

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perlindungan hukum merupakan segala upaya yang diberikan oleh hukum untuk menjamin kepastian, keadilan, dan kemanfaatan bagi subjek hukum dalam mempertahankan hak-haknya.¹ Perlindungan hukum terhadap masyarakat, termasuk konsumen, merupakan bagian dari tujuan negara sebagaimana tercantum dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang menegaskan bahwa negara berkewajiban melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia.² Perlindungan hukum terhadap konsumen diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang memberikan kepastian hukum bagi konsumen agar terhindar dari praktik perdagangan yang merugikan. Hal ini ditegaskan dalam Pasal 1 angka 1 yang menyatakan bahwa perlindungan konsumen merupakan segala upaya untuk menjamin adanya perlindungan hukum terhadap konsumen.

Konsumen dapat diartikan sebagai setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan kembali.³ Pasal 1 angka 2 dan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

¹ J. H. Sinaulan, "Perlindungan Hukum Terhadap Warga Masyarakat." *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, Vol. 4, No. 1, 2018, hlm. 2, <http://www.jurnal.ideaspublishing.co.id/index.php/ideas/article/view/67>

² Abd Haris Hamid, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Sah Media, Jakarta, 2017, hlm. 4.

³ Eleanora Fransiska Novita, Sugeng, dan Rama Dhianty. "Pemahaman Masyarakat Terhadap Hak-Hak Konsumen Melalui Sarana Edukasi." *Gorontalo Law Review*, Vol. 6, No. 1, 2023, hlm. 8. DOI: <https://doi.org/10.32662/golrev.v6i1.2613>

tentang Perlindungan Konsumen menegaskan bahwa konsumen memiliki hak atas keamanan, kenyamanan, informasi yang benar, serta ganti rugi apabila barang atau jasa tidak sesuai dengan perjanjian, termasuk dalam transaksi elektronik atau digital.⁴

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola transaksi perdagangan dari sistem konvensional menjadi sistem digital. Transaksi digital merupakan kegiatan jual beli barang dan/atau jasa yang dilakukan melalui media elektronik dengan memanfaatkan jaringan internet.⁵ Pasal 1 angka 2 dan Pasal 9 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik mengatur bahwa transaksi elektronik merupakan perbuatan hukum melalui media elektronik dan pelaku usaha wajib memberikan informasi yang lengkap serta benar kepada konsumen.

Transaksi belanja online dapat dibedakan menjadi dua bentuk, yaitu transaksi melalui *marketplace* dan transaksi *non marketplace*. *Marketplace* merupakan platform perdagangan elektronik yang menyediakan sistem perantara antara penjual dan pembeli dalam satu aplikasi atau situs yang dikelola oleh penyelenggara sistem elektronik.⁶ Dalam transaksi *marketplace*, seluruh proses

⁴ Pembayun Eys Putri, dan Arifin Faqih Gunawan. "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Digital: Tinjauan terhadap Implementasi UU Perlindungan Konsumen di Marketplance." *Jurnal Fakta Hukum*, Vol. 3, No. 2, 2025, hlm. 84-94. DOI: <https://doi.org/10.58819/jfh.v3i2.156>

⁵ Abdul Halim Barkatullah. *Hukum Transaksi Elektronik Di Indonesia: Sebagai Pedoman Dalam Menghadapi Era Digital Bisnis E-Commerce Di Indonesia*. Nusamedia, Jakarta, 2019, hlm. 33.

⁶ Rini Yustiani dan Rio Yunanto. "Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi." *Komputa: Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika*, Vol. 6, No. 2, 2017,

dilakukan melalui sistem terintegrasi yang dilengkapi fitur perlindungan konsumen seperti *escrow*, ulasan, dan pengaduan, sehingga konsumen lebih terlindungi karena adanya pengawasan pihak ketiga sebagaimana sejalan dengan Pasal 15 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Pasal 49 Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.⁷

Berbeda dengan *marketplace*, transaksi digital *non marketplace* merupakan transaksi yang dilakukan secara langsung antara penjual dan pembeli melalui media sosial, aplikasi pesan instan, atau situs pribadi tanpa adanya sistem pengamanan dari pihak ketiga.⁸ Dalam transaksi *non marketplace*, pembayaran dilakukan langsung kepada pelaku usaha tanpa sistem verifikasi, *escrow*, maupun pengaduan, sehingga konsumen lebih rentan mengalami kerugian seperti barang tidak dikirim atau tidak sesuai dengan pesanan.⁹

Pasal 15 ayat (1) dan Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik menegaskan bahwa penyelenggara sistem elektronik wajib menjalankan sistem secara aman dan bertanggung jawab, serta melarang penyebaran informasi bohong atau menyesatkan yang dapat merugikan konsumen dalam transaksi digital. Ketentuan ini menunjukkan bahwa perlindungan

hlm. 43-48. DOI: <https://doi.org/10.34010/komputa.v6i2.2476>

⁷ Gunadi Ariawan. "Tanggung Jawab Marketplace Atas Kerugian Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce." *Kertha Semaya: Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 13, No. 9, 2025, hlm. 21. <https://ejournal3.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/1271>

⁸ Fathanudien, "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi *Non marketplace*: Studi pada Platform Jual Beli di Media Sosial Facebook." *Ahmad Dahlan Legal Perspective*, Vol. 5, No. 2, 2025, hlm. 14. DOI: <https://doi.org/10.12928/adlp.v5i2.12989>

⁹ Devina Salsabila, "Perlindungan Konsumen Terhadap Informasi Yang Tidak Sesuai Dalam Penawaran Barang Dari Pelaku Usaha Yang Tercantum Di Media Sosial." *Jurnal Penelitian Hukum*, Vol. 6, No. 1, 2026, hlm. 21. DOI: <https://doi.org/10.69957/cr.v6i01.2706>

konsumen juga diberikan melalui sanksi hukum terhadap pelaku penipuan dalam transaksi elektronik.¹⁰

Perlindungan konsumen dalam transaksi digital juga diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang mewajibkan pelaku usaha menyediakan sistem elektronik yang aman serta memberikan informasi yang benar, jelas, dan lengkap mengenai produk, harga, pembayaran, dan pengiriman, serta bertanggung jawab atas kerugian konsumen dalam transaksi elektronik.

Meskipun pengaturan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi digital telah diatur secara komprehensif dalam berbagai peraturan perundang-undangan, namun di Indonesia masih sering terjadi kerugian terhadap konsumen dalam transaksi digital *non marketplace*. Konsumen sering melakukan transaksi melalui media sosial atau aplikasi pesan tanpa mengetahui identitas pelaku usaha secara jelas. Biasanya sering terjadi kasus dimana konsumen telah melakukan pembayaran terlebih dahulu, namun barang yang dijanjikan tidak dikirim, atau barang yang diterima tidak sesuai dengan kesepakatan. Selain itu, terdapat pula praktik penipuan dengan menggunakan identitas palsu, rekening pinjaman, serta komunikasi elektronik yang sulit dilacak. Kondisi ini menyebabkan posisi konsumen menjadi lemah dan sulit memperoleh perlindungan hukum secara efektif.

¹⁰ Muflikh Alna Aulin Miftakhul. "Analisis Perlindungan Hukum Konsumen pada Perjanjian Transaksi E-Commerce terkait Investasi Kripto Ilegal via Media Sosial." *Bookchapter Hukum dan Politik dalam Berbagai Perspektif*, Vol. 4, No. 2, 2025, hlm. 106-133. <https://bookchapter.unnes.ac.id/index.php/hp/article/view/609>

Dalam perspektif hukum perlindungan konsumen, pelaku usaha wajib bertanggung jawab atas kerugian konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 19 ayat (1) dan ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang mengatur pemberian ganti rugi berupa pengembalian uang atau penggantian barang. Selain itu, penipuan dalam transaksi digital juga dapat dikenakan Pasal 45A ayat (1) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik serta Pasal 378 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana tentang penipuan. Namun dalam praktik transaksi digital *non marketplace*, konsumen sering mengalami kesulitan menuntut haknya karena pelaku usaha sulit dihubungi dan identitas pelaku tidak jelas.

Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi digital *non marketplace* belum berjalan secara optimal. Di satu sisi, peraturan perundang-undangan telah memberikan jaminan perlindungan terhadap konsumen, baik melalui mekanisme preventif berupa kewajiban transparansi pelaku usaha maupun mekanisme represif berupa sanksi administratif dan pidana. Namun di sisi lain, praktik transaksi digital *non marketplace* masih menunjukkan adanya kerentanan konsumen terhadap penipuan, informasi menyesatkan, serta ketidakjelasan identitas pelaku usaha. Ketidaksesuaian antara pengaturan hukum yang memberikan perlindungan dan kenyataan yang menunjukkan masih terjadinya kerugian konsumen menjadi persoalan hukum yang penting untuk dikaji.

Berdasarkan uraian tersebut, terlihat bahwa perkembangan transaksi digital *non marketplace* menimbulkan permasalahan baru dalam perlindungan konsumen,

khususnya terkait dengan lemahnya posisi konsumen, sulitnya penelusuran pelaku usaha, serta belum optimalnya penerapan perlindungan hukum baik secara preventif maupun represif. Kondisi ini menimbulkan kebutuhan untuk mengkaji secara mendalam mengenai pengaturan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi digital *non marketplace* serta bentuk perlindungan hukum preventif dan represif bagi konsumen yang dirugikan akibat penipuan.

Oleh karena itu, penelitian mengenai “Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Digital *non marketplace*” menjadi penting dilakukan untuk menganalisis kesesuaian antara ketentuan peraturan perundang-undangan dengan praktik yang terjadi serta untuk memberikan kontribusi dalam memperkuat perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi digital.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaturan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi digital *non marketplace*?
2. Bagaimana bentuk perlindungan hukum preventif dan represif bagi konsumen yang dirugikan akibat penipuan dalam transaksi digital *non marketplace* ditinjau dari ketentuan peraturan perundang-undangan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaturan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi digital *non marketplace*.

2. Untuk mengetahui bentuk perlindungan hukum preventif dan represif bagi konsumen yang dirugikan akibat penipuan dalam transaksi digital *non marketplace* ditinjau dari ketentuan peraturan perundang-undangan.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis, sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Memberikan kontribusi keilmuan dalam bidang hukum perlindungan konsumen, khususnya dalam perkembangan transaksi digital melalui media sosial. Menambah referensi akademik mengenai penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi Transaksi Elektronik dalam perlindungan hukum konsumen dalam transaksi digital *non marketplace*.

2. Secara Praktis

Memberikan masukan kepada aparat penegak hukum, khususnya Polres Lhokseumawe, dalam menangani dan mencegah tindak pidana penipuan berbasis digital. Memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai hak-hak hukum sebagai konsumen serta pentingnya kehati-hatian dalam melakukan transaksi pembelian *online* via sosial media.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini difokuskan pada kajian hukum mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi digital *non marketplace* berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan di Indonesia. Pembahasan penelitian

mencakup pengaturan perlindungan hukum terhadap konsumen serta bentuk perlindungan hukum preventif dan represif bagi konsumen yang dirugikan akibat penipuan dalam transaksi digital *non marketplace*.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah sebuah referensi dasar saat melakukan suatu pengkajian dan mempunyai peranan guna memperluas teori yang hendak digunakan pada pengkajian yang hendak dilaksanakan.¹¹ Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dan dijadikan sumber referensi dalam penelitian ini :

1. Cut Hafizah, dengan judul “Perlindungan Hukum terhadap Korban Penipuan Belanja *Online* Melalui Aplikasi Shopee.” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masih banyak konsumen yang belum memahami hak-haknya sebagai konsumen, khususnya hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Ketidaktahuan tersebut menyebabkan konsumen tidak melakukan upaya hukum ketika mengalami kerugian akibat penipuan belanja *online*. Penelitian ini menegaskan bahwa lemahnya literasi hukum konsumen serta minimnya sosialisasi mengenai mekanisme pengaduan dan penyelesaian sengketa menjadi faktor utama tidak terpenuhinya perlindungan hukum bagi korban.¹²

¹¹ Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, 2021, hlm. 55.

¹² Cut Hafizah. "Perlindungan Hukum Terhadap Korban Penipuan Belanja *Online* Melalui Aplikasi Shopee." *Skripsi*, Universitas Malikussaleh, 2024.
<https://rama.unimal.ac.id/id/eprint/5234/>

Perbedaan utama dengan penelitian ini terletak pada fokus kajian, di mana penelitian Cut Hafizah menitikberatkan pada perlindungan konsumen dalam transaksi melalui *marketplace* Shopee, sedangkan penelitian yang sedang dilaksanakan secara substansial mengkaji transaksi digital yang dilakukan di luar *platform marketplace*, serta menitikberatkan pada peran dan penanganan aparat penegak hukum, khususnya Polres Lhokseumawe, dalam menangani sengketa dan tindak pidana yang timbul dari transaksi tersebut.

2. Muhammad Revaldi Kurniawan, dengan judul “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Jual Beli *Online* terhadap Barang yang Tidak Sesuai dengan Iklan Sistem Dropshipping dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Olshop Instagram Duniaflanelbdl).” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik jual beli *online* dengan sistem dropshipping dilakukan dengan cara pelaku usaha memasarkan produk tanpa memiliki stok barang, melainkan hanya memanfaatkan foto dan keterangan produk yang diunggah melalui media sosial Instagram. Apabila terjadi transaksi, penjual kemudian meneruskan pesanan kepada pemasok untuk dikirim langsung kepada konsumen. Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam praktik ini diwujudkan melalui kebijakan pengembalian barang (*return*) atau pengembalian dana (*refund*) apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan iklan. Penelitian ini juga menegaskan bahwa praktik tersebut ditinjau dari perspektif Hukum Islam harus memenuhi prinsip kejujuran, keterbukaan, dan tanggung jawab sebagaimana diatur dalam

QS. An-Nisa' ayat 29, sehingga pelaku usaha wajib menghindari unsur penipuan dan gharar dalam transaksi.¹³

Perbedaan utama dengan penelitian ini terletak pada ruang lingkup dan pendekatan hukum, di mana penelitian Muhammad Revaldi Kurniawan berfokus pada sistem dropshipping di media sosial Instagram dengan pendekatan Hukum Islam, sedangkan penelitian yang sedang dilaksanakan lebih menitikberatkan pada aspek hukum positif Indonesia, mekanisme penegakan hukum, serta penanganan kasus oleh aparat kepolisian terhadap transaksi digital yang tidak berada dalam sistem *marketplace* maupun skema syariah tertentu.

3. Aqil Awla Mas'ud, dengan judul "Perlindungan Konsumen pada Transaksi Jual Beli *Online* dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah." Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa transaksi jual beli *online* pada dasarnya sah apabila didasarkan pada kesepakatan antara penjual dan pembeli. Namun demikian, perlindungan konsumen belum sepenuhnya diterapkan sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen maupun prinsip-prinsip Hukum Ekonomi Syariah. Konsumen pada umumnya hanya memahami aspek pembelian barang tanpa mengetahui hak-hak hukum yang melekat padanya, sehingga sering berada pada posisi lemah ketika terjadi pelanggaran. Penelitian ini menekankan pentingnya penerapan nilai keadilan, transparansi, dan tanggung jawab

¹³ Revaldi Kurniawan Muhammad. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Jual Beli *Online* Terhadap Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Iklan Sistem Dropshipping Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Olshop Instagram Duniaflanelbdl)." *Skripsi*, UIN Raden Intan Lampung, 2025. <https://repository.radenintan.ac.id/38198/>

dalam transaksi *online* agar hak konsumen dapat terlindungi secara optimal.¹⁴

Perbedaan utama dengan penelitian ini terletak pada fokus kajian normatif keagamaan, di mana penelitian Aqil Awla Mas'ud menggunakan pendekatan Hukum Ekonomi Syariah, sedangkan penelitian yang sedang dilaksanakan secara substansi mengkaji penegakan hukum dan praktik penanganan kasus nyata dalam transaksi digital *non marketplace* berdasarkan hukum positif dan praktik kepolisian.

4. Annisa Dira Qisthy Ramadhanty, dengan judul “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli *Online* Melalui TikTok Shop.” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli *online* melalui TikTok Shop belum berjalan sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Konsumen kerap tidak memperoleh kompensasi atau ganti rugi atas kelalaian penjual yang mengirimkan barang tidak sesuai dengan pesanan. Selain itu, pelaku usaha dalam beberapa kasus tidak menunjukkan bentuk pertanggungjawaban atas kerugian konsumen. Penelitian ini juga menjelaskan bahwa upaya hukum yang dapat ditempuh konsumen meliputi penyelesaian melalui jalur pengadilan maupun di luar pengadilan sesuai dengan kesepakatan para pihak.¹⁵

¹⁴ Aqil Awla Mas'ud. "Perlindungan Konsumen Pada Transaksi Jual Beli *Online* Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Kelurahan Sabbamparu Kota Palopo)." *Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2021. <https://repository.uinpalopo.ac.id/id/eprint/3839/1/>

¹⁵ Annisa Dira Qisthy Ramadhanty. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli *Online* Melalui Tiktokshop." *Skripsi*, Universitas Islam Indonesia, 2023,

Perbedaan utama dengan penelitian ini terletak pada objek transaksi, di mana penelitian Annisa Dira Qisthy Ramadhanty berfokus pada *platform marketplace* TikTok Shop, sedangkan penelitian yang sedang dilaksanakan menelaah transaksi yang dilakukan tanpa perantara *marketplace*, serta secara khusus menyoroti peran aparat kepolisian dalam menangani laporan dan sengketa konsumen di wilayah hukum Polres Lhokseumawe.

G. Pengaturan Hukum Transaksi Belanja Online di Indonesia

1. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum merupakan suatu bentuk jaminan atau upaya yang diberikan oleh negara, melalui sistem peraturan perundang-undangan, untuk memberikan rasa aman dan kepastian hukum kepada individu atau kelompok dalam masyarakat.¹⁶ Secara terminologis, perlindungan hukum terdiri dari dua kata “perlindungan” yang berarti tindakan melindungi, dan “hukum” yang berarti seperangkat aturan yang mengikat, ditetapkan oleh otoritas yang sah dan berlaku dalam suatu wilayah hukum.¹⁷

Perlindungan hukum dipahami sebagai segala bentuk upaya yang dilakukan oleh negara melalui instrumen hukum guna menjamin hak-hak warga negara dari segala bentuk pelanggaran, ancaman, dan ketidakadilan.¹⁸

<https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/48469>

¹⁶ Hery Firmansyah, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*, MediaPressindo, Yogyakarta, 2013, hlm. 42.

¹⁷ Tedi Sudrajat, dan Endra Wijay, *Perlindungan Hukum Terhadap Tindakan Pemerintahan*, Bumi Aksara, Jakarta, 2021, hlm. 21.

¹⁸ H. Siswanto Sunarso, *Viktimologi Dalam Sistem Peradilan Pidana*, Sinar Grafika, Jakarta, 2022, hlm. 17.

Perlindungan ini mencakup aspek preventif dan represif, baik dalam hukum publik maupun privat.

a. Unsur-Unsur Perlindungan Hukum

Suatu upaya dapat disebut sebagai perlindungan hukum apabila mengandung unsur-unsur berikut¹⁹:

- 1) Adanya perlindungan dari pemerintah terhadap masyarakat, yang menunjukkan peran aktif negara dalam menjaga hak-hak warga negaranya.
- 2) Pemberian jaminan kepastian hukum, yang mencakup kepastian norma, prosedur, dan institusi hukum yang dapat diakses oleh masyarakat.
- 3) Berhubungan dengan hak-hak warga negara, yakni menyangkut perlindungan terhadap hak konstitusional dan hak asasi setiap individu.
- 4) Terdapat sanksi hukum bagi pihak yang melanggar, baik sanksi pidana, perdata, maupun administratif, yang bertujuan untuk memberikan efek jera dan keadilan bagi korban.

b. Jenis dan Contoh Perlindungan Hukum di Indonesia

Perlindungan hukum di Indonesia direalisasikan melalui berbagai produk hukum yang bersifat sektoral, seperti²⁰:

- 1) Perlindungan hukum perdata, sebagaimana diatur dalam Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), yang menyatakan bahwa setiap perbuatan melanggar hukum yang menimbulkan kerugian mengharuskan pelaku untuk memberikan ganti rugi.
- 2) Perlindungan hukum konsumen, berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang menjamin hak-hak konsumen terhadap barang dan/atau jasa, termasuk hak atas keamanan, informasi, kompensasi, dan perlakuan yang adil.

¹⁹ Muhammad Salman Ali Reza, "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terkait Perbedaan Harga Pada Waktu Pembayaran Di Minimarket." *Skripsi*, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, 2024, hlm. 1. <https://repository.unissula.ac.id/33728/>

²⁰ Ikromi Yusri. "Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Pihak Yang Dirugikan Akibat Perbuatan Melawan Hukum Dalam Perjanjian." *Al-Dalil: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dan Hukum*, Vol. 2, No. 2, 2024, hlm. 78-85. DOI: <https://doi.org/10.58707/aldalil.v2i2.771>

- 3) Perlindungan hukum anak, melalui Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2014 sebagai perubahan dari UU Perlindungan Anak, yang memastikan hak anak untuk hidup, tumbuh, dan berkembang dalam lingkungan yang aman dan terlindungi dari segala bentuk kekerasan dan diskriminasi.

Di Indonesia, perlindungan hukum merupakan pilar utama dalam menjamin keadilan dan supremasi hukum. Tanpa adanya perlindungan hukum, masyarakat akan kehilangan kepercayaan terhadap sistem hukum dan rentan terhadap penyalahgunaan kekuasaan maupun pelanggaran hak-haknya.²¹ Penegakan perlindungan hukum tidak dapat dipisahkan dari keberadaan penegak hukum yang kompeten, akses terhadap keadilan yang terbuka, dan sistem peradilan yang bersih dan akuntabel.²² Semua warga negara Indonesia memiliki hak yang sama untuk memperoleh perlindungan hukum, sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 28D ayat (1) UUD 1945 1945. Perlindungan hukum dapat diperoleh melalui²³:

- a. Pelaporan kepada aparat penegak hukum, seperti Kepolisian, jika terjadi pelanggaran hukum atau kerugian.
- b. Mengakses lembaga bantuan hukum, yang memberikan pendampingan hukum secara cuma-cuma bagi masyarakat tidak mampu.
- c. Menggunakan mekanisme peradilan, baik melalui jalur perdata, pidana, maupun tata usaha negara.

²¹ Ridwan Syaidi Tarigan, *Menuju Negara Hukum Yang Berkeadilan*, Ruang Karya Bersama, Sumatera Utara, 2024, hlm. 21.

²² Indah Nur Shanty Saleh, Nurul Widhanita Y. Badilla, Apriyanto Apriyanto, dan Dian Pranata Depari. *Buku Referensi Sistem Peradilan di Indonesia: Proses, Hak, dan Keadilan*, Sonpedia Publishing Indonesia, Jambi, 2024, hlm. 41.

²³ Febrianto Gunawan, Kuku Sudarmanto, Kadi Sukarna, dan Soegianto. "Peran Bantuan Hukum Terhadap Tersangka Dalam Proses Penyidikan." *Jurnal Usm Law Review*, Vol. 7, No. 3, 2024, hlm. 2043-2053. DOI: <https://doi.org/10.26623/julr.v7i3.11056>

2. Perlindungan Hukum Konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Konsumen adalah setiap orang atau badan yang menggunakan barang dan/atau jasa untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, atau pihak lain, dan tidak untuk diperdagangkan kembali.²⁴ Hal ini berarti konsumen adalah pengguna akhir dari produk atau layanan yang tersedia di pasar.

Perlindungan konsumen merupakan segala bentuk upaya yang dilakukan untuk menjamin kepastian hukum dalam memberikan perlindungan kepada konsumen.²⁵ Hal ini bertujuan agar masyarakat sebagai konsumen tidak dirugikan secara fisik, psikologis, atau ekonomi akibat penggunaan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai atau berisiko membahayakan keselamatan dan kesehatan mereka. Cakupan perlindungan konsumen meliputi perlindungan terhadap barang atau jasa yang tidak sesuai kesepakatan dan perlindungan dari syarat-syarat yang tidak adil atau merugikan konsumen.²⁶

a. Hak dan Kewajiban Konsumen

Hak konsumen diatur dalam Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen, sebagai berikut:

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- 2) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;

²⁴ Abuyazid Bustomi, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen." *Solusi*, Vol. 16, No. 3, 2018, hlm. 154-66. <https://doi.org/10.14421/ajish.v53i2.1592>

²⁵ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2022, hlm. 48.

²⁶ Abdul Atsar, dan Rani Apriani, *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*, Deepublish, Yogyakarta, 2019, hlm. 22.

- 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- 5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- 6) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; dan
- 9) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Kewajiban konsumen diatur dalam Pasal 5 UU Perlindungan

Konsumen yaitu:

- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- 2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- 3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati; dan
- 4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

b. Hak dan Kewajiban Produsen

Hak produsen berdasarkan Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun

1999 yaitu produsen berhak:

- 1) Menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- 2) Mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.
- 3) Melakukan pembelaan diri di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.
- 4) Rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang atau jasa yang diperdagangkan.

Kewajiban Produsen/Pelaku Usaha diatur dalam Pasal 7 Undang-

Undang Nomor 8 Tahun 1999, yaitu produsen wajib:

- 1) Beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang/jasa, serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.
- 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- 4) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan standar mutu yang berlaku.
- 5) Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu.
- 6) Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian jika barang/jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian, label, etiket, atau iklan.

c. Tujuan Perlindungan Konsumen

Sebagaimana diatur dalam Pasal 3 UUPK, tujuan utama dari perlindungan hukum terhadap konsumen adalah²⁷:

- 1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen dalam melindungi diri.
- 2) Menjunjung harkat dan martabat konsumen.
- 3) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam menuntut hak-haknya.
- 4) Mewujudkan sistem perlindungan hukum yang memiliki kepastian hukum dan keterbukaan informasi.
- 5) Meningkatkan tanggung jawab pelaku usaha.
- 6) Mendorong peningkatan kualitas barang dan/atau jasa yang memenuhi aspek keamanan, kenyamanan, dan keselamatan konsumen.

d. Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Global

Dalam lingkup internasional, Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) telah menerbitkan *United Nations Guidelines for Consumer Protection (UNGCP)*. Panduan ini menjadi rujukan internasional bagi negara-negara

²⁷ Pasal 3, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 (UU 8/1999) tentang Perlindungan Konsumen.

dalam merumuskan kebijakan perlindungan konsumen yang efektif. Prinsip-prinsip global tersebut meliputi²⁸:

- 1) Perlakuan yang adil dan setara terhadap konsumen.
- 2) Transparansi dan keterbukaan informasi.
- 3) Tanggung jawab perilaku komersial pelaku usaha.

Negara memiliki tanggung jawab untuk menyelenggarakan dan membina sistem perlindungan konsumen secara menyeluruh. Bentuk tanggung jawab ini dapat diwujudkan melalui²⁹:

- 1) Penciptaan iklim usaha yang sehat dan berkeadilan.
- 2) Penguatan lembaga perlindungan konsumen.
- 3) Peningkatan kualitas sumber daya manusia dan riset hukum konsumen.
- 4) Penegakan hukum secara konsisten terhadap pelaku usaha yang melanggar hak-hak konsumen.

Pihak konsumen sering berada pada posisi yang lebih lemah dibanding pelaku usaha, baik dari segi informasi, daya tawar, maupun perlindungan hukum. Oleh karena itu, perlindungan hukum terhadap konsumen merupakan kebutuhan fundamental dalam menjamin keadilan dan kepastian hukum dalam setiap transaksi barang dan/atau jasa. Dengan adanya regulasi yang kuat dan implementasi yang konsisten, hak-hak konsumen dapat terjaga dan hubungan antara konsumen dan pelaku usaha menjadi lebih sehat serta berkelanjutan.

²⁸ Linda Novianti, "Peran Etika Dalam Menjaga Keadilan Dan Transparansi Pada Proses Arbitrase." *Jurnal Arbitrase Indonesia*, Vol. 1, No. 1, 2025, hlm. 1-10. <https://ejournal.dewansengketa.id/index.php/jarbi/article/view/4>

²⁹ Rachmadi Usman, *Aspek Hukum Pelindungan Konsumen Bank Indonesia*, Sonpedia Publishing Indonesia, Jambi, 2024, hlm. 66.

e. Asas-asas Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Perlindungan Konsumen menetapkan lima asas pokok sebagai landasan perlindungan hukum bagi konsumen, yaitu³⁰:

- 1) Asas Manfaat, yaitu upaya perlindungan harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi konsumen dan pelaku usaha.
- 2) Asas Keadilan, memberikan kesempatan dan perlakuan yang adil dalam memperoleh hak serta melaksanakan kewajiban.
- 3) Asas Keseimbangan, menjamin keseimbangan hak dan kewajiban antara konsumen, pelaku usaha, dan negara.
- 4) Asas Keamanan dan Keselamatan, memberikan perlindungan terhadap bahaya yang mungkin timbul dari penggunaan barang dan/atau jasa.
- 5) Asas Kepastian Hukum, memberikan kepastian dan perlindungan hukum yang adil bagi semua pihak yang terlibat.

3. Konsep dan Pengaturan Belanja *Online* di Indonesia

Belanja *online* yang dijalankan melalui media sosial seperti Instagram, Twitter, dan TikTok, semakin populer dalam beberapa tahun terakhir. Model bisnis ini memungkinkan seseorang membeli barang atau jasa atas nama orang lain dengan imbalan tertentu. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), belanja *online* adalah pembelian barang untuk konsumen yang tidak dapat melakukan pembelian secara langsung via sosial media.³¹

Belanja *online* dilakukan oleh individu yang mempromosikan jasanya melalui unggahan konten di *platform* seperti Instagram *Story* atau *feed*, menerima permintaan melalui pesan langsung (DM), lalu memproses

³⁰ Wahyu Simon Tampubolon. "Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang Undang Perlindungan Konsumen." *Jurnal Ilmiah Advokasi*, Vol. 4, No. 1, 2016, hlm. 53-61. <https://jurnal.ulb.ac.id/Index.php/Advokasi/Article/View/356>

³¹ Cholqi Choirunnisa, Nisbati Sandiyah Humaeroh, dan Rahma Eka Fitriani, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Tidak Menerima Produk Pembelian Jasa Titip (Jastip) Berupa Tiket Konser Melalui Media Twitter Ditinjau Dari Hukum Positif Dan Hukum Islam." *Hakim: Jurnal Ilmu Hukum Dan Sosial*, Vol. 1, No. 3, 2023, hlm. 254-278. DOI: <https://doi.org/10.51903/hakim.v1i3.1251>

pembelian atas nama konsumen. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang atau jasa (Pasal 4). Hal ini mencakup pula konsumen yang menggunakan belanja *online* via media sosial. Poin penting perlindungan hukum konsumen meliputi:

1. Pelaku usaha wajib menyampaikan deskripsi barang dan biaya secara transparan (Pasal 7 huruf b UU Perlindungan Konsumen).
 2. Jika konsumen dirugikan akibat pelaku usaha tidak mengirimkan barang atau memberikan informasi palsu, mereka berhak menuntut ganti rugi berupa pengembalian dana atau penggantian barang (Pasal 19 UU Perlindungan Konsumen).
- a. Sanksi Hukum bagi Pelaku Usaha yang Merugikan Konsumen

Jika pelaku usaha *online* ingkar janji, maka konsumen berhak menuntut ganti rugi sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pelanggaran ini dapat menimbulkan sanksi perdata, pidana, atau administratif sesuai akibat. Sanksi tersebut sebagai berikut³² :

- 1) Sanksi perdata, jika pelaku usaha tidak melaksanakan kewajibannya setelah menerima pembayaran, maka konsumen dapat mengajukan gugatan berdasarkan wanprestasi atau perbuatan melawan hukum (Pasal 1365 KUH Perdata).
- 2) Sanksi pidana penipuan, apabila pelaku usaha secara sengaja melakukan penipuan, seperti menggunakan identitas palsu atau menghilang setelah menerima pembayaran, maka dapat dijerat Pasal 378 KUHP atau Pasal 492 UU No. 1 Tahun 2023 tentang KUHP Baru yang mulai berlaku penuh tahun 2026.
- 3) Sanksi UU ITE, berdasarkan Pasal 28 ayat (1) UU No. 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas UU ITE, pelaku dilarang menyebarkan informasi elektronik yang menyesatkan yang merugikan konsumen. Pelanggaran dapat diancam dengan pidana penjara hingga 6 tahun dan/atau denda maksimal Rp1 miliar.

³² Hasudungan Sinaga, "Kasus Jasa Titip (Jastip) Tiket Coldplay Secara *Online* Dalam Perspektif Hukum Pidana." *Innovative: Journal Of Social Science Research*, Vol. 3, No. 1, 2023, hlm. 755-768. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/5815>

Transaksi belanja *online* via media sosial merupakan bagian dari dinamika perdagangan digital yang menuntut penyesuaian regulasi. Walaupun telah ada perlindungan hukum umum bagi konsumen, implementasi dan penegakan hukum masih menghadapi tantangan serius. Diperlukan edukasi hukum bagi konsumen serta dorongan agar pelaku usaha menjalankan praktik usaha yang bertanggung jawab dan transparan.

4. Transaksi Online Berdasarkan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik

Transaksi online atau transaksi elektronik merupakan perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan sistem elektronik melalui jaringan internet.³³ Pengaturan mengenai transaksi online diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 serta perubahan kedua melalui Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024, serta didukung oleh Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Pengaturan ini memberikan dasar hukum terhadap aktivitas perdagangan elektronik, hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen, serta perlindungan terhadap data dan sistem elektronik.

Pasal 1 angka 2 UU ITE menyatakan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Ketentuan ini menegaskan bahwa setiap kesepakatan yang dilakukan secara online memiliki kekuatan hukum

³³ Gunawan Widjaja dan Hansel Kalama. "Transaksi Elektronik." *Cross-Border*, Vol. 1, No. 1, 2018, hlm. 218-228. <https://journal.iaisambas.ac.id/index.php/Cross-Border/>

yang sah sepanjang memenuhi unsur sahnya perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata, yaitu adanya kesepakatan, kecakapan, objek tertentu, dan sebab yang halal.³⁴

Selain itu, UU ITE juga memberikan pengakuan terhadap dokumen elektronik sebagai alat bukti hukum yang sah. Pasal 5 ayat (1) UU ITE menyatakan bahwa informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik beserta hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah. Hal ini memperkuat kedudukan transaksi online karena bukti transaksi seperti *invoice* digital, bukti transfer, email, maupun riwayat transaksi dapat digunakan dalam proses pembuktian di pengadilan. Pengakuan tersebut menunjukkan bahwa hukum Indonesia telah mengakomodasi perkembangan teknologi dalam sistem pembuktian modern.

Pengaturan transaksi online dalam UU ITE juga mencakup keabsahan kontrak elektronik. Pasal 18 ayat (1) UU ITE menyatakan bahwa kontrak elektronik mengikat para pihak. Ketentuan ini menegaskan bahwa kesepakatan yang dilakukan melalui media elektronik, seperti persetujuan pada marketplace, checkout pembelian, maupun transaksi melalui aplikasi digital, memiliki kekuatan hukum yang sama dengan perjanjian tertulis konvensional. Kontrak elektronik tersebut sah apabila informasi yang diberikan jelas, para pihak dapat diidentifikasi, serta sistem elektronik yang digunakan dapat dipertanggungjawabkan.

³⁴ Desi Syamsiah. "Kajian Terkait Keabsahan Perjanjian E-Commerce Bila Ditinjau Dari Pasal 1320 KUHperdata Tentang Syarat Sah Perjanjian." *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol. 2, No. 1, 2021, hlm. 327-332. DOI: 10.47492/jip.v2i1.1443

Selain kontrak elektronik, UU ITE juga mengakui keabsahan tanda tangan elektronik sebagai alat pengesahan transaksi online. Pasal 11 UU ITE menyatakan bahwa tanda tangan elektronik memiliki kekuatan hukum dan akibat hukum yang sah sepanjang memenuhi persyaratan tertentu, seperti data tanda tangan terkait hanya pada penanda tangan, berada dalam kuasa penanda tangan, serta setiap perubahan dapat diketahui. Pengakuan terhadap tanda tangan elektronik ini memperkuat legitimasi transaksi online karena kesepakatan tidak lagi harus dilakukan secara langsung.³⁵

Pengaturan transaksi online dalam UU ITE juga memberikan perlindungan terhadap data pribadi pengguna. Pasal 26 UU ITE menegaskan bahwa penggunaan data pribadi melalui media elektronik harus dilakukan dengan persetujuan pemilik data. Ketentuan ini bertujuan untuk mencegah penyalahgunaan data dalam transaksi online, seperti penggunaan identitas tanpa izin, kebocoran informasi rekening, maupun penyebaran data konsumen oleh pelaku usaha. Perlindungan data pribadi menjadi penting karena transaksi elektronik selalu melibatkan pertukaran informasi digital.

Selain mengatur keabsahan transaksi, UU ITE juga memuat larangan yang berkaitan dengan keamanan transaksi online. Larangan tersebut mencakup akses ilegal terhadap sistem elektronik sebagaimana diatur dalam Pasal 30 UU ITE, manipulasi atau perubahan data elektronik dalam Pasal 32 UU ITE, serta gangguan terhadap sistem elektronik dalam Pasal 33 UU ITE. Ketentuan ini

³⁵ Juan Patrick. "Kajian Hukum Tentang Keabsahan Tanda Tangan Elektronik Dalam Perjanjian Pinjaman Online." *Diponegoro Law Journal*, Vol. 14, No. 3, 2025, hlm. 1-20 DOI: <https://doi.org/10.14710/dlj.2025.51795>

bertujuan mencegah kejahatan digital seperti pembobolan akun, pemalsuan bukti transfer, maupun merusak sistem transaksi elektronik.

Secara garis besar, pengaturan transaksi online berdasarkan UU ITE mencakup beberapa aspek penting, yaitu³⁶:

- a. Keabsahan transaksi elektronik sebagai perbuatan hukum yang sah dan mengikat para pihak.
- b. Pengakuan kontrak elektronik dan tanda tangan elektronik sebagai alat legitimasi transaksi online.
- c. Dokumen elektronik sebagai alat bukti hukum yang sah dalam penyelesaian sengketa.
- d. Perlindungan data pribadi pengguna dalam transaksi elektronik.
- e. Larangan akses ilegal, manipulasi data, dan gangguan sistem elektronik.

Dengan demikian, UU ITE memberikan kepastian hukum terhadap pelaksanaan transaksi online di Indonesia. Pengaturan tersebut tidak hanya mengakui keabsahan transaksi elektronik, tetapi juga memberikan perlindungan kepada para pihak serta mengatur tanggung jawab hukum apabila terjadi pelanggaran dalam transaksi online. Oleh karena itu, keberadaan UU ITE menjadi landasan utama dalam menciptakan sistem transaksi elektronik yang aman, adil, dan memiliki kepastian hukum.

5. Pemanfaatan Media Sosial dalam Transaksi Bisnis Online

Pemanfaatan media sosial dalam transaksi bisnis online merupakan perkembangan aktivitas perdagangan elektronik yang menggunakan platform digital sebagai sarana promosi, komunikasi, dan transaksi antara pelaku usaha dan konsumen.³⁷ Media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana

³⁶ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik Di Indonesia: Sebagai Pedoman Dalam Menghadapi Era Digital Bisnis E-Commerce Di Indonesia*. Nusamedia, Jakarta, 2019, hlm. 34.

³⁷ Danang Rifai. "Perkembangan Ekonomi Digital Mengenai Perilaku Pengguna Media

komunikasi, tetapi telah berkembang menjadi media pemasaran sekaligus media transaksi yang memungkinkan terjadinya hubungan hukum secara elektronik.³⁸

Secara hukum, pemanfaatan media sosial dalam transaksi bisnis online termasuk dalam kategori transaksi elektronik sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 dan perubahan kedua melalui Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024. Pasal 1 angka 2 UU ITE menyatakan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Berdasarkan ketentuan tersebut, transaksi yang dilakukan melalui media sosial termasuk transaksi elektronik yang memiliki kekuatan hukum mengikat para pihak.

Pemanfaatan media sosial dalam transaksi bisnis online juga berkaitan dengan penyebaran informasi produk kepada konsumen. Pasal 9 UU ITE menegaskan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar mengenai syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Ketentuan ini penting karena media sosial sering digunakan sebagai sarana promosi yang langsung mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

Sosial Dalam Melakukan Transaksi." *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, Vol. 3, No. 1, 2022, hlm. 49-52. DOI: <https://doi.org/10.34306/abdi.v3i1.752>

³⁸ Mohamad Fadhilah Zein, *Panduan Menggunakan Media Sosial untuk Generasi Emas Milenial*, Sinar Grafika, Jakarta, 2019, hlm. 22.

Selain UU ITE, pemanfaatan media sosial dalam transaksi bisnis online juga diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Regulasi ini mengatur kewajiban penyelenggara sistem elektronik untuk menjamin keamanan, keandalan, serta perlindungan data pengguna. Hal ini penting karena transaksi melalui media sosial sering melibatkan pertukaran data pribadi seperti nama, alamat, nomor telepon, dan informasi pembayaran.

Pemanfaatan media sosial dalam transaksi bisnis online juga memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam menjangkau konsumen secara luas. Media sosial memungkinkan pelaku usaha melakukan promosi produk, komunikasi langsung dengan konsumen, serta menerima pembayaran melalui sistem elektronik seperti payment link, dompet digital, maupun transfer bank.³⁹ Perkembangan ini menunjukkan bahwa media sosial telah berfungsi sebagai *platform e-commerce* yang memfasilitasi seluruh proses transaksi secara digital.

Secara umum, pemanfaatan media sosial dalam transaksi bisnis online dapat dilihat dari beberapa aspek utama, yaitu⁴⁰:

- a. Media sosial digunakan pelaku usaha untuk memperkenalkan produk, menampilkan katalog, memberikan informasi harga, serta menarik minat konsumen melalui konten visual. Promosi melalui media sosial

³⁹ Widada Cahyana Kumbul. "Mengambil Manfaat Media Sosial Dalam Pengembangan Layanan." *Journal of Documentation and Information Science*, Vol. 2, No. 1, 2018, hlm. 23-30. <https://scholar.archive.org/work/>

⁴⁰ Eko Nur Syahputro. *Melejitkan Pemasaran UMKM Melalui Media Sosial*. Caremedia Communication, Surabaya, 2020, hlm. 45.

memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen secara luas tanpa batas wilayah.

- b. Media sosial memfasilitasi komunikasi langsung antara penjual dan pembeli melalui fitur pesan pribadi, komentar, maupun live streaming. Komunikasi tersebut seringkali menjadi tahap awal terjadinya kesepakatan transaksi elektronik.
- c. Kesepakatan yang terjadi melalui chat, pesan langsung, maupun konfirmasi pembelian di media sosial dapat dikategorikan sebagai kontrak elektronik yang mengikat para pihak berdasarkan Pasal 18 UU ITE.
- d. Media sosial digunakan sebagai sarana pengaduan, konsultasi produk, serta penyelesaian masalah transaksi. Hal ini meningkatkan kepercayaan konsumen dalam melakukan transaksi online.
- e. Media sosial kini terintegrasi dengan sistem pembayaran elektronik seperti payment link, dompet digital, dan transfer bank, sehingga proses transaksi dapat dilakukan secara langsung tanpa tatap muka.

Pemanfaatan media sosial dalam transaksi bisnis online juga memberikan manfaat bagi pelaku usaha dalam meningkatkan penjualan. Media sosial memungkinkan pelaku usaha melakukan segmentasi pasar berdasarkan demografi pengguna, minat konsumen, serta perilaku pembelian. Selain itu, media sosial juga menyediakan fitur analisis data yang membantu pelaku usaha

memahami kebutuhan konsumen dan menentukan strategi pemasaran yang efektif.⁴¹

Di sisi lain, pemanfaatan media sosial dalam transaksi bisnis online juga memiliki risiko hukum, seperti penipuan online, penyalahgunaan data pribadi, serta informasi produk yang menyesatkan. Oleh karena itu, UU ITE memberikan perlindungan hukum melalui Pasal 28 ayat (1) yang melarang penyebaran informasi bohong dan menyesatkan yang merugikan konsumen dalam transaksi elektronik. Ketentuan ini penting untuk mencegah praktik bisnis yang tidak jujur dalam transaksi melalui media sosial.

Selain itu, perlindungan data pribadi dalam transaksi melalui media sosial diatur dalam Pasal 26 UU ITE yang menyatakan bahwa penggunaan data pribadi harus dilakukan dengan persetujuan pemilik data. Hal ini berarti pelaku usaha tidak boleh menyebarluaskan data konsumen tanpa izin, termasuk nomor telepon, alamat, maupun informasi pembayaran.

Dengan demikian, pemanfaatan media sosial dalam transaksi bisnis online merupakan bagian dari transaksi elektronik yang diakui secara hukum di Indonesia. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media komunikasi, pembentukan kontrak elektronik, pelayanan konsumen, dan pembayaran digital.⁴² Pengaturan dalam UU ITE memberikan kepastian hukum terhadap transaksi yang dilakukan melalui media sosial

⁴¹ Dewi Nurul Aulia, Alike Hariani, dan Pandu Prakasa Ritonga. "Analisis Manfaat Media Sosial Sebagai Pengembangan Umkm Di Kabupaten Deli Serdang." *Kabillah*, Vol. 8, No. 2, 2023, hlm. 129-143. DOI: <https://doi.org/10.35127/kabillah.v8i2.293>

⁴² Sefthian dan Masduki Asbari. "Peran Media Sosial dalam Komunikasi Bisnis di Era Ekonomi Digital." *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, Vol. 2, No. 1, 2025, hlm. 29-36. DOI: <https://doi.org/10.70508/5mxjp089>

sekaligus memberikan perlindungan terhadap konsumen dan pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan bisnis online.

H. Metode Penelitian

Metode penelitian hukum adalah segala aktifitas seseorang untuk menjawab permasalahan hukum, baik yang bersifat asas-asas hukum, norma-norma hukum yang hidup dan berkembang dalam masyarakat, maupun yang berkenaan kenyataan hukum dalam masyarakat.⁴³ Berikut adalah penjelasan mengenai metode penelitian hukum yang digunakan dalam penelitian ini :

1. Jenis, Pendekatan, dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian hukum yuridis normatif, yaitu penelitian yang menelaah hukum sebagai norma atau kaidah yang berlaku dalam sistem hukum positif. Penelitian ini berfokus pada pengkajian asas-asas hukum, norma hukum, serta ketentuan peraturan perundang-undangan yang mengatur perlindungan hukum konsumen dalam transaksi digital *non marketplace*. Penelitian yuridis normatif menempatkan hukum sebagai pedoman perilaku (*law in books*), sehingga analisis dilakukan terhadap peraturan tertulis dan doktrin hukum tanpa melibatkan pengumpulan data lapangan.

b. Pendekatan Penelitian

⁴³ Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, 2021, hlm. 12.

Pendekatan penelitian yang digunakan meliputi Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), yaitu dengan mengkaji dan menelaah seluruh peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, transaksi elektronik, tindak pidana penipuan, serta kewenangan kepolisian, guna memperoleh kepastian norma hukum yang berlaku.

c. Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini adalah deskriptif analitis, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan secara jelas dan terperinci ketentuan hukum yang mengatur perlindungan konsumen dalam transaksi digital *non marketplace*, kemudian menganalisisnya secara mendalam untuk memperoleh pemahaman yang utuh mengenai bentuk perlindungan hukum yang bersifat preventif maupun represif.

2. Sumber Data

Penelitian yuridis normatif ini menggunakan data sekunder sebagai sumber utama, yang terdiri atas bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari dokumen hukum, peraturan perundang-undangan, literatur akademik, dan jurnal hukum yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dan transaksi elektronik. Data sekunder terdiri dari:

1) Bahan Hukum Primer

- a) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945
- b) Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia

- c) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
 - d) Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (PDP)
 - e) Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
 - f) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik
 - g) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 Tentang *E-commerce*, Perlindungan UMKM dan Perdagangan Elektronik
- 2) Bahan hukum sekunder, terdiri dari buku-buku hukum, jurnal ilmiah, artikel akademik, serta pendapat para ahli yang membahas perlindungan konsumen, transaksi elektronik, dan penegakan hukum oleh kepolisian.
 - 3) Bahan hukum tersier, berupa kamus hukum, ensiklopedia hukum, serta indeks peraturan perundang-undangan yang digunakan untuk memperjelas istilah-istilah hukum dan memudahkan penelusuran sumber hukum primer dan sekunder.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*), yaitu dengan cara mengumpulkan, membaca, mencatat, dan mengkaji bahan hukum primer, sekunder, dan tersier yang relevan

dengan permasalahan penelitian. Studi kepustakaan dilakukan secara sistematis untuk memperoleh landasan teoritis dan normatif yang kuat dalam menganalisis perlindungan hukum konsumen dalam transaksi digital *non marketplace*.

4. Analisis Data

Analisis data dilakukan secara kualitatif, yaitu dengan mereduksi data, menyusun data dalam kategori tematik, lalu menarik kesimpulan berdasarkan pemahaman logis dan teoritis⁴⁴ Lalu menarik kesimpulan yang sesuai dengan hukum perlindungan konsumen. Teknik ini bertujuan untuk menggambarkan realitas hukum secara menyeluruh dan menjawab rumusan masalah secara sistematis dan akurat.

⁴⁴ Nurhayati, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*, Sonpedia Publishing Indonesia, Jambi, 2024, hlm. 33.