
Pengaruh hukum bisnis terhadap perlindungan konsumen dalam era digital di Indonesia

**Miguel Daniethel Gunawan, Yudiyanti Noer Aini Hadi, Naufal Mahat Tantra,
R. Taufiq Nur Muftiyanto**

Manajemen, Hukum Bisnis, Universitas Duta Bangsa
Jl. Ki Mangun Sarkoro No.20, Nusukan, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57135
Telp. 0271 7470550
E-mail: migueldaniethelgunawan@gmail.com

Abstrak

Perkembangan era digital memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mengakses produk dan layanan, namun juga menimbulkan tantangan baru dalam perlindungan konsumen. Transaksi digital yang semakin kompleks membutuhkan kebijakan hukum yang mampu menjamin kepastian dan perlindungan bagi semua pihak. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh hukum bisnis terhadap perlindungan konsumen dalam transaksi digital di Indonesia. Metode penelitian dilakukan melalui pendekatan studi literatur. Hasil penelitian ditemukan bahwa kebijakan hukum yang ada belum sepenuhnya melindungi konsumen dari risiko penipuan, pelanggaran data pribadi, dan ketidakjelasan transaksi. Selain itu, lemahnya pengawasan terhadap pelaku usaha di dunia digital memperbesar peluang terjadinya pelanggaran hak konsumen. Diharapkan bahwa regulasi yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi, disertai dengan penegakan hukum yang tegas, dapat melindungi konsumen dengan lebih baik di era digital. Penelitian ini juga merekomendasikan peningkatan edukasi kepada konsumen untuk memahami hak-hak mereka dalam transaksi digital.

Kata Kunci: Hukum Bisnis, Perlindungan Konsumen, Era Digital, Indonesia

Abstract

The advancement of the digital era has made it easier for consumers to access products and services, but it has also introduced new challenges in consumer protection. The increasing complexity of digital transactions requires legal policies that can ensure certainty and protection for all parties involved. This article aims to analyze the impact of business law on consumer protection in digital transactions in Indonesia. The research methodology employs a literature review approach. The findings reveal that existing legal policies do not fully protect consumers from risks such as fraud, personal data breaches, and transactional ambiguities. Furthermore, weak oversight of business operators in the digital space increases the likelihood of consumer rights violations. It is hoped that more adaptive regulations aligned with technological advancements, combined with strict law enforcement, will provide better consumer protection in the digital era. This study also recommends enhancing consumer education to raise awareness of their rights in digital transactions.

Keywords: Keywords: Business Law, Consumer Protection, Digital Era, Indonesia

I. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa dampak signifikan pada hampir semua aspek kehidupan, termasuk dalam bidang bisnis dan transaksi perdagangan. Era digital memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau konsumen secara lebih luas

melalui platform digital, seperti e-commerce, aplikasi layanan digital, hingga media sosial. Di sisi lain, konsumen juga mendapatkan kemudahan dalam memilih produk dan layanan yang diinginkan. Namun, kemajuan ini diiringi dengan sejumlah tantangan baru, terutama terkait dengan perlindungan konsumen. Beberapa di antaranya adalah penyalahgunaan data pribadi, munculnya produk atau jasa ilegal, kurangnya transparansi dalam transaksi, dan lemahnya mekanisme penyelesaian sengketa secara online.

Hukum bisnis memiliki peran yang sangat penting dalam mengatur aktivitas ekonomi digital agar sesuai dengan norma, etika, dan regulasi yang berlaku. Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa kepercayaan konsumen terhadap sistem perdagangan sangat bergantung pada adanya regulasi yang jelas dan efektif. Hal ini menjadi lebih relevan dalam era digital, di mana kecepatan teknologi sering kali melampaui kesiapan regulasi. Dalam konteks Indonesia, keberadaan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU No. 8 Tahun 1999) dan beberapa aturan terkait transaksi elektronik, seperti Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU No. 11 Tahun 2008), telah memberikan kerangka hukum yang mendasar. Namun, efektivitas penerapannya masih sering menjadi pertanyaan.

Satjipto Rahardjo (2009) menyatakan bahwa hukum harus bersifat adaptif terhadap perubahan zaman dan memberikan perlindungan terhadap kelompok yang rentan, termasuk konsumen dalam transaksi bisnis. Pendapat ini menekankan pentingnya hukum bisnis untuk tidak hanya menjadi alat pengatur, tetapi juga sebagai pelindung bagi konsumen yang sering kali berada pada posisi lemah dalam transaksi digital. Masalah seperti rendahnya literasi digital konsumen, lemahnya pengawasan terhadap praktik bisnis di dunia maya, dan tantangan penegakan hukum lintas batas yurisdiksi menjadi hambatan besar yang harus diatasi.

Di Indonesia, kasus-kasus yang melibatkan pelanggaran hak konsumen dalam dunia digital semakin sering terjadi. Data dari Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) menunjukkan bahwa banyak laporan konsumen terkait penipuan, pelanggaran privasi, hingga transaksi yang tidak sesuai dengan perjanjian. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun regulasi sudah ada, pelaksanaannya masih menghadapi kendala besar. Tidak hanya itu, pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) yang beralih ke platform digital juga memerlukan pemahaman lebih dalam mengenai kewajiban hukum mereka agar dapat menciptakan ekosistem bisnis yang adil dan berkelanjutan.

Dengan kondisi ini, diperlukan kajian mendalam mengenai pengaruh hukum bisnis terhadap perlindungan konsumen dalam era digital. Kajian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana regulasi yang ada mampu melindungi hak-hak konsumen sekaligus mendorong inovasi dalam bisnis digital. Lebih dari itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi kebijakan yang tidak hanya responsif terhadap perkembangan teknologi tetapi juga berfokus pada perlindungan konsumen secara menyeluruh. Dalam konteks pembangunan ekonomi digital di Indonesia, perlindungan konsumen menjadi elemen penting untuk menciptakan kepercayaan masyarakat terhadap sistem hukum dan transaksi elektronik.

II. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode studi literatur, yaitu mengkaji berbagai sumber dari buku, jurnal, undang-undang, dan peraturan pemerintah yang berkaitan dengan hukum bisnis dan perlindungan konsumen. Sumber yang digunakan meliputi UU Perlindungan Konsumen, UU ITE, serta peraturan-peraturan pemerintah

tentang e-commerce dan privasi data. Pendekatan ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai bagaimana hukum bisnis di Indonesia mengatur perlindungan konsumen dalam transaksi digital.

III. Hasil dan Pembahasan

Sekarang ini, aplikasi *e-commerce* merupakan salah satu aplikasi yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Dari cara mengakses yang mudah dan tidak terbatas tempat, menjadi salah satu keunggulan *e-commerce*. Konsumen menjadi dimanjakan sehingga dapat memungkinkan menunjukkan perilaku yang konsumtif. Juga metode pembayaran yang memudahkan berbagai kelas ekonomi di Indonesia. Mulai dari transfer antar bank maupun pinjaman.

Namun, menurut Bernada (2017) masih terdapat beberapa permasalahan yang sering dihadapi konsumen, produk yang ingin dibeli konsumen tidak dapat diidentifikasi secara langsung karena ketidakjelasan informasi tentang produk tersebut, hal tersebut mengganggu proses pengambilan keputusan transaksi. Selanjutnya pelaku usaha tidak memiliki status yang jelas sebagai subjek hukum, selain itu keamanan privasi dan transaksi konsumen tidak tersedia khususnya untuk pembayaran yang dilakukan secara elektronik. Risiko juga tidak seimbang dalam melakukan transaksi. Terakhir, dalam kasus transaksi internasional akan ada kebimbangan mengenai hukum negara mana yang berlaku. Terlepas dari permasalahan-permasalahan tersebut masih ada beberapa permasalahan lain seperti produk yang diterima memiliki kecacatan, produk yang *overclaim* dari iklan atau informasi yang tercantum, juga keterlambatan dalam pengiriman.

Undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen (UUPK) dan Undang-Undang nomor 11 tahun 2008 mengenai informasi dan transaksi elektronik (UU ITE) mengatur perlindungan konsumen dalam bisnis digital di Indonesia. Hal tersebut merupakan upaya untuk melindungi konsumen yang melakukan transaksi jual beli melalui *e-commerce* dilakukan melalui kedua undang-undang ini. Hak-hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, dan sistem penanganan sengketa termasuk dalam UUPK dan UU ITE. Selain itu, UUPK dan UU ITE melindungi pembelian barang digital yang dimuat dalam game online. Sengketa seperti kerugian yang diperoleh konsumen dari transaksi online dapat diselesaikan di luar atau di pengadilan (Alifia Fisilmi Kaffah & Siti Malikhatun Badriyah, 2024).

Dalam hukum bisnis yang berlaku menekankan para pelaku usaha untuk turut menyediakan perlindungan terhadap konsumen. Menurut Rahman et al. (2023) hal ini dimuat dalam kewajiban pelaku usaha yang telah diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen antara lain: melakukan tindakan yang baik dalam menjalankan usahanya, memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, serta penjelasan tentang penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan. Selanjutnya, memperlakukan atau melayani pelanggan secara jujur dan tidak diskriminatif. Juga menjamin bahwa barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau jasa yang diberikan dan/atau diperdagangkan memenuhi standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur. Selanjutnya memberikan kompensasi atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

Selain itu, masih terdapat tantangan yang ditemukan, terutama dalam perlindungan data pribadi konsumen, yang sering kali disalahgunakan oleh pihak yang tidak

bertanggung jawab. Di samping itu, ketidakpahaman konsumen mengenai hak-hak mereka sering menjadi penghambat dalam menuntut haknya. Perkembangan e-commerce juga menimbulkan kebutuhan untuk mengatur pelaku usaha dalam transaksi lintas negara, yang belum sepenuhnya diakomodasi oleh kebijakan yang ada.

IV. Kesimpulan

Hukum bisnis di Indonesia memiliki peran yang penting dalam melindungi konsumen, terutama dalam transaksi digital yang semakin berkembang. Regulasi yang ada, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, telah memberikan kerangka hukum dasar untuk menjamin hak-hak konsumen. Namun, implementasinya masih menghadapi berbagai kendala, seperti lemahnya pengawasan terhadap pelaku usaha, kurangnya pemahaman konsumen tentang hak mereka, dan belum adanya regulasi yang sepenuhnya adaptif terhadap teknologi terbaru. Diperlukan penyesuaian undang-undang yang lebih komprehensif, khususnya dalam aspek perlindungan data pribadi, transparansi informasi produk, dan pengelolaan sengketa dalam transaksi lintas batas. Pemerintah juga diharapkan lebih aktif dalam meningkatkan literasi digital masyarakat melalui edukasi dan kampanye kesadaran konsumen. Selain itu, kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat diperlukan untuk menciptakan ekosistem bisnis digital yang adil dan berkelanjutan.

Penelitian ini juga mengungkap pentingnya penegakan hukum yang tegas terhadap pelaku usaha yang melanggar aturan, termasuk pemberian sanksi bagi pelanggaran hak konsumen. Dengan demikian, kepercayaan konsumen terhadap sistem hukum dan transaksi digital dapat meningkat, yang pada akhirnya akan mendorong pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia. Ke depan, inovasi regulasi dan penguatan mekanisme perlindungan konsumen menjadi elemen kunci untuk menghadapi tantangan baru dalam era digital.

Daftar Pustaka:

- Alifia Fisilmi Kaffah, & Siti Malikhatun Badriyah. (2024). Aspek Hukum Dalam Perlindungan Bisnis Era Digital Di Indonesia. *Lex Renaissance*, 9 (1), 203–228. <https://doi.org/10.20885/JLR.vol9.iss1.art10>
- Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), Data Statistik Laporan Konsumen Tahun 2023. https://bpkn.go.id/statistik_pengaduan
- Bernada, T. (2017). *Upaya Perlindungan Hukum Pada Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Untuk Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Digital Di Indonesia*. 6 (1).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Menteri Komunikasi dan Informatika, Peraturan tentang Perlindungan Data Pribadi, 2022.
- Rahardjo, S. (2009). *Hukum dan Perubahan Sosial*. Genta Publishing.
- Suryono, A. (2020). *Hukum Perlindungan Konsumen di Era Digital*. Jakarta: Prenada Media.
- Rahman, I., Eka Mayasari, R., & Nurapriyanti, T. (2023). Hukum Perlindungan Konsumen di Era E-commerce: Menavigasi Tantangan Perlindungan Konsumen dalam Lingkungan Perdagangan Digital. In *Agustus* (Vol. 02, Issue 08).
- Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Wibisono, B. (2019). *Tantangan Regulasi Hukum dalam Era E-commerce di Indonesia*. Surabaya: Laksana.