

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN PADA AKTIVITAS PASAR ONLINE

Gideon M Masola

Program Studi Magister Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Trisakti
gideonm620@gmail.com

Abstract: *With technological advancements bringing a huge positive impact where technology consumers can easily share innovations and the latest information instantly without going through complicated and lengthy procedures like centuries ago. Law No. 8 of 1999 concerning Consumer Protection has been in effect for more than 25 years as a reference in the resolution of consumer disputes. The author uses a juridical descriptive research method, namely by examining the suitability of legal rules and facts that occur in society. In this study, the author wants to research about the legal protection of consumers in online market activities limited to how the regulation of legal protection of consumers in online market activities and whether Law No.8/1999 on Consumer Protection is still relevant to current technological developments. The results of this study are: First, regulations on how to regulate legal protection of consumers in online market activities are currently regulated by several laws and regulations. This overlap of rules means that this law has not been applied in cases of cybercrime, especially those related to personal data. Second, it is necessary to clarify the regulations that govern online market activities. With clear rules, both consumers and business actors in online market activities know how and to whom to make complaints.*

Keywords: *Online Market Activity, Consumer Protection, Online Transaction Disputes.*

Abstrak: Dengan adanya kemajuan teknologi mendarangkan dampak positif yang sangat besar dimana para konsumen teknologi dapat dengan mudah berbagi inovasi dan informasi terkini secara instan tanpa melalui prosedur yang rumit dan panjang seperti beberapa abad sebelumnya. UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sampai saat ini telah berlaku selama lebih dari 25 tahun sebagai acuan dalam penyelesaian sengketa konsumen. Penulis menggunakan metode penelitian deskriptif yuridis yaitu dengan mengkaji kesesuaian aturan hukum dan fakta yang terjadi ditengah masyarakat. Dalam penelitian ini, Penulis hendak meneliti tentang perlindungan hukum terhadap konsumen pada aktivitas pasar online dibatasi pada bagaimana regulasi perlindungan hukum terhadap konsumen pada aktivitas pasar online dan apakah UU No.8/1999 tentang Perlindungan Konsumen masih relevan dengan perkembangan teknologi saat ini. Adapun hasil penelitian ini yaitu: Pertama, Regulasi bagaimana regulasi perlindungan hukum terhadap konsumen pada aktivitas pasar online saat ini diatur dengan beberapa peraturan perundangan. Tumpang tindih aturan ini menyebabkan undang-undang ini belum diterapkan dalam kasus kejahatan cyber, terutama yang berkaitan dengan data pribadi. Kedua, perlu diperjelas regulasi yang mengatur aktivitas pasar online. Dengan adanya aturan yang jelas, baik konsumen maupun pelaku usaha pada aktivitas pasar online menjadi tahu bagaimana dan kepada siapa harus melakukan pengaduan.

Kata Kunci: Aktivitas Pasar Online, Perlindungan Konsumen, Sengketa Transaksi Online.

A. Pendahuluan

Laju perkembangan teknologi yang pesat memungkinkan komunikasi dan transaksi terjadi seketika tanpa ada batasan ruang dan waktu. Dengan adanya kemajuan teknologi mendarangkan dampak positif yang sangat besar dimana para konsumen teknologi dapat dengan mudah berbagi inovasi dan informasi terkini secara instan tanpa melalui prosedur yang rumit dan panjang seperti beberapa abad sebelumnya. Seperti yang kita ketahui saat ini, aktifitas masyarakat pada umumnya dilakukan secara online baik dalam hal bekerja, mencari hiburan bahkan pemenuhan kebutuhan sehari-hari seperti belanja bahan pokok dan lain-lain melalui pasar online.

Namun dibalik dampak positif tersebut, terdapat juga dampak negatif yang tidak dapat dihindari sebagai akibat dari adanya celah kelemahan sistem teknologi yang dimanfaatkan oleh tangan-tangan nakal yang tidak bertanggungjawab untuk memperoleh keuntungan dengan cara yang tidak benar. Oleh sebab itu, sangat dibutuhkan jaminan perlindungan hukum terhadap setiap aktivitas yang dilakukan secara online utamanya terhadap pedagang dan konsumen pasar online. UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang ditetapkan/diundangkan pada 20 April 1999 sampai saat ini telah berlaku selama lebih dari 25 tahun sebagai acuan dalam penyelesaian sengketa konsumen. Namun demikian seiring perkembangan jaman terdapat beberapa Pasal yang tidak lagi relevan atau tidak lagi memiliki daya berlaku memberi jaminan perlindungan bagi konsumen.

Sebagai tindak lanjut dalam memberikan jaminan perlindungan hukum terhadap konsumen, pada tanggal 17 Oktober 2022 ditetapkan/diundangkan satu undang-undang baru yaitu UU No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi sebagai tindakan preventif preventif adalah tindakan untuk mencegah pelanggaran-pelanggaran sosial. Pemerintah membuat undang-undang tentang data pribadi, seperti Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi, untuk mencegah penyalahgunaan atau penyebaran data pribadi.

Polisi, sebagai badan penegak hukum, juga memainkan peran penting dalam melakukan upaya pencegahan untuk menghentikan tindak pidana siber seperti doxing atau penyebaran data pribadi. Setiap bulan, Bagian Kriminal Khusus Polda Jawa Barat mengadakan seminar Cyber tentang perlindungan data pribadi untuk lembaga pendidikan dan bank. Upaya preventif tidak akan berjalan dengan baik dan mencapai tujuan jika masyarakatnya sendiri tidak perduli dan mencoba melindungi data pribadinya sendiri. Wawasan dan sosialisasi yang diberikan oleh penegak hukum hanya akan menjadi angin lalu apabila masyarakatnya sendiri masih abai dan tujuan untuk melindungi data pengguna fasilitas online dari kejahatan *cybercrime*.

Cybercrime adalah jenis tindak pidana baru yang meresahkannya dengan tindak pidana lain. *Cybercrime* sendiri adalah pelanggaran yang melibatkan penggunaan komputer dan internet sebagai sarananya. Doxing adalah salah satu dari banyak jenis kejahatan siber atau *cybercrime*. Ini terjadi ketika seseorang menyebarkan data pribadi orang lain tanpa persetujuan mereka dengan tujuan tertentu, biasanya untuk memermalukan korban. Istilah ini awalnya muncul sebagai bentuk protes terhadap budaya hacker yang merusak identitas orang pada tahun 1990-an.

Meskipun orang dapat menjadi korban kejahatan doxing ini, jurnalis adalah korban yang paling sering, sebesar 13 persen. Hal ini jelas melanggar Kebebasan Pers yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999, Pasal 4 Ayat (3) tentang Pers, yang menyatakan bahwa pers memiliki hak untuk mencari, memperoleh, dan menyebarluaskan ide dan informasi. Namun, apa yang tercantum di dalam pasal tersebut bertentangan dengan realitas masyarakat. Dalam Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022, Pasal 65 Ayat (1), (2),

dan (3) tentang Penyebaran Data Pribadi, Pasal 65 Ayat 1 "Setiap orang dilarang secara melawan hukum memperoleh atau mengumpulkan Data Pribadi yang bukan miliknya dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain yang dapat mengakibatkan kerugian Subjek Data Pribadi" dan Pasal 65 Ayat 2 "Setiap orang dilarang secara melawan hukum memperoleh atau mengumpulkan Data Pribadi yang bukan miliknya Meskipun ada undang-undang, namun saat ini masih banyak kasus penyebaran data pribadi yang terjadi. Berdasarkan uraian di atas, penulis hendak melakukan penelitian tentang perlindungan hukum terhadap konsumen pada aktivitas pasar online dibatasi pada bagaimana regulasi perlindungan hukum terhadap konsumen pada aktifitas pasar online dan apakah UU No.8/1999 tentang Perlindungan Konsumen masih relevan dengan perkembangan teknologi saat ini.

B. Metodologi Penelitian

Dalam penulisan jurnal ilmiah ini, Penulis menggunakan metode penelitian deskriptif yuridis yaitu dengan mengkaji kesesuaian aturan hukum dan fakta yang terjadi ditengah masyarakat. Dalam penelitian ini, Penulis hendak mengkaji kesesuaian UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan UU No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi sebagai acuan jaminan kepastian hukum bagi konsumen terhadap fakta yang terjadi di tengah masyarakat utamanya dalam hal transaksi jual beli pada pasar online.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Regulasi Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pada Aktifitas Pasar Online

Dunia baru yang diciptakan oleh kemajuan teknologi yang begitu pesat telah dikenal sebagai dunia digital. Dunia digital adalah istilah umum yang dikaitkan dengan modernisasi, yang merupakan perangkat yang digunakan manusia modern untuk melakukan semua aktivitasnya. Dengan munculnya dunia digital, banyak hal di dunia ini berubah. Salah satunya merupakan pelanggaran. Kejahatan biasanya dilakukan secara langsung, tetapi sekarang mereka dapat dilakukan tanpa bertemu atau berbicara dengan korban. Kejahatan digital, siber, atau cybercrime adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan jenis kejahatan tersebut. Untuk melakukan kejahatan siber ini, internet dan perangkat komputer digunakan. Salah satu jenis kejahatan siber atau cybercrime adalah doxing atau penyebaran data pribadi. Data pribadi yang tersebar di internet tidak hanya terdiri dari nomor induk penduduk, nomor telepon, tanggal lahir, atau alamat rumah; foto dan video juga merupakan yang paling umum.

Kejahatan doxing tidak dapat dipandang sebelah mata; efek yang disebabkan oleh kejahatan ini sangat berbahaya dan dapat menyebabkan gangguan mental. Karena itu, penegakan hukum yang kuat diperlukan untuk doxing atau penyebaran data pribadi agar korban memiliki perlindungan atas data mereka dan pelaku dihukum dengan adil. Dalam konsep negara Indonesia sebagai negara hukum, penegakan hukum sangat penting. Penegakan hukum merupakan salah satu komponen dalam menciptakan atau memulihkan keseimbangan tatanan di dalam masyarakat. Penegakan hukum sendiri merupakan bagian dari pembangunan hukum, yang mencakup upaya untuk menerapkan, menerapkan, atau mengonkretkan hukum dalam kehidupan nyata untuk mengembalikan atau memulihkan keseimbangan dalam tatanan kehidupan bermasyarakat.

Di Indonesia, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Nomor 11 Tahun 2008, Pasal 27 Ayat 1-4 mengatur penyalahgunaan atau penyebaran data pribadi. Namun, Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi Nomor 27 Tahun 2022, lebih khusus mengatur penyalahgunaan atau penyebaran data pribadi dalam Pasal 65 Ayat (1-3). Tumpang tindih aturan ini menyebabkan undang-undang ini belum diterapkan dalam kasus kejahatan cyber, terutama yang berkaitan dengan data pribadi.

2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Masih Relevan Dengan Perkembangan Teknologi Saat Ini

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang akurat, jelas, dan terbuka tentang barang yang mereka beli. Dalam kasus jual beli online, informasi ini termasuk deskripsi produk, syarat transaksi, dan harga. Namun, ada banyak kasus di mana pelaku usaha memberi konsumen informasi yang salah. Misalnya, dalam penelitian yang dilakukan oleh Arlina (Arlina, 2018), ditemukan bahwa beberapa produk kosmetik yang dijual secara online mengandung bahan berbahaya yang tidak disebutkan dalam deskripsi produk.

Konsumen tidak hanya memiliki hak atas informasi, tetapi mereka juga memiliki hak untuk memperoleh produk yang berkualitas tinggi dan sesuai dengan standar mutu dan keamanan yang ditetapkan dalam Pasal 4 huruf c UUPK. Dalam kebanyakan kasus, pelanggan menerima barang yang tidak sesuai dengan spesifikasi atau cacat. Misalnya, seseorang membeli smartphone secara online, tetapi saat diterima, smartphone tersebut tidak berfungsi dengan baik. Konsumen berhak untuk mengembalikan barang atau meminta ganti rugi dalam hal ini. Konsumen juga berhak atas kesesuaian produk yang mereka beli atau pesan. Dalam transaksi online, di mana pembeli menerima barang yang tidak sesuai dengan gambar atau deskripsi yang diberikan, hal ini sering menjadi masalah. Sebuah survei, menemukan bahwa sekitar tiga puluh persen pelanggan mengalami kekecewaan karena produk yang mereka terima tidak memenuhi harapan mereka. Dalam situasi seperti ini, ada mekanisme pengembalian barang yang jelas dan mudah diakses.

Sangat penting untuk memiliki hak untuk dilindungi dari kerugian. Jika konsumen mengalami kerugian karena kesalahan pelaku usaha, ganti rugi menjadi hak mereka. Dalam hal ini, Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen berbicara tentang penyelesaian sengketa, tetapi banyak konsumen yang tidak tahu bagaimana melakukannya. Suhadi dan Fadilah, mengatakan bahwa salah satu kendala dalam mendapatkan perlindungan yang optimal adalah konsumen tidak tahu hak-hak mereka (Suhadi & Fadilah, 2021). Bagian penting dari hak konsumen adalah hak untuk mendapatkan perlindungan terhadap kerugian. Ketika tindakan pelaku usaha yang tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku menyebabkan kerugian, konsumen berhak untuk mendapatkan ganti rugi menurut UUPK. Dalam kasus nyata, pembeli berhak untuk mengajukan klaim ganti rugi jika barang yang mereka beli ternyata tidak sesuai dengan deskripsinya. Konsumen sering mengalami kesulitan untuk mendapatkan haknya karena proses pengajuan klaim seringkali tidak lancar. Ini menunjukkan bahwa sistem penyelesaian sengketa yang lebih baik diperlukan.

Hak untuk mendapatkan pelayanan yang baik juga sangat penting saat melakukan transaksi online. Konsumen berhak mendapatkan layanan yang memuaskan dari bisnis. Ini termasuk pengiriman produk, penanganan pengaduan, dan layanan purna jual. Data yang dikumpulkan oleh Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) menunjukkan bahwa sekitar 40% pengaduan yang diterima dikaitkan dengan pelayanan yang buruk dari pelaku usaha. Ini menunjukkan bahwa banyak pelaku usaha yang belum memenuhi kewajiban mereka meskipun UUPK mengatur hak-hak konsumen. Selain itu, penting untuk memahami hak-hak konsumen. Kampanye pendidikan yang lebih luas diperlukan untuk meningkatkan kesadaran konsumen tentang hak-hak mereka karena banyak pembeli yang belum sepenuhnya memahami hak-hak mereka selama transaksi jual beli online. Jika konsumen memahami hak-hak mereka, mereka akan lebih berdaya dalam menghadapi pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Penting bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen untuk memberikan informasi yang jelas dan akurat dalam hal ini.

Disamping terdapat hak-hak konsumen, ada juga kewajiban pelaku usaha pada aktivitas pasar online. Dalam transaksi jual beli online, pelaku usaha memiliki sejumlah kewajiban yang diatur dalam UUPK, salah satunya adalah memberikan informasi yang

jelas dan akurat mengenai barang atau jasa yang dijual. Pasal 7 UUPK mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar mengenai spesifikasi, harga, dan kondisi barang atau jasa yang dijual. Dalam kenyataannya, sejumlah besar bisnis tidak mematuhi kewajiban ini, membuat konsumen merasa tertipu. Sebuah studi menunjukkan bahwa sekitar 25% konsumen percaya bahwa perusahaan memberi mereka informasi yang tidak akurat (Lembaga Riset Konsumen, 2022). Pelaku bisnis juga harus memastikan kualitas produk yang mereka jual. Pelaku usaha bertanggung jawab atas kerugian yang disebabkan oleh barang yang tidak memenuhi standar mutu yang ditetapkan, menurut UUPK. Contoh kasus yang sering terjadi adalah ketika pelanggan membeli makanan secara online, tetapi produk tersebut ternyata sudah kadaluarsa. Pelaku usaha harus bertanggung jawab dalam hal ini dan memberikan ganti rugi kepada konsumen. Konsumen, bagaimanapun, seringkali menghadapi kesulitan untuk menuntut haknya karena kekurangan bukti atau mekanisme pengaduan yang tidak efektif.

Bisnis juga harus memberikan layanan purna jual yang baik. Ini termasuk pengembalian barang, perbaikan, atau penggantian barang yang tidak berfungsi dengan baik. Data BPKN menunjukkan bahwa 30% pengaduan terkait dengan layanan purna jual yang tidak memenuhi standar mutu yang ditetapkan (Badan Perlindungan Konsumen Nasional, 2021). Ini menunjukkan bahwa banyak bisnis masih belum memenuhi kewajiban ini, membuat konsumen merasa dirugikan. Dalam hal ini, pelaku usaha harus menyadari bahwa pelayanan yang baik akan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Pelaku usaha memiliki tanggung jawab besar untuk mempertahankan kepercayaan konsumen. Ini termasuk memastikan bahwa produk yang dijual memenuhi standar kualitas yang ditetapkan dan memberikan informasi yang akurat dan jelas tentang produk. Menurut Aji, banyak bisnis tidak mematuhi kewajiban ini, menyebabkan kerugian bagi konsumen. Misalnya, ketika obat dijual secara online, seringkali ditemukan produk yang tidak terdaftar resmi dan berpotensi berbahaya bagi kesehatan (Aji, H. B. 2022).

Pelaku usaha juga harus memberikan layanan purna jual yang baik, yang mencakup layanan pelanggan yang ramah dan prosedur pengembalian barang yang jelas. Namun, banyak bisnis mengabaikan hal ini, membuat konsumen tidak puas dan kehilangan kepercayaan mereka. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Handriani menemukan bahwa salah satu alasan utama mengapa orang tidak suka membeli sesuatu secara online adalah layanan purna jual yang buruk (Handriani, 2020). Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa kejujuran dalam transaksi online sangat penting. Pengusaha harus memberikan informasi yang jelas tentang syarat dan ketentuan transaksi, termasuk kebijakan penjualan barang dan jasa. Konsumen akan lebih terbuka saat bertransaksi. Namun, masih banyak pelaku usaha yang tidak menjelaskan informasi ini dengan jelas, sehingga menimbulkan masalah bagi konsumen. Oleh karena itu, peraturan yang lebih ketat diperlukan untuk memastikan bahwa bisnis memenuhi kewajiban tersebut.

Akhirnya, perusahaan harus mematuhi peraturan yang berlaku tentang perlindungan data pribadi konsumen. Keamanan data pribadi konsumen menjadi sangat penting di era internet saat ini. Perusahaan harus memastikan bahwa data konsumen aman dan tidak digunakan untuk kepentingan lain. Pengabaian kewajiban ini dapat mengakibatkan kerugian bagi pelanggan dan mengurangi kepercayaan masyarakat terhadap transaksi online. Oleh karena itu, pelaku usaha harus sadar dan tunduk untuk melindungi data pribadi konsumen. Adapun dalam upaya penegakan hukum dalam hal perlindungan konsumen bukan menjadi hal yang mudah. Ketidaktahuan konsumen tentang hak-hak mereka adalah salah satu kendala utama. Banyak konsumen tidak tahu bahwa mereka memiliki hak untuk mengajukan keluhan atau tuntutan ganti rugi jika mereka mengalami kerugian akibat transaksi online. Hal ini diperparah oleh kesadaran yang buruk tentang perlindungan konsumen yang diberikan oleh pemerintah dan lembaga terkait.

Selain itu, sulit untuk mengambil tindakan hukum terhadap mereka yang menjalankan bisnis secara online. Banyak dari mereka melakukan bisnis tanpa izin resmi atau alamat yang jelas, sehingga sulit bagi konsumen untuk mengajukan keluhan. Konsumen sulit melacak bisnis yang ditipu dan mendapatkan ganti rugi dalam kasus penipuan. Menurut Ziauddin, banyak pelanggan menjadi putus asa ketika mereka kehilangan uang karena penipuan online dan tidak tahu ke mana untuk mencari keadilan (Ziauddin, 2017). Dalam dunia e-commerce, kemajuan teknologi dan inovasi merupakan tantangan tambahan. Regulasi lama seringkali tidak dapat mengikuti perkembangan platform jual beli yang terus berkembang. Misalnya, penggunaan teknologi blockchain dan smart contracts dalam transaksi jual beli online menimbulkan masalah baru dalam hal perlindungan konsumen. Oleh karena itu, regulasi harus disesuaikan untuk mendukung perkembangan teknologi yang cepat.

Terhadap sengketa dalam aktivitas pasar online, penyelesaiannya melalui mekanisme yang diatur oleh UUPK. Jika konsumen merasa dirugikan dalam transaksi, UUPK memberikan landasan hukum untuk mengajukan pengaduan. Namun, banyak konsumen yang mengalami kesulitan untuk mengakses mekanisme ini dalam praktiknya. Menurut survei yang dilakukan oleh LPKSM, sekitar 60% konsumen tidak tahu bagaimana mengajukan pengaduan terkait transaksi online. Ini menunjukkan bahwa orang harus belajar tentang metode penyelesaian sengketa yang ada Lembaga (Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (2021). Regulasi penyelesaian sengketa dilakukan melalui kebijakan yang diatur dalam UUPK namun hal tersebut disebut dinilai masih kurang melindungi pelanggan, terutama dalam kasus transaksi online. Misalnya, ketika seseorang membeli barang melalui internet, terkadang barang yang mereka terima tidak memiliki warna yang sama seperti yang digambarkan. Akibatnya, pelanggan merasa kecewa dan dirugikan ketika barang tiba. Walaupun penjual memberikan garansi bahwa barang dapat ditukar dengan barang lain, pelanggan tetap harus membayar ongkos kirim (Nugrahaningsih, 2017). Keadaan teknis seperti ini kadang-kadang muncul dalam masyarakat saat melakukan transaksi melalui media online. Belum ada aturan teknis yang mengatur hal ini (Pariadi, 2018). Misalnya, prosedur ganti rugi masih diberikan sepenuhnya kepada perusahaan (Ramyani, 2018).

Oleh sebab itu perlu diperjelas regulasi yang mengatur aktivitas pasar online sehingga cara penegakan hukum bagi setiap perbuatan yang menentang aturan menjadi jelas cara mengatasinya terlebih pada saat terjadi sengketa online antara pelaku bisnis dengan konsumen. Dengan adanya aturan yang jelas, baik konsumen maupun pelaku usaha pada aktivitas pasar online menjadi tahu bagaimana dan kepada siapa harus melakukan pengaduan. Salah satu metode penyelesaian sengketa adalah mediasi. Mediasi adalah proses untuk mencapai kesepakatan dengan bantuan pihak ketiga yang neutral yang membantu kedua belah pihak mencapai kesepakatan. Lembaga perlindungan konsumen atau asosiasi pelaku usaha dapat melakukan mediasi dalam hal transaksi online. Tetapi mediasi sering kali bergantung pada kerja sama kedua belah pihak. Proses mediasi dapat gagal jika salah satu pihak tidak mau bernegosiasi.

Konsumen memiliki hak untuk mengajukan gugatan ke pengadilan selain mediasi. Namun demikian, proses hukum ini sering dianggap sulit dan memakan waktu. Banyak pelanggan merasa enggan untuk mengajukan gugatan karena biaya yang tinggi dan waktu yang diperlukan untuk menyelesaiannya. Akibatnya, perlu adanya upaya untuk menyederhanakan proses hukum dan meningkatkan kemampuan konsumen untuk menuntut haknya. Misalnya, pengadilan dapat memberikan layanan hukum kepada pelanggan yang tidak mampu secara gratis. Saat-saat tertentu, penyelesaian sengketa juga dapat dilakukan melalui platform online. Beberapa situs e-commerce menawarkan fitur pengaduan yang memungkinkan pelanggan melaporkan masalah secara langsung. Namun,

efektivitas fitur ini sering dipertanyakan, terutama jika tidak ada tindak lanjut yang jelas dari perusahaan. Oleh karena itu, sangat penting bagi platform internet untuk memastikan bahwa umpan balik yang masuk ditangani dengan serius dan transparan.

Peningkatan kesadaran dan edukasi pelanggan diperlukan untuk melindungi pelanggan dari transaksi jual beli online. Pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen harus mempromosikan hak-hak konsumen dan sarana pengaduan. Workshop, kampanye media sosial, dan seminar dapat digunakan untuk menjangkau masyarakat. Bisnis juga harus didorong untuk menjadi lebih transparan dan akuntabel dalam menjalankan bisnis mereka. Salah satu cara untuk menciptakan lingkungan bertransaksi yang lebih aman adalah dengan menetapkan kode etik bagi pelaku bisnis online. Jika seseorang melanggar kode etik, mereka harus dihukum dengan tegas dengan konsekuensi jera. Selain itu, pengawasan pemerintah yang lebih ketat diperlukan untuk menindak pelanggaran bisnis. Ini dapat diatasi dengan membentuk tim khusus yang menangani pengaduan pelanggan dan memantau praktik jual beli online. Dengan cara ini, diharapkan pelaku bisnis yang tidak bertanggung jawab akan ditangkap secara hukum, meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap transaksi online.

D. Penutup

Regulasi bagaimana regulasi perlindungan hukum terhadap konsumen pada aktivitas pasar online saat ini diatur dengan beberapa peraturan perundangan diantaranya yang berlaku saat ini yaitu Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Nomor 11 Tahun 2008, Pasal 27 Ayat 1-4 mengatur penyalahgunaan atau penyebaran data pribadi. Namun, Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi Nomor 27 Tahun 2022, lebih khusus mengatur penyalahgunaan atau penyebaran data pribadi dalam Pasal 65 Ayat (1-3), tumpang tindih aturan ini menyebabkan undang-undang ini belum diterapkan dalam kasus kejahatan cyber, terutama yang berkaitan dengan data pribadi. UU No.8/1999 tentang Perlindungan Konsumen saat ini boleh dikatakan sudah mengalami penurunan daya berlaku. Menurut survei yang dilakukan oleh LPKSM, sekitar 60% konsumen tidak tahu bagaimana mengajukan pengaduan terkait transaksi online. Ini menunjukkan bahwa orang harus belajar tentang metode penyelesaian sengketa yang ada. Regulasi penyelesaian sengketa dilakukan melalui kebijakan yang diatur dalam UUPK namun hal tersebut disebut dinilai masih kurang melindungi pelanggan, terutama dalam kasus transaksi online. Misalnya, ketika seseorang membeli barang melalui internet, terkadang barang yang mereka terima tidak memiliki warna yang sama seperti yang digambarkan. Akibatnya, pelanggan merasa kecewa dan dirugikan ketika barang tiba. Walaupun penjual memberikan garansi bahwa barang dapat ditukar dengan barang lain, pelanggan tetap harus membayar ongkos kirim. Keadaan teknis seperti ini kadang-kadang muncul dalam masyarakat saat melakukan transaksi melalui media online. Belum ada aturan teknis yang mengatur hal ini. Misalnya, prosedur ganti rugi masih diberikan sepenuhnya kepada perusahaan. Oleh sebab itu perlu diperjelas regulasi yang mengatur aktivitas pasar online sehingga cara penegakan hukum bagi setiap perbuatan yang menentang aturan menjadi jelas cara mengatasinya terlebih pada saat terjadi sengketa online antara pelaku bisnis dengan konsumen. Dengan adanya aturan yang jelas, baik konsumen maupun pelaku usaha pada aktivitas pasar online menjadi tahu bagaimana dan kepada siapa harus melakukan pengaduan.

Daftar Pustaka

- Aji, H. B. (2022). Pengaturan Jual Beli Secara Online Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dan Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik. *Jurnal Hukum Progresif*, 10(1), 12-24
- Arlina, S. (2018). Perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online produk kosmetik (pemutih wajah) yang mengandung zat berbahaya berdasarkan undang-undang nomor 8 tahun 1999. *UIR Law review*, 2(1), 317-330
- Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). (2021). Laporan Tahunan Perlindungan Konsumen
- Elfrida Ratnawati, Legal Compliance On The Road As The Effort To Overcome Jakarta's Traffic Congestion, *Jurnal Dinamika Hukum*, Volume 19, Nomor 3, 2020.
- Elfrida Ratnawati, Pelabuhan Indonesia sebagai penyumbang devisa negara dalam perspektif hukum bisnis, *Kanun Jurnal Ilmu Hukum*, Volume 19, Nomor 3, 2017.
- Elfrida Ratnawati, The Impacts of Government Policy on Covid-19 to Airlines Liability: A Case Study in Indonesia, *Jambura Law Review*, Volume 3, Number 1, 2017.
- Handriani, A. (2020). Perlindungan konsumen dalam perjanjian transaksi jual beli online. *Pamulang Law Review*, 3(2), 127-138.
- Laurensius Arliman S, Elfrida Ratnawati, Aida Abdul Razak, *Legal Guarantees for Persons with Disabilities to Secure Decent Work: A Human Rights Perspective from Indonesia*, Volume 8, Nomor 2, *Jurnal Wawasan Yuridika*, 2024.
- Laurensius Arliman S, *Peranan Metodologi Penelitian Hukum di Dalam Perkembangan Ilmu Hukum di Indonesia*, *Soumatera Law Review*, Volume 1, Nomor 1, 2018
- Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). (2021). Statistik Pengaduan Konsumen.
- Lembaga Riset Konsumen. (2022). Survei Kepuasan Konsumen dalam Transaksi Online.
- Nugrahaningsih, W, "Implementasi Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Bisnis Online", *Jurnal Serambi Hukum*, Vol.11, No.1, 2017
- Pariadi, "Pengawasan E-Commerce Dalam Undang-Undang Perdagangan dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, Vol. 48, No.3, 2018
- Ramyani, "Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen Terkait Pengawasan Perusahaan Berbasis Financial Technology Indoneisa, *Pagaruyun Law Journal*, Vol.2, No.1, 2018
- Suhadi, E., & Fadilah, A. A. (2021). Penyelesaian Ganti Rugi Akibat Wanprestasi Perjanjian Jual Beli Online Dikaitkan Dengan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(7), 1967-1978.
- Ziauddin, N. (2017). Tinjauan Hukum Islam terhadap perlindungan konsumen pada transaksi jual beli online. *PETITA*, 2, 75.