

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini dunia mengalami kemajuan di bidang teknologi yang telah membawa perubahan dan pergeseran yang sangat cepat dalam suatu kehidupan. Pemanfaatan teknologi tersebut telah mendorong kegiatan perdagangan dan pertumbuhan ekonomi melalui bisnis yang berkembang sangat pesat di masyarakat. Hal ini salah satunya dipengaruhi dengan adanya perkembangan teknologi digital yang berbasis internet. Internet sebagai suatu media informasi dan komunikasi elektronik yang telah banyak dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan, antara lain untuk mencari data dan info berita, saling mengirim pesan melalui email, dan perdagangan atau bisnis. Layanan digital yang menjamur pada saat ini memiliki banyak keunggulan yang menjadikan sesuatu hal yang rumit bisa menjadi lebih mudah dan cepat. Kehadiran layanan digital ini sangat berpengaruh besar di dalam dunia perdagangan pada masa sekarang terutama di masa pandemi yang menjadikan setiap kegiatan transaksi baik itu promosi/pemasaran produk atau jasa, penjualan dan pembelian bisa dilakukan secara elektronik. Kegiatan ini kita kenal dengan istilah atau sering kita dengar dengan singkatan *e-commerce*.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Fista, Yanci Libria, Aris Machmud, and Suartini Suartini. "Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi *E-commerce* Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen." *Binamulia Hukum* 12.1 (2023) hal. 177

Transaksi *e-commerce* telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat modern, memberikan kemudahan dan kecepatan dalam berbelanja. Namun, seiring dengan pertumbuhan *e-commerce*, perlindungan konsumen menjadi isu yang semakin penting. Di Indonesia, perlindungan hukum bagi konsumen dalam kegiatan transaksi diatur melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 memberikan landasan hukum yang kuat bagi perlindungan konsumen secara umum, termasuk dalam konteks *e-commerce*. Beberapa poin penting dalam undang-undang ini mencakup hak-hak konsumen, seperti hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam menggunakan barang dan/atau jasa, hak untuk memilih dan mendapatkan barang/jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi yang dijanjikan, serta hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Undang-undang ini juga menetapkan kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar dan lengkap, serta bertanggung jawab atas kerugian konsumen akibat penggunaan barang/jasa yang diproduksi atau diperdagangkan.<sup>2</sup>

*E-commerce* merupakan proses jual beli barang maupun jasa yang dilakukan melalui jaringan internet. Transaksi secara *online* ini memberikan

---

<sup>2</sup> Izazi, Firyaa Shabrina, et al. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi *E-commerce* Melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Peraturan Pemerintah (Pp) Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik." *Leuser: Jurnal Hukum Nusantara* 1.2 (2024) hal. 8

efektivitas dan efisiensi dalam penggunaan waktu, karena memungkinkan seseorang untuk melakukan jual beli dengan siapa saja, di mana pun dan kapan pun. Seluruh proses transaksi yang berlangsung secara daring ini tidak melibatkan pertemuan langsung antara para pihak, melainkan didasarkan pada saling percaya. Oleh karena itu, perjanjian jual beli dilakukan secara elektronik. Perkembangan *e-commerce* tidak hanya memberikan kemudahan bagi konsumen, tetapi juga membantu produsen dalam memasarkan produknya secara lebih praktis, sehingga dapat menghemat biaya dan waktu.

Isu perlindungan hukum dalam transaksi *e-commerce* tidak hanya menyangkut hak-hak konsumen, tetapi juga berkaitan dengan tanggung jawab pelaku usaha. Dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha diwajibkan untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang dan/atau jasa yang ditawarkan. Namun, dalam praktiknya, banyak ditemukan kasus di mana konsumen dirugikan akibat informasi yang tidak sesuai atau promosi yang menyesatkan. Ketidakjelasan aturan mengenai siapa yang bertanggung jawab dalam transaksi lintas batas juga menjadi permasalahan utama, mengingat banyak platform *e-commerce* yang beroperasi secara global.

Kesenjangan pengetahuan hukum di kalangan konsumen juga menjadi isu yang perlu mendapatkan perhatian. Banyak konsumen yang tidak mengetahui hak-hak mereka atau mekanisme pengaduan yang tersedia ketika mereka dirugikan dalam transaksi *e-commerce*. Rendahnya

kesadaran ini tidak jarang membuat konsumen enggan melaporkan kerugian yang dialami, sehingga pelaku usaha tidak mendapatkan sanksi yang memadai. Hal ini menunjukkan pentingnya edukasi dan literasi hukum bagi konsumen sebagai bagian dari strategi perlindungan yang lebih efektif.

Dari perspektif pelaku usaha, penerapan perlindungan konsumen sering kali dianggap sebagai beban tambahan, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menggunakan *e-commerce* sebagai platform bisnis. Sebagian besar pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) belum sepenuhnya memahami kewajiban mereka di bawah undang-undang perlindungan konsumen, sehingga sering kali tidak mampu memberikan standar perlindungan konsumen yang memadai. Hal ini menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih inklusif dalam memberikan pemahaman hukum kepada pelaku usaha, terutama di sektor digital.<sup>3</sup>

Pembangunan hukum di Indonesia diharapkan dapat menciptakan kepastian investasi terkait dengan penegakan dan perlindungan hukum bagi investor yang akan melakukan investasi di Indonesia. Perdagangan adalah salah satu bagian dari bidang perekonomian yang diharapkan dapat memperoleh perlindungan hukum. Adapun perdagangan secara *online* adalah perdagangan yang dilakukan dengan menggunakan sarana internet, itulah yang kemudian dikenal dimasyarakat sebagai istilah *e-commerce*.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Nasution, Muhammad Fadly, et al. "Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi *E-commerce* Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen." *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora* 4.2 (2025) hal. 1931

<sup>4</sup> Basri, Herlina. "Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam melakukan transaksi e-commerce ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 (Studi Kasus Kerudungbyramana Bandung). *Pamulang Law Review*" 2020 hal. 131



Kementerian Perdagangan (Kemendag) mencatat lonjakan signifikan dalam jumlah pengaduan konsumen, dengan lebih dari 92% kasus terkait perdagangan daring (*e-commerce*) dari total 20.942 pengaduan yang masuk antara tahun 2022 hingga Maret 2025. Direktur Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (PKTN), Moga Simatupang, menjelaskan bahwa perkembangan teknologi dan digitalisasi mendorong perubahan besar dalam sektor perdagangan, namun juga memunculkan tantangan serius seperti penipuan transaksi, pelanggaran data pribadi, dan beredarnya barang ilegal serta palsu. Moga menambahkan bahwa sistem penyelesaian sengketa yang ada belum sepenuhnya efektif karena keputusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang dapat diajukan ke pengadilan negeri serta kurangnya saluran pengaduan yang terintegrasi.

Transaksi elektronik yang dilakukan dalam jual beli *online* menciptakan ketimpangan dalam posisi tawar antara pelaku usaha dan konsumen. Hal ini tampak dari kecenderungan pelaku usaha yang menawarkan barang dan/atau jasa secara daring untuk menggunakan kontrak baku, yang pada akhirnya memperkuat posisi mereka. Ketidakseimbangan kedudukan ini tentu merugikan konsumen dan berpotensi melanggar hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Kemendag mendorong pengesahan Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang baru untuk menggantikan UU No. 8 Tahun 1999 yang sudah berusia 26 tahun. Meski kesadaran konsumen mulai

meningkat, data menunjukkan masih banyak konsumen yang belum berani melapor ketika dirugikan. Indeks Keberdayaan Konsumen 2024 tercatat 60,11, menandakan bahwa konsumen Indonesia mulai aktif memperjuangkan haknya. Kemendag juga menekankan pentingnya penguatan regulasi dan peran negara dalam menciptakan sistem perdagangan yang adil, aman, dan transparan di tengah berkembangnya ekosistem digital.<sup>5</sup>

Selain itu, pada tahun 2023, Komdigi mengungkapkan bahwa mereka telah menerima lebih dari 500.000 aduan terkait nomor rekening dan penipuan transaksi *e-commerce*. Kasus-kasus ini meliputi penjualan barang palsu, barang tidak dikirim setelah pembayaran, hingga phishing akun konsumen.

Kasus-kasus ini membuktikan bahwa meskipun perlindungan konsumen sudah diatur dalam undang-undang perlindungan konsumen dan informasi dan transaksi elektronik, penerapan pengawasan terhadap pelaku usaha di *e-commerce* masih membutuhkan perbaikan, termasuk memperkuat sistem verifikasi merchant dan meningkatkan edukasi konsumen terkait langkah-langkah keamanan bertransaksi *online*.<sup>6</sup>

Dalam Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan

---

<sup>5</sup> Jakarta, CNBC Indonesia “Muncul Fenomena Barang Palsu Banjiri Ecommerce, Ribuan Orang RI Korban”, <https://www.cnbcindonesia.com/news/20250424155517-4-628483/muncul-fenomena-barang-palsu-banjiri-ecommerce-ribuan-orang-ri-korban>, (diakses pada tanggal 25 April 2025, pukul 09.30 WIB)

<sup>6</sup> Media Indonesia, "Kementerian Kominfo Catat Sebanyak 572 Ribu Aduan Nomor Rekening Terkait Penipuan *Online*", <https://mediaindonesia.com/politik-dan-hukum/697954/kementerian-kominfo-catat-sebanyak-572-ribu-aduan-nomor-rekening-terkait-penipuan-online>, (diakses pada tanggal 25 April 2025, pukul 09.40 WIB)

Kosumen berbunyi “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”. Seorang pembeli atau konsumen wajib melakukan, diantaranya :

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;
4. Mengikuti upaya hukum penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Kegiatan jual beli *online* sebenarnya sangat menguntungkan bagi para pihak. Seperti dari pihak penjual, mereka bisa menyebarluaskan serta mempromosikan toko maupun produknya di internet, sehingga banyak orang atau konsumen yang dapat mengetahui toko tersebut. Sedangkan dari pihak konsumen, mereka bisa menemukan serta mengakses barang yang ingin dibeli serta dapat membandingkan anatara satu toko dengan toko lain untuk mendapatkan harga yang lebih terjangkau sesuai dengan kemampuan dan juga jarak dari rumah terdekat. Pada dasarnya setiap penjual dan pembeli memiliki tanggungjawab atas barang yang dijual dan dibelinya, para pihak juga berhak untuk mendapatkan perlindungan atas tindakan pembeli atau konsumen yang beritikad tidak baik dalam melaksanakan transaksi jual beli

secara *online* ini.<sup>7</sup>

Pada saat ini jumlah transaksi jual beli *e-commerce* meningkat sangat pesat karena perkembangan teknologi dan faktor bisnis khususnya di Indonesia, untuk dapat memahami perkembangan tersebut, terdapat Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen di Indonesia sendiri. Tidak seperti pemilik bisnis yang bukan pembeli dan penjual *e-commerce* resmi, konsumen memiliki beberapa aturan perlindungan konsumen khusus. Khusus untuk konsumen: Ketika baik konsumen maupun pengusaha mengalami kesulitan dalam melakukan transaksi pembelian dan penjualan di toko *online*, maka dapat menggunakan undang-undang perlindungan konsumen sebagai landasan hukum untuk memperjuangkan hak-haknya sebagai konsumen. undang-undang perlindungan konsumen juga tidak mengecualikan kontraktor. undang-undang perlindungan konsumen dapat digunakan ketika pengusaha *e-commerce* menarik konsumen yang tidak serius dalam melakukan transaksi jual beli.<sup>8</sup>

Adanya *e-commerce* ini memberikan dampak yang positif dan juga negatif. Sisi positifnya konsumen dapat memilih barang/jasa sesuai dengan apa yang diinginkan, selain itu juga dapat menentukan jenis dan kualitas barang/jasa yang dikehendaki. Sedangkan dampak negatifnya adalah posisi

---

<sup>7</sup> Puspitasari, Rahmadany Jiyani, and Al-Qodar Purwo Sulistyio. "Perlindungan Hukum Bagi Korban Penipuan *Online shop* Dengan Merujuk Pada Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016." *Eksaminasi: Jurnal Hukum* 3.2 (2024) hal. 53

<sup>8</sup> Lestari, Endang, Gabriel Ngadio, dan Kunto Fitricia Elfisa Iriani. "perlindungan hukum bagi konsumen dalam penipuan jual beli *online* melalui *e-commerce*." *nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 10.6 (2023) hal. 2879

konsumen berada pada posisi yang lebih lemah dari pelaku usaha yang sering mengakibatkan kerugian/kekecewaan. Seiring berjalannya waktu permasalahan yang timbul diantara konsumen dan pelaku usaha di era digital ini sering kali terjadi. Salah satu contohnya adalah kebocoran data konsumen, penipuan dalam jual beli melalui media *e-commerce*, ketidaktahuan konsumen mengenai hak-haknya dalam jual beli *online*, dan lain sebagainya. Padahal, salah satu hak yang sangat penting namun belum dapat terlindungi dengan baik dalam transaksi digital adalah hak akan jaminan terhadap kerahasiaan data pribadi para pihak meliputi data pribadi penjual maupun pembeli, undang-undang perlindungan konsumen belum mengatur terkait perlindungan hak tersebut, perlindungan kerahasiaan data tersebut sangat penting demi keamanan dan kenyamanan para pihak, untuk menghindari perbuatan curang berupa penyalahgunaan data pribadi maupun jual beli data pribadi untuk kepentingan salah satu pihak.<sup>9</sup>

Perkembangan *e-commerce* telah mereformasi perdagangan yang bersifat tradisional menjadi digital. Hal ini membuat konsumen dalam transaksi *e-commerce* menghadapi risiko yang lebih besar, dan konsumen memiliki posisi tawar yang lemah dalam hal hak-hak mereka. Dengan berbagai permasalahan di dunia *e-commerce* yang semakin kompleks, sebaiknya konsumen berhati-hati dan mencaritahu tentang toko *online* yang aman agar tidak pernah melakukan penipuan atau potensi penipuan dan agar

---

<sup>9</sup> Bintarawati, Fenny, dan Daud Rismana. "Efektifitas Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Bagi Pengguna *E-commerce* Di Era Ekonomi Digital." *Risalah Hukum* 20.2 (2024) hal. 102

konsumen tidak kecewa ketika melakukan transaksi *online* dan konsumen diharapkan mengetahui tentang undang-undang yang melindunginya adalah Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pentingnya dalam peraturan perlindungan hukum terhadap konsumen ini tidak bermaksud mempersulit ataupun memberikan kelemahan bagi pelaku usaha tersebut tetapi diperlukan untuk memajukan persaingan pelaku usaha yang baik dan sehat.<sup>10</sup>

Konsumen Menurut ketentuan Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, Tentang Perlindungan Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Menjamurnya *Online Shop* membuka peluang usaha dalam bidang produk *fashion* di internet yang banyak membidik semua kalangan namun pada umumnya adalah remaja sebagai konsumennya. Keunggulan bisnis *Online Shop* selain mudah dalam melakukan promosi, juga sangat efisien karena hanya membutuhkan biaya berlangganan internet untuk dapat menjalankan bisnisnya.<sup>11</sup>

Perlindungan terhadap konsumen yang lebih kuat diharapkan dapat menciptakan perdagangan yang lebih adil, aman, dan transparan. Bahwa dengan mempelajari dan menganalisis penerapan perlindungan hukum

---

<sup>10</sup> Sulistianingsih, Dewi, Melliniarini Dibura Utami, dan Yuli Prasetyo Adhi. "Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi *E-commerce* sebagai Tantangan Bisnis di Era Global." *Jurnal Mercatoria* 16.2 (2023) hal. 119

<sup>11</sup> Ahmad, Ahmad, Johamran Pransisto, dan Muh Akbar Fhad Syahril. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi *E-commerce*." *Jurnal Litigasi Amsir* 10.3 (2023) hal. 222

terhadap transaksi penipuan di *e-commerce*, Penulis berharap penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman mengenai hak-hak konsumen dan cara yang lebih efektif untuk menanggulangi penipuan *online* di Indonesia.

Dalam konteks perlindungan konsumen, Pasal 49 Ayat (1) Peraturan Pemerintah tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PSTE) menyatakan bahwa pelaku usaha yang memasarkan produk melalui sistem elektronik wajib memberikan informasi yang benar dan lengkap terkait syarat-syarat kontrak, identitas produsen, serta produk yang ditawarkan. Apabila barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan kesepakatan, terdapat cacat tersembunyi, atau tidak sesuai dengan gambar pada iklan *online*, maka pelaku usaha berkewajiban memberikan jangka waktu tertentu kepada konsumen untuk melakukan pengembalian sesuai ketentuan perjanjian.

Konsumen dapat menggugat pelaku usaha (penjual *online*) secara perdata dengan dalih wanprestasi atas transaksi jual beli yang anda lakukan dengan penjual. Berdasarkan pengamatan prinsip utama transaksi secara *online* di Indonesia masih lebih mengedepankan aspek kepercayaan terhadap penjual maupun pembeli. Prinsip keamanan infrastruktur transaksi secara *online* seperti jaminan atas kebenaran identitas penjual/pembeli, jaminan ini belum belum menjadi perhatian utama bagi penjual/pembeli terlebih pada transaksi berkala kecil (misalnya jual beli *online*). Karna dilihat dari banyaknya laporan pengaduan tentang penipuan melalui media internet dan lainnya yang diterima oleh kepolisian maupun penyidik.

Salah satu hal yang menjadi perhatian bagi para pelaku usaha perdagangan melalui internet adalah terjadinya resiko penipuan. Penipuan yang sering terjadi antara lain berupa penjual yang tidak memberikan informasi secara lengkap dan benar adanya mengenai barang yang akan dijual, penjual yang tidak mengirimkan barang setelah terlaksananya pembeli melakukan transaksi pembayaran, atau penjual mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan kesepakatan.

Bentuk penipuan seperti ini sangat mudah terjadi karena transaksi tidak dilakukan secara tatap muka. Transaksi yang dimana pembeli tidak dapat melihat secara langsung barang yang akan dibeli dapat menimbulkan resiko kerugian yang lebih besar yang akan ditanggung oleh pihak pembeli. Dalam hal ini pembeli sebagai konsumen harus mendapatkan perlindungan dalam melakukan transaksi jual beli, sekalipun dilakukan melalui media internet. Bentuk-bentuk penipuan tersebut pun seringkali terjadi didalam proses jual beli.

Di tengah pesatnya perkembangan transaksi perdagangan elektronik atau *e-commerce*, masih banyak konsumen yang menghadapi persoalan klasik berupa ketidaksesuaian antara barang yang dipesan dan barang yang diterima. Sebagai contoh yang sederhana namun sering terjadi, seorang konsumen melakukan pembelian pakaian melalui platform *marketplace* daring dengan ketentuan bahwa pakaian tersebut memiliki ukuran tertentu, warna sesuai yang tertera di katalog digital, serta bahan dan kualitas sebagaimana dijanjikan dalam deskripsi produk. Namun, setelah barang



diterima, konsumen mendapati bahwa ukuran tidak sesuai, warna berbeda dari foto produk, bahkan bahan yang digunakan tidak sesuai dengan informasi yang diberikan dan ditemukan adanya cacat pada produk tersebut. Ketika konsumen berupaya menghubungi penjual untuk mengajukan keluhan atau permohonan pengembalian barang, penjual tidak memberikan tanggapan atau bahkan menghilang dari platform, sehingga konsumen tidak memperoleh penyelesaian yang adil.

Kasus tersebut mencerminkan lemahnya posisi tawar konsumen dalam transaksi elektronik, khususnya dalam hubungan kontraktual tanpa tatap muka yang sangat mengandalkan kepercayaan dan kejelasan informasi. Secara yuridis, pelaku usaha telah melanggar ketentuan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi secara benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Pelaku usaha juga berkewajiban untuk memberikan kompensasi atau ganti rugi apabila produk yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau mengandung cacat tersembunyi.

Sementara dari sisi konsumen, kasus ini menunjukkan rendahnya literasi hukum, di mana banyak konsumen yang tidak mengetahui hak-haknya atau mekanisme penyelesaian sengketa yang dapat ditempuh, seperti mengajukan gugatan perdata atas dasar wanprestasi atau melapor ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Situasi ini menggambarkan secara nyata bahwa meskipun telah ada

perangkat hukum seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, implementasinya masih menghadapi berbagai tantangan dalam praktik. Salah satunya adalah kesenjangan antara norma hukum yang ideal dengan kenyataan di lapangan, yang ditandai dengan maraknya pelanggaran yang merugikan konsumen, baik secara materiil maupun immateriil.

Tidak hanya itu, ketiadaan sistem verifikasi identitas pelaku usaha secara ketat di sejumlah platform daring juga menjadi salah satu penyebab utama terjadinya transaksi yang tidak aman dan merugikan konsumen. Hal ini menegaskan pentingnya perlindungan hukum yang adaptif dan responsif, serta penguatan regulasi dan edukasi publik terhadap hak dan kewajiban hukum dalam ruang transaksi digital. Oleh karena itu, ketertarikan Penulis dalam mengangkat judul "**Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Melalui *E-commerce* Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen**" bertujuan untuk memberikan kontribusi dalam pengembangan hukum perlindungan konsumen di era digitalisasi, dengan memperhatikan kebutuhan akan regulasi yang adaptif dan responsif terhadap dinamika teknologi.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian penjelasan latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen yang menjadi korban penipuan dalam transaksi *e-commerce* menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimana implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam menjamin keadilan hukum bagi konsumen yang menjadi korban penipuan transaksi *e-commerce*?

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menjawab seluruh rumusan masalah pada penelitian ini, diantaranya:

1. Untuk mengetahui bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen yang menjadi korban penipuan dalam transaksi *e-commerce* menurut Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
2. Untuk mengetahui implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam menjamin keadilan hukum bagi konsumen yang menjadi korban penipuan transaksi *e-commerce*.

### D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan isu yang menjadi pusat kajian dalam penelitian ini serta

tujuan yang hendak dicapai, maka diharapkan hasil penelitian ini mampu memberikan manfaat sebagai berikut:

#### 1. Manfaat Secara Teoritis

Sebagai bahan masukan bagi ilmu pengetahuan hukum, khususnya dalam bidang hukum perdata dan ilmu pengetahuan hukum pada umumnya serta dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai perlindungan konsumen terhadap perjanjian jual beli secara *online* (*E-commerce*) di Indonesia.

#### 2. Manfaat Secara Akademis

Secara akademik, penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia, serta diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dalam bidang hukum dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

### E. Sistematika Penulisan

Secara garis besar untuk dapat memberikan gambaran mengenai penulisan ini maka Penulis menyusun sistematika penulisan untuk memperjelas materi-materi yang akan dibahas yang dibagi dalam setiap bab, yaitu sebagai berikut :

**BAB I PENDAHULUAN** Pada bab ini dikemukakan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian,

dan sistematika penulisan skripsi.

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA** Dalam bab ini berisikan tentang teori-teori yang berhubungan dengan topik pembahasan, serta merupakan penyebab-penyebab terjadinya perlindungan konsumen.

**BAB III METODE PENELITIAN** Didalam bab ini membahas tentang metodologi penelitian yang menggunakan suatu metode penelitian yang diantaranya merupakan tipe penelitian. Sumber bahan dan menggunakan analisa hukum.

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN** Pada bab ini akan dikemukakan pemecahan masalah dan pembahasan dengan menggunakan deskripsi hasil penelitian dan analisa mengenai Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

**BAB V PENUTUP** Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari seluruh penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan dapat dikemukakan masalah yang ada pada penelitian serta hasil dari penyelesaian penelitian. Sedangkan saran berisi tentang jalan keluar untuk mengatasi masalah dan kelemahan yang ada. Saran ini tidak lepas ditujukan untuk ruang lingkup penelitian.