadinya kebocoran kerahasiaan data pribadi. Di sisi lain, konsumen itu sendiri tidak berinisiatif untuk melakukan pengaduan atau penyelesaian atas persoalan yang menyimpannya, baik karena bersifat acuh maupun tidak mengetahui tata caranya.

Fenomena tersebut di atas membuktikan lemahnya perlindungan konsumen di era digital. Padahal, keamanan dalam bertransaksi di antara konsumen dengan pelaku usaha merupakan salah satu unsur penting sebagai perwujudan dari penerapan perlindungan konsumen yang baik. Persoalan keamanan dan privasi memegang peranan penting dalam menciptakan kepercayaan para pihak dalam proses transaksi digital. Selain itu, konsumen mempercayai bahwa kuantitas dan kredibilitas dari suatu informasi layaknya elemen kunci guna memastikan kualitas layanan dalam bertransaksi digital, di mana kuantitas mengacu pada kemampuan mengakses informasi yang memadai, sedangkan kredibilitas mengacu pada tingkat kepercayaan konsumen terhadap informasi yang diperoleh. Ketepatan informasi mengenai produk dan pembayaran dapat menghilangkan kekhawatiran, ketakutan, dan keraguan konsumen dalam bertransaksi digital. Apabila budaya penyalahgunaan kemajuan teknologi digital terus dilestarikan, konsumen akan ragu-ragu untuk ikut memanfaatkan digitalisasi. Sementara, penolakan digitalisasi akibat maraknya kasus kerugian konsumen justru hanya akan membuat perekonomian nasional menjadi terbelakang. Dengan demikian, yang sudah seharusnya dilakukan adalah merangkul kehadiran era digital dibarengi dengan peningkatan budaya literasi digital bagi pelaku usaha dan konsumen guna meredam risiko yang turut hadir atas digitalisasi.

Menyinggung mengenai “budaya”, khususnya budaya hukum, merupakan salah satu elemen vital dari bergeraknya sistem hukum. Lawrence Meir Friedman memandang sistem hukum sebagai kesatuan dari 3 (tiga) elemen yang secara terpadu bersifat mekanis, organis, atau sosial yang senantiasa mendukung pergerakan hukum, yaitu struktur, substansi, dan budaya. Menurut Friedman, penataan ketiga elemen dalam bentuk dan ukuran yang tepat berpengaruh terhadap terciptanya sistem hukum yang ideal. Sebaliknya, pengabaian terhadap sebagian atau seluruh elemen berakibat pada tidak tercapainya penegakan sistem hukum yang diharapkan (Friedman, 2019). Struktur hukum menyangkut badan/lembaga yang berwenang atas penegakan hukum dan meliputi keseluruhan pranata hukum beserta aparatnya. Adapun substansi hukum mengacu pada produk hukum yang menjadi pedoman dalam berperilaku, berupa putusan atau peraturan perundang-undangan dan mencakup aturan hukum tidak tertulis. Baik struktur dan substansi hukum merupakan elemen riil dari sistem hukum. Namun dalam kacamata Friedman, dua elemen tersebut hanya sebatas *blueprint* atau rancangan dan bukan sebagai mesin yang bekerja serta bagaikan sebuah gambar yang tidak bernyawa dan terdistorsi. Sementara, elemen yang memberi nyawa dan realitas pada sistem hukum adalah budaya hukum. Friedman menganggap budaya sebagai faktor terpenting dengan tidak mengabaikan struktur dan substansi turut andil sebagai elemen inti dalam sebuah sistem hukum. Budaya hukum menyangkut sikap atau perilaku seseorang, baik aparat penegak hukum maupun masyarakat, terhadap sebuah hukum, nilai, kepercayaan, gagasan, serta harapan. Budaya hukum mengacu pada opini, pola perilaku, cara bertindak, dan cara berpikir yang mengikat pada seseorang. Budaya hukum juga mengacu pada bagaimana hukum itu dijalankan, dihindari, atau disalahgunakan.

Tidak semua konsumen dan pelaku usaha memiliki pengetahuan yang memadai terkait pemanfaatan teknologi digital secara tepat, efektif, dan efisien yang berpengaruh terhadap tingkat perlindungan konsumen. Rendahnya tingkat literasi digital menyebabkan konsumen dan pelaku usaha mengambil keputusan dan tindakan yang tidak tepat serta menjadi korban dari penyalahgunaan pemanfaatan kemajuan teknologi digital. Penulis memandang bahwa keberhasilan perlindungan konsumen di era digital tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak dalam rangka peningkatan literasi digital bagi konsumen dan pelaku usaha sebagai perwujudan atas elemen budaya hukum. Kesenjangan literasi di daerah perkotaan dan pedesaan juga membutuhkan perhatian lebih dari berbagai pihak. Selain memperkuat kepastian hukum, keadilan, dan kemanfaatan peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen,

pemerintah perlu secara langsung terjun ke lapangan untuk menggalakkan sosialisasi bertepatan era digital untuk membuka wawasan dan meningkatkan kecakapan konsumen dan pelaku usaha dalam memanfaatkan kemajuan teknologi digital. Di samping itu, pemerintah perlu membuat dan menerapkan metode evaluasi yang komprehensif dan sistematis untuk program-programnya, dan menentukan program mana yang paling efektif dan efisien untuk mengatasi tantangan-tantangan perlindungan konsumen di era digital dalam rangka mendorong pertumbuhan dan meningkatkan stabilitas perekonomian serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Upaya peningkatan literasi digital guna mengoptimalkan perlindungan konsumen bukan semata-mata tanggung jawab dari pemerintah saja, peran penting ini juga dibebankan kepada para akademisi mulai dari tingkat dasar hingga perguruan tinggi. Umum diketahui bahwa pelanggaran konsumen yang terjadi di era digital ini kerap dilakukan oleh oknum-oknum yang justru ahli di bidangnya. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan mutu pendidikan yang tidak hanya fokus pada teori formal semata, melainkan turut menghadirkan pendidikan mengenai hukum dan etika. Akademisi sebagai pengemban proses pembelajaran perlu mengintegrasikan target capaian pembelajaran pada bidang literasi lama, literasi baru, dan keilmuan / keahlian yang selaras dengan era digital, di mana apabila capaian tersebut tidak terintegrasi dengan baik akan berdampak buruk pada lulusan-lulusannya, seperti terjadinya kemunduran atau ketertinggalan literasi individu. Peningkatan literasi oleh akademisi mengenai keamanan bertransaksi digital dan bijak dalam penggunaan teknologi digital amat diperlukan guna menekan laju penyalahgunaan pemanfaatan kemajuan teknologi digital yang berimbas pada aspek perlindungan konsumen. Selain itu, mengingat peran vital mahasiswa sebagai penghubung antar masyarakat dan pemerintah, maka mahasiswa dituntut untuk menguasai literasi digital dan memahami pentingnya literasi digital untuk gencar mengomunikasikannya kepada masyarakat luas demi kemajuan bangsa (Muliani, 2021). Bahkan, masyarakat pada umumnya perlu turut andil dan bekerja sama secara bersinergi dalam meningkatkan literasi digital kepada masyarakat lainnya.

Menghadapi era digital dewasa ini, terkhusus di dalam sektor jasa keuangan telah terdapat Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 3 Tahun 2023 tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan bagi Konsumen dan Masyarakat. Aturan tersebut mewajibkan pelaku usaha dalam hal ini adalah Penyedia Jasa Keuangan untuk secara rutin melaksanakan edukasi keuangan dan program-program literasi keuangan lainnya guna meningkatkan literasi konsumen dan Masyarakat (Suleiman, 2022). Kendati demikian, dengan atau tanpa adanya peraturan tersebut, baik Penyedia Jasa Keuangan maupun pelaku usaha pada umumnya sudah seharusnya berkolaborasi dengan pihak eksternal tak terkecuali aparat penegak hukum dalam rangka meningkatkan literasi konsumen dan masyarakat pada umumnya mengenai pemanfaatan teknologi digital secara tepat, efektif, dan efisien serta konsekuensi yang timbul apabila mereka terlibat dalam penyalahgunaan teknologi digital. Konsumen dan masyarakat juga perlu diberikan edukasi mengenai upaya tindak lanjut apabila terjadi fenomena yang memposisikan mereka sebagai korban. Upaya ini perlu digalakkan untuk membantu konsumen dan masyarakat guna meredakan kerentanan mereka sebagai korban, melainkan bekerja sama dengan Penyedia Jasa Keuangan dan pelaku usaha pada umumnya untuk memerangi tindakan pelanggaran tersebut dalam rangka mengoptimalkan penerapan perlindungan konsumen. Sama pentingnya bagi Penyedia Jasa Keuangan dan para pelaku usaha itu sendiri untuk secara berkelanjutan meningkatkan pemahaman internal mereka agar perlindungan konsumen di era digital ini dapat terjamin kepastiannya.

Budaya hukum erat kaitannya dengan kesadaran hukum, di mana individu yang mengetahui dan memiliki kesadaran penuh akan hukum berpengaruh terhadap terciptanya budaya yang baik, budaya yang tertib hukum, dan terhindar dari sanksi. Menumbuhkan kebiasaan konsumen, pelaku usaha, dan masyarakat untuk sadar hukum merupakan tanggung jawab seluruh pihak. Budaya sadar dan taat hukum sejatinya perlu ditanam sejak dini. Dengan demikian, elemen penguatan literasi dijenjang pendidikan dan dalam kehidupan bermasyarakat merupakan ujung tombak dalam menanamkan sikap sadar hukum dan mematuhi aturan-aturan yang telah ada, baik yang tertulis maupun tidak tertulis (Agoestyowati, 2012). Pemerintah

melalui institusi yang berwenang memiliki tanggung jawab dalam membuat aturan hukum, sementara konsumen dan pelaku usaha memiliki tanggung jawab untuk memadai diri dalam mengetahui hukum tersebut (Artikno, 2010). Sikap pemahaman hukum dan pelaksanaan hukum dapat dijadikan patokan terbentuknya budaya hukum di masyarakat, peran pemerintah dalam hal ini adalah memberikan pengetahuan apa yang boleh dilakukan dan apa yang tidak boleh dilakukan melalui aturan hukum. Sejalan dengan hal ini, berbicara mengenai kesadaran hukum dalam konteks budaya hukum, penulis menganggap perlu terlebih dahulu memahami apa sebenarnya fungsi hukum itu sendiri di dalam masyarakat. Menurut Prof. Soerjono Soekanto, sebagaimana dijelaskan dalam buku Hukum dan Masyarakat karangan Satjipto Rahardjo, ada 2 (dua) fungsi yang dapat dijalankan oleh hukum di dalam masyarakat untuk menumbuhkan kesadaran hukum masyarakat, yaitu: *Kesatu*, sebagai sarana kontrol sosial; dan *Kedua*, sebagai sarana untuk melakukan “*social engineering*”. Sebagai sarana kontrol sosial, hukum bertugas menjaga agar masyarakat tetap dapat berada di dalam pola-pola tingkah laku yang telah diterima olehnya. Sedangkan, fungsi hukum sebagai *social engineering* bertugas sebagai alat untuk melakukan perubahan sosial (*social change*) yang nyata melalui penguasaan atau pengarahan proses sosial. Dalam kerangka perubahan sosial dimaksud, maka latar belakang, proses, tahapan-tahapan diterbitkannya produk hukum / peraturan perundang-undangan menjadi sangat penting (Rahardjo, 1980).

Guna mencapai penguatan literasi digital dalam perlindungan konsumen harus didukung dengan sinergi kesadaran hukum konsumen dan pelaku usaha. Prof. Soerjono Soekanto memandang terdapat sekurang-kurangnya 4 (empat) indikator kesadaran hukum masyarakat yang harus dipenuhi, yaitu pengetahuan tentang hukum, pemahaman tentang hukum, sikap terhadap hukum, dan perilaku hukum (Soekanto, 1982). Berkenaan dengan keempat indikator tersebut, Otje Salman menjelaskan bahwa pengetahuan tentang hukum mengacu pada pengetahuan seseorang berkenaan dengan perilaku tertentu yang diatur oleh hukum tertulis, yaitu tentang apa yang dilarang dan apa yang diperbolehkan oleh hukum yang berlaku. Adapun pemahaman tentang hukum adalah sejumlah informasi yang dimiliki oleh seseorang mengenai isi dari aturan tertulis, yaitu mengenai isi, tujuan, dan manfaat dari eksistensi peraturan tersebut. Sikap terhadap hukum adalah suatu kecenderungan untuk menerima atau menolak hukum karena adanya penghargaan atau keinsafan bahwa hukum tersebut bermanfaat bagi kehidupan manusia atau dalam hal ini sudah ada elemen apresiasi terhadap aturan hukum. Sementara, perilaku hukum adalah tentang berlaku atau tidaknya suatu aturan hukum dalam masyarakat, di mana jika berlaku suatu aturan hukum, sejauh mana berlakunya itu dan sejauh mana masyarakat mematuhi (Salman, 1993).

Mencapai pengetahuan hukum, konsumen dan pelaku usaha sudah selayaknya mengetahui bahwa perilaku-perilaku dalam bertransaksi digital telah diatur dengan sedemikian rupa oleh hukum. Hukum yang dimaksud disini adalah hukum tertulis maupun hukum yang tidak tertulis yang mengatur perilaku yang dilarang oleh hukum maupun perilaku yang diperbolehkan oleh hukum. Melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 dan perubahannya melalui Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 18/POJK.07/2018 tentang Layanan Pengaduan Konsumen di Sektor Jasa Keuangan, Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 61/POJK.07/2020 tentang Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa Sektor Jasa Keuangan, Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 6/POJK.07/2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan, dan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 3 Tahun 2023 tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan bagi Konsumen dan Masyarakat merupakan beberapa contoh produk hukum yang sudah seharusnya diketahui, dipahami, dan dipatuhi oleh konsumen dan pelaku usaha guna mencapai perlindungan konsumen dan peningkatan literasi dalam bertransaksi digital. Konsumen dan pelaku usaha dalam bertindak harus didasari pengetahuan tentang apa yang dilakukan yang didasari oleh hukum. Apabila konsumen dan pelaku usaha dalam bertransaksi digital tidak mengetahui terkait dengan aturan-

aturan yang telah diterbitkan dan diberlakukan oleh pemerintah, tentu tidak dapat menjalankan hukum sebagaimana mestinya. Artinya, pengetahuan hukum konsumen dan pelaku usaha adalah hal penting karena pengetahuan inilah yang nantinya akan melindungi konsumen dan pelaku usaha itu sendiri dari berbagai macam hal perbuatan atau tindakan yang menyalahi hukum.

Setelah konsumen dan pelaku usaha mengetahui hukum, maka indikator selanjutnya adalah konsumen dan pelaku usaha harus memahami hukum. Informasi yang telah didapat oleh konsumen dan pelaku usaha berupa aturan-aturan yang diperbolehkan dan tidak diperbolehkan dalam bertransaksi digital didukung dengan pemahaman bahwa konsumen dan pelaku usaha mengetahui makna dari isi dan tujuan aturan tersebut serta manfaatnya bagi pihak-pihak yang kehidupannya diatur oleh peraturan tersebut menunjukkan bahwa konsumen dan pelaku usaha mempunyai pengetahuan dan pemahaman yang cukup atas aturan yang mengikat dan melindungi konsumen dan pelaku usaha dalam bertransaksi. Misalnya, adanya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 dan perubahannya melalui Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, konsumen dan pelaku usaha sebelum melakukan transaksi sudah mengetahui dan memahami terkait aturan informasi dan transaksi elektronik yang mereka lakukan, pengetahuan dan pemahaman ini untuk mewujudkan kesadaran hukum dan paham akan hukum tersebut yang akan bermuara dengan adanya penguatan perlindungan konsumen yang dilakukan oleh konsumen dan pelaku usaha itu sendiri. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mengukur tingkat kesadaran hukum masyarakat terkait dengan pentingnya penguatan literasi digital dalam perlindungan konsumen, yaitu dengan melihat tingkat pemahaman dan pengetahuan konsumen masyarakat. Di sisi lain, indikator pengetahuan dan pemahaman hukum dalam perlindungan konsumen tentunya dapat didorong dengan gencarnya promosi dan sosialisasi yang dapat dilakukan oleh pemerintah bersama-sama dengan akademisi dan pelaku usaha itu sendiri.

Indikator kesadaran hukum konsumen dan pelaku usaha selanjutnya, yaitu sikap hukum berupa kecenderungan konsumen dan pelaku usaha untuk menerima hukum yang mengatur terkait dengan segala hal yang berkaitan dengan transaksi digital guna perlindungan konsumen yang dilakukan dengan penghargaan terhadap aturan-aturan yang telah diterbitkan dan diterapkan konsumen dalam bertransaksi digital sebagai sesuatu yang bermanfaat atau harus dianggap oleh konsumen dan pelaku usaha sebagai sesuatu yang menguntungkan jika hukum yang sudah ada tersebut ditaati. Konsumen dan pelaku usaha di sini yang nantinya akan mempunyai kecenderungan untuk mengadakan penilaian tertentu terhadap aturan-aturan tersebut. Jika konsumen dan pelaku usaha menganggap bahwa aturan-aturan tersebut tidak memiliki arti atau diabaikan, sikap tersebut akan mencederai kesadaran hukum yang dimiliki konsumen dan pelaku usaha atau dalam arti sempit aturan-aturan yang diabaikan tersebut tidak dijadikan sebagai payung dalam bertindak sehingga perlindungan terhadap konsumen dan pelaku usaha tidak dapat terwujud. Indikator ini bersinergi dengan indikator keempat, yaitu perilaku hukum. Pola perilaku hukum yang dibentuk oleh konsumen dan pelaku usaha dalam bertransaksi digital merupakan indikator yang paling utama sebab melalui indikator perilaku hukum ini akan dapat terlihat apakah keberlakuan dari aturan-aturan yang bertujuan untuk melindungi konsumen dan masyarakat itu efektif atau justru sebaliknya. Dengan demikian, seberapa jauh kesadaran hukum konsumen dan masyarakat dapat dilihat dari pola perilaku hukum yang dilakukan dalam bertransaksi digital. Kesadaran hukum masyarakat yang tinggi selaras dengan meningkatnya tingkat adab dalam bermasyarakat (Mulia, 2014).

Penting sekali untuk membentuk budaya sadar hukum sejak dini. Membangun kesadaran hukum sejak dini tidak dapat dilakukan dengan hanya menunggu sampai terjadi suatu pelanggaran dan penindakan dari aparat penegak hukum. Upaya pencegahan dinilai lebih efisien dan dapat dimulai sejak konsumen dan pelaku usaha paham akan keberlakuan dan manfaat hukum tersebut. Bahkan, sebagai bentuk pengoptimalisasian perlindungan konsumen di tengah guncangan risiko akibat kemajuan teknologi digital yang masif ini, sudah merupakan suatu urgensi atau keharusan untuk menumbuhkan kesadaran hukum mulai dari kalangan keluarga, akademisi, pemerintah, sampai dengan masyarakat umum. Baik konsumen, pelaku usaha, dan masyarakat sudah seharusnya memiliki kesadaran individu untuk secara

berkelanjutan meningkatkan literasi digital. Baik konsumen, pelaku usaha, dan masyarakat juga harus memiliki kesadaran dan menumbuhkan “kebencian sosial” terhadap oknum-oknum yang menyalahgunakan kemajuan teknologi digital untuk kepentingan individu atau golongan tertentu serta berani menyatakan bahwa siapa pun pelakunya adalah orang-orang tercela yang harus diberantas dan sikap yang demikian adalah musuh bersama yang harus segera diberantas.

#### D. Penutup

Keberadaan peraturan perundang-undangan maupun penegak hukum sebagai payung perlindungan konsumen ternyata belum mampu menghadapi gempuran era digital saat ini. Kesiapan pelaku usaha dan konsumen dalam menghadapi era digital salah satunya dapat didukung dengan penguatan literasi digital bagi konsumen dan pelaku usaha itu sendiri. Penguatan literasi digital tersebut bertujuan untuk menciptakan konsumen dan pelaku usaha yang mengetahui dan memahami terkait dengan keamanan dan perlindungan dalam melakukan transaksi di era digital. Dalam hal ini secara luas juga berguna sebagai bentuk upaya pencegahan bagi konsumen dan pelaku usaha dalam menghadapi lemahnya keamanan dan perlindungan transaksi di era digital. Upaya penguatan literasi digital bagi konsumen dan pelaku usaha pada hakikatnya perlu dukungan dari berbagai pihak, baik pemerintah, akademisi, pelaku usaha itu sendiri, dan masyarakat pada umumnya. Namun, penguatan literasi digital dapat dilakukan dengan terlebih dahulu menghadirkan kesadaran konsumen dan pelaku usaha mengenai pentingnya memiliki tingkat literasi yang mumpuni dalam beraktivitas di era digital. Selain menitikberatkan kepada konsumen dan pelaku usaha, penguatan literasi ini juga dapat bersinergi dengan adanya dorongan dari pemerintah dan asosiasi pelaku usaha dalam bentuk sosialisasi kepada masyarakat terkait pentingnya penguatan literasi di era digital dalam melindungi konsumen dan pelaku usaha.

#### Daftar Pustaka

- Agoestyowati, Redjeki. “Branding Serial KKKP: Tinjauan Pada Minat Literasi Anak-Anak.” *Majalah Ilmiah Bijak* 14, no. 1 (2017): 60–69.
- Agustini, Pratiwi. “Indeks Literasi Digital Indonesia Kembali Meningkatkan Tahun 2022.” [aptika.kominfo.go.id](https://aptika.kominfo.go.id), 2023. <https://aptika.kominfo.go.id/2023/02/indeks-literasi-digital-indonesia-kembali-meningkat-tahun-2022/>.
- Ama, Roy Gustaf Tupen, and Rahma Wisyana. “Konsep Diri Membaca Dan Minat Baca Pada Siswa Sekolah Dasar.” *Cognicia: E-Journal Universitas Muhammadiyah Malang* 9, no. 1 (2021): 6–10.
- Ambarwati, Sinta. “BPKN Terima 1.059 Pengaduan, Total Kerugian Rp102 Miliar Pada 2022.” *Antara*, 2022. <https://www.antaraneews.com/berita/3317710/bpkn-terima-1059-pengaduan-total-kerugian-rp102-miliar-pada-2022>.
- Anam, Khoiril. “Paling Rendah Di ASEAN, Tingkat Literasi Digital RI Cuma 62%.” *CNN Indonesia*, 2023. <https://www.cnnindonesia.com/tech/20230214171553-37-413790/paling-rendah-di-asean-tingkat-literasi-digital-ri-cuma-62>.
- APJII. “Survei APJII Pengguna Internet Di Indonesia Tembus 215 Juta Orang.” [apjii.or.id](https://apjii.or.id), 2023. <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>.
- Artikno, Akbar. *Hukum Dan Kekuasaan Negara*. Jakarta: Rajawali Press, 2010.
- BPKN. “Jumlah Pengaduan Konsumen BPKN per 01 September 2023.” [bpkn.go.id](https://bpkn.go.id), 2023. [https://bpkn.go.id/statistik\\_pengaduan](https://bpkn.go.id/statistik_pengaduan).
- CNN Indonesia. “10 Kasus Kebocoran Data 2022: Bjorka Dominan, Ramai-Ramai Bantah.” *CNN Indonesia*, 2022. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20221230125430-192-894094/10-kasus-kebocoran-data-2022-bjorka-dominan-ramai-ramai-bantah/1>.
- Devega, Evita. “TEKNOLOGI Masyarakat Indonesia: Malas Baca Tapi Cerewet Di Medsos.” [Kominfo.go.id](https://www.kominfo.go.id), 2017. [https://www.kominfo.go.id/content/detail/10862/teknologi-masyarakat-indonesia-malas-baca-tapi-cerewet-di-medsos/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/10862/teknologi-masyarakat-indonesia-malas-baca-tapi-cerewet-di-medsos/0/sorotan_media).
- Dewi, Kisthi Hanila. “Peran Literasi Digital Dan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online.” *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen* 13, no. 3 (2022): 499–504.

- Friedman, Lawrence Meir. *Sistem Hukum: Perspektif Ilmu Sosial*. Edited by M. Khozim. Bandung: Penerbit Nusa Media, 2019.
- Kemendikbud. *Risalah Kebijakan: Meningkatkan Kemampuan Literasi Dasar Siswa Indonesia Berdasarkan Analisis Data PISA 2018*. Jakarta: Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, 2021.
- Mulia, Sanusi. *Hukum Dan Perkembangan Masyarakat*. Jakarta: Sinar Grafika, 2014.
- Muliani, Anisah, Fildzah Mahdiya Karimah, Malla April Liana, Sherena Anodhea Eka Pramudita, Muhammad Khoirul Riza, and Ayom Indramayu. "Pentingnya Peran Literasi Digital Bagi Mahasiswa Di Era Revolusi Industri 4.0 Untuk Kemajuan Indonesia." *Journal of Education and Technology* 1, no. 2 (2021): 87–92.
- Nisaputra, Rezkianna. "Rugikan Negara, Pemerintah Didesak Segera Tertibkan Social Commerce." *infobacknews.com*, 2023. <https://infobanknews.com/rugikan-negara-pemerintah-didesak-segera-tertibkan-social-commerce/>.
- OJK. *Infografis Hasil Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan Tahun 2022*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2022.
- Rahardjo, Satjipto. *Hukum Dan Masyarakat*. Bandung: Angkasa, 1980.
- Salman, Otja. *Kesadaran Hukum Masyarakat Terhadap Hukum Waris*. Bandung: Alumni, 1993.
- Soekanto, Soerjono. *Kesadaran Dan Kepatuhan Hukum*. Jakarta: Rajawali Press, 1982.
- Suleiman, Ajisatria, Thomas Dewaru, and Noor Halimah Anjani. *Menciptakan Konsumen Yang Terinformasi: Melacak Program-Program Literasi Keuangan Di Indonesia*. Jakarta: Center for Indonesian Policy Studies, 2022.
- Supriyadi, Idha Jalilah Fitria, and Cahya Eka Febriyani. "Pengaruh Testimoni Dan Literasi Digital Terhadap Persepsi Risiko Konsumen Online." *Jurnal Study and Management Research* 18, no. 3 (2020): 318–28.
- Ulfa, Maulina. "Deretan Kebocoran Data E-Commerce Dan Sektor Perbankan, Seberapa Bahaya?" *IDX Channel*, 2022. <https://www.idxchannel.com/economics/deretan-kebocoran-data-e-commerce-dan-sektor-perbankan-seberapa-bahaya/2>.
- Vasic, Nebojsa, Milorad Kilibarda, and Tanja Kaurin. "The Influence of Online Shopping Determinants on Customer Satisfactions in the Serbian Market." *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research* 14, no. 2 (2019): 70–89.
- Zuraya, Nidia. "BPKN Catat Pelanggaran Hak Konsumen Timbulkan Kerugian Rp3,8 Miliar." *Republika.co.id*, 2022. <https://ekonomi.republika.co.id/berita/rf9p0q383/bpkn-catat-pelanggaran-hak-konsumen-timbulkan-kerugian-rp-38-miliar>.