

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN TERHADAP
KETIDAKASLIAN BARANG YANG DIBELI MELALUI
*E-COMMERCE***

SKRIPSI

**Ditulis Untuk Memenuhi Syarat
Mendapatkan Gelar Sarjana Hukum**

Oleh:

**M. Yusril Dimas
2106200309**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

MEDAN

2025



UMSU
Unggul | Cerdas | Berprestasi

Eks menjawab surat ini agar diketahui
Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS HUKUM

Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Ppj/PT/III/2024
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 – 66224567 Fax. (061) 6625474-6631003
<https://umsu.ac.id> rektor@umsu.ac.id [f](#) umsumedan [ig](#) umsumedan [tw](#) umsumedan [yt](#) umsumedan

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI SARJANA BAGI MAHASISWA PROGRAM STRATA I

Panitia Ujian Sarjana Strata-1 Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam Sidangnya yang diselenggarakan pada hari **Senin, Tanggal 21 Juli 2025**, Jam 08.30 WIB sampai dengan selesai, setelah Mendengar, Melihat, Memperhatikan, Menimbang:

MENETAPKAN

NAMA : M. YUSRIL DIMAS
NPM : 2106200309
PRODI / BAGIAN : HUKUM/ HUKUM PERDATA
JUDUL SKRIPSI : PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN TERHADAP
KETIDAKASLIAN BARANG YANG DIBELI MELALUI E-COMMERCE

Dinyatakan : (A) Lulus Yudisium Dengan Predikat **Istimewa**
() Lulus Bersyarat, memperbaiki / Ujian Ulang
() Tidak Lulus

Setelah lulus dinyatakan berhak dan berwenang mendapatkan gelar **Sarjana Hukum (S.H)** Dalam Bagian **Hukum Perdata**.

PANITIA UJIAN

Ketua

Assoc. Prof. Dr. FAISAL, S.H., M.Hum

NIDN. 0122087502

Sekretaris

Assoc. Prof. Dr. ZAINUDDIN, S.H., M.H

NIDN. 0118047901

Anggota Penguji:

1. LAILATUS SURURIYAH, S.H., M.A.
2. MIRSA ASTUTI, S.H., M.H.
3. PADIAN ADI SALAMAT SIREGAR, S.H., M.H.

1.

2.

3.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Ppj/PT/III/2024
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 – 66224567 Fax. (061) 6625474-6631003
https://umsu.ac.id rektor@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Amalan yang baik ini akan diberkahi
dan menggahap

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENETAPAN
HASIL UJIAN SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

Berdasarkan Berita Acara Ujian Skripsi yang dilaksanakan pada hari **Senin** tanggal **21 Juli 2025**. Panitia Ujian Skripsi Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dengan ini menetapkan bahwa :

Nama : M. YUSRIL DIMAS
NPM : 2106200309
Prodi/Bagian : HUKUM/ HUKUM PERDATA
Judul Skripsi : PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN TERHADAP KETIDAKASLIAN BARANG YANG DIBELI MELALUI *E-COMMERCE*

Penguji : 1. LAILATUS SURURIYAH, S.H, M.A. NIDN:0124048502
2. MIRSA ASTUTI S.H., M.H. NIDN:0105016901
3. PADIAN ADI SALAMAT SIREGAR, S.H., M.H. NIDN:0121018602

Lulus, dengan nilai A, Predikat Istimewa

Oleh karenanya dinyatakan berhak menggunakan gelar **Sarjana Hukum (S.H.)**.

Ditetapkan di Medan
Tanggal, 21 Juli 2025

PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris

Assoc. Prof. Dr. Faisal, S.H.M.Hum.
NIDN: 0122087502

Assoc. Prof. Dr. Zainuddin, S.H., M.H
NIDN: 0118047901

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN TERHADAP
KETIDAKASLIAN BARANG YANG DIBELI MELALUI E-
COMMERCE

Nama : M. YUSRIL DIMAS

Npm : 2106200309

Prodi / Bagian : Hukum / Hukum Perdata

Skripsi tersebut diatas telah diujikan oleh Dosen Penguji Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara pada tanggal 21 Juli 2025.

Dosen Penguji

		
<u>LAILATUS SURURIYAH, S.H. MA</u> NIDN. 0124048502	<u>MIRSA ASTUTI, S.H. MH</u> NIDN. 0105016901	<u>FAIDAN AIDI SALAMATI SIRINGAR, S.H. MH</u> NIDN. 0127018602

Disahkan Oleh :
Dekan Fakultas Hukum UMSU



Assoc. Prof. Dr. FAISAL, S.H. M.Hum.
NIDN: 0122087502



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PEMIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS HUKUM

Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Pd/PT/HL/2024
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 – 66224567 Fax. (061) 6625474-6631003
<http://umsu.ac.id> rektor@umsu.ac.id [f](#) umsumedan [ig](#) mmaumedan [in](#) mmaumedan [yt](#) umsumedan

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENDAFTARAN UJIAN SKRIPSI

Pendaftaran Skripsi Sarjana Strata 1 Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Bagi :

NAMA : M. YUSRIL DIMAS
NPM : 2106200309
PRODI/BAGIAN : HUKUM/HUKUM PERDATA
JUDUL SKRIPSI : PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN TERHADAP KETIDAKASLIAN BARANG YANG DIBELI MELALUI E-COMMERCE
PENDAFTARAN : 24 JUNI 2025

Dengan diterimanya skripsi ini, sesudah lulus dari Ujian Skripsi Penulis berhak memakai gelar :

SARJANA HUKUM (S.H)

Diketahui
DEKAN FAKULTAS HUKUM

Disetujui
DOSEN PEMBIMBING

Assoc. Prof. Dr. FAISAL, S.H., M.Hum
NIDN. 0122087502

Padian Adi Salamat Siregar, S.H., M.H.
NIDN. 0121018602



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

Alamat: Gedung Persewaan dan Persewaan Gedung Akademik - Gedung Persewaan Hukum No. 1, Jalan Pahlawan
Tingkat Administrasi: Jalan Muallim Pahlawan No. 1, Gedung 40110, Medan 20133, Telp. (061) 8674414 - 8674415
Email: umh@umsu.ac.id rektor@umsu.ac.id umh@umsu.ac.id umh@umsu.ac.id umh@umsu.ac.id

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

NAMA : M. YUSRIL DIMAN
NPM : 2106200309
PRODI/BAGIAN : HUKUM/ HUKUM PERDATA
JUDUL SKRIPSI : PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN TERHADAP
KETIDAKASLIAN BARANG YANG DIBELI MELALUI E-
COMMERCE

Disetujui untuk disampaikan kepada
Panitia Ujian Skripsi

Medan, 21 Juni 2025

Dosen Pembimbing

PADIAN ADI SALAMAT SIREGAR, S.H., M.H
NIDN. 0121018602



MUJALIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS HUKUM

Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Ppy/PT/11/2024
Rumah Administrasi Jalan Mochtar Basri No. 3 Medan 20215 Telp (061) 6622400 – 66224567 Fax. (061) 6625474-6631003
Website: www.unsumedan.ac.id Email: rektor@unsumedan.ac.id Facebook: [unsumedan](https://www.facebook.com/unsumedan) Instagram: [unsumedan](https://www.instagram.com/unsumedan) Twitter: [unsumedan](https://twitter.com/unsumedan) YouTube: [unsumedan](https://www.youtube.com/unsumedan)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang bertandatangan di bawah ini :

NAMA : M. YUSRIL DIMAS

NPM : 2106200309

PRODI/BAGIAN : HUKUM/HUKUM PERDATA

JUDUL SKRIPSI : PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN TERHADAP KETIDAKASLIAN BARANG YANG DIBELI MELALUI E-COMMERCE

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya tulis secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Apabila ternyata di kemudian hari Skripsi ini diketahui merupakan hasil plagiat atau merupakan karya orang lain, maka dengan ini saya menyatakan bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Medan, 21 Juli 2025
Saya yang menyatakan,



M. YUSRIL DIMAS
NPM. 2106200309



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/IAK KDIP/TK/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://umsu.ac.id>

rektor@umsu.ac.id

umsu.ac.id

umsu.ac.id

umsu.ac.id

umsu.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : M. YUSRIL DIMAS
NPM : 2106200309
PRODI/BAGIAN : HUKUM/ HUKUM PERDATA
JUDUL SKRIPSI : PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN TERHADAP KETIDAKASLIAN BARANG YANG DIBELI MELALUI E-COMMERCE

PEMBIMBING : Padian Adi Salamat Siregar, S.H., M.H.

No.	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	TANDA TANGAN
1	14 Feb 2025	Penyerahan Skripsi	JA
2	26 Feb 2025	Proses bimbingan isi dan sistematis	JA
3	6 Maret 2025	Penyerahan hasil perbaikan	JA
4	24 Maret 2025	Pembetulan dan penyempurnaan	JA
5	17 April 2025	Penyerahan hasil penyempurnaan skripsi	JA
6	30 April 2025	Bimbingan Hasil Penyempurnaan Skripsi	JA
7	15 Mei 2025	revisi hasil penyempurnaan skripsi	JA
8	20 Juni 2025	ACC dan dapat disidangkan	JA
			ACC

Mahasiswa dengan data dan judul skripsi tersebut di atas telah melalui proses bimbingan dan telah dilakukan pemeriksaan terhadap daftar pustaka, oleh karenanya skripsi tersebut disetujui untuk diujikan.

Medan, 10 Juni 2025

Diketahui:
Dekan Fakultas Hukum

Assoc. Prof. Dr. Faisal, S.H., M.Hum.
NIDN: 0122087502

Dosen Pembimbing

Padian Adi Salamat Siregar, S.H., M.H.
NIDN: 0121018602

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarkatuh

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah Subhanallahu wa Ta'ala, karena hanya dengan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun skripsi ini disusun untuk melengkapi syarat untuk menyelesaikan pendidikan S1 Program Studi Hukum Fakultas Ilmu Hukum di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dalam hal isi maupun pemakaian Bahasa, sehingga penulis memohon kritik dan masukan yang membangun untuk penelitian selanjutnya. Dengan pengetahuan dan pengalaman yang terbatas pada akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Ketidakaslian Barang Yang Dibeli Melalui *E-commerce*”.

Dengan penuh rasa syukur, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah menjadi bagian dari perjalanan penulisan skripsi ini, antara lain :

1. Ayahanda Ngadimin dan Ibunda Nurjannah selaku orang tua, yang memberi do'a, dukungan baik berupa moril maupun material dan kasih sayang kepada penulis sedari kecil hingga saat ini.
2. Bapak Prof. Dr. Agussani, M. Ap selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Faisal, S.H., M.Hum selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

4. Bapak Assoc. Prof. Dr. Zainuddin, S.H., M.H selaku Wakil Dekan I Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Dr. Atikah Rahmi, S.H., M.H selaku Wakil Dekan III Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Padian Adi Salamat Siregar, S.H.,M.H sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah sangat banyak meluangkan waktu bagi penulis untuk memberikan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Ibu Dr. Nurhilmiah, S.H.,M.H selaku Kepala Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Seluruh dosen Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak membantu dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat dari awal kuliah hingga saat sekarang.
9. Terima kasih juga kepada seluruh jajaran Staf Biro Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan informasi kepada penulis dalam menyelesaikan perkuliahan.
10. Kepada Alya Aqila, Surya, Lutfi, Ridho, Haikal, Gefan, Farhan, Nabila, Daffa, Bagus, Bageh, Rajak, Mesya Family dan seluruh sahabat yang telah memberi dukungan serta motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini mulai yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini belum sempurna. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menerima kritik dan saran yang berguna dan membangun untuk kelengkapan laporan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan bagi pembaca demi kemajuan

perkembangan ilmu pendidikan di masa yang akan datang. Aamiin Yaa Rabbal Al-Amin.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, Juni 2025

Hormat Saya

Penulis,

M. Yusril Dimas
2106200309

ABSTRAK

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN TERHADAP KETIDAKASLIAN BARANG YANG DIBELI MELALUI E-COMMERCE

M. Yusril Dimas
2106200309

Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce menjadi semakin krusial seiring dengan meningkatnya kasus penjualan barang tidak asli. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis regulasi yang mengatur perlindungan konsumen terhadap ketidakaslian barang di e-commerce serta efektivitas penerapannya. Berdasarkan pendekatan normatif, penelitian ini menelaah berbagai peraturan, termasuk Pasal 4 dan Pasal 7 UU No. 8 Tahun 1999 yang menjamin hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha dalam memberikan informasi yang benar. Pelaku usaha yang menjual barang palsu dapat dikenai sanksi sesuai Pasal 8 dan Pasal 62 UU Perlindungan Konsumen, serta Pasal 28 Ayat (1) dan Pasal 45A Ayat (1) UU ITE yang mengatur penyebaran informasi menyesatkan. Selain itu, Pasal 14 dan Pasal 15 PP No. 80 Tahun 2019 mewajibkan marketplace menerapkan mekanisme verifikasi produk untuk mencegah peredaran barang palsu. Konsumen yang dirugikan dapat mengajukan gugatan perdata berdasarkan Pasal 1365 KUH Perdata atau melaporkan pelaku usaha sesuai Pasal 378 dan Pasal 480 KUHP terkait tindak pidana penipuan dan penjualan barang ilegal. Namun, kendala dalam pembuktian, biaya, serta waktu penyelesaian sengketa masih menjadi tantangan bagi konsumen dalam memperoleh haknya. Oleh karena itu, diperlukan penguatan regulasi dan mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih efektif guna menjamin perlindungan konsumen yang optimal dalam transaksi e-commerce.

Kata Kunci: perlindungan konsumen, e-commerce, barang tidak asli, regulasi, penyelesaian sengketa..

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	ii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
1. Rumusan Masalah.....	7
2. Tujuan Penelitian	7
B. Manfaat Penelitian	8
C. Definisi Operasional.....	9
D. Keaslian penelitian.....	10
E. Metode Penelitian.....	13
1. Jenis Penelitian.....	14
2. Sifat Penelitian	15
3. Pendekatan Penelitian	16
4. Sumber Data Penelitian.....	16
5. Alat Pengumpul Data.....	17
6. Analisis Data.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
A. Perlindungan Hukum Konsumen Dalam <i>E-Commerce</i> Di Indonesia.....	19
B. Dampak Ketidakeaslian Barang Dalam <i>E-commerce</i> terhadap Konsumen.	23
C. Mekanisme Perlindungan Hukum Untuk Konsumen Yang Tertipu Barang Palsu Di <i>E-commerce</i>	25
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31

A. Pengaturan Hukum tentang Perlindungan Konsumen dalam Transaksi <i>E-commerce</i>	31
B. Bentuk Pertanggungjawaban Hukum Pelaku Usaha <i>E-commerce</i> yang Menjual Barang Palsu.	44
C. Upaya Hukum yang Dapat Dilakukan Konsumen Akibat Kerugian atas Barang Tidak Asli.	60
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran 73.....	73

Daftar Pustaka

Lampiran

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berbicara era digital saat ini, *E-commerce* telah menjadi salah satu pilar utama dalam aktivitas perdagangan global. Meningkatnya penggunaan *platform E-commerce* telah mengubah cara konsumen membeli barang dan jasa, memberikan kemudahan akses dan pilihan produk yang luas. Namun, di balik kemudahan tersebut, terdapat risiko yang harus dihadapi konsumen, salah satunya adalah ketidakastian barang yang dibeli melalui *platform E-commerce*.¹

Fenomena ini memerlukan perhatian khusus karena dapat merugikan konsumen secara finansial dan psikologis. dalam konteks hukum perdata, transaksi melalui *E-commerce* menciptakan hubungan hukum antara penjual dan pembeli yang diatur oleh kontrak elektronik. hukum perdata mengatur hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian ini, termasuk pemenuhan barang yang sesuai dengan spesifikasi yang dijanjikan.²

Transaksi melalui *E-commerce* yang menciptakan hubungan hukum antara penjual dan pembeli diatur oleh kontrak elektronik. Pasal-pasal yang sesuai dalam hukum perdata terkait dengan kewajiban penjual untuk menyediakan barang sesuai dengan perjanjian dapat ditemukan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) :³

¹ Sutedi, A. (2017). *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika, halaman. 45

² *Ibid*

³ Mertokusumo, E. (2012). *Hukum Perdata Indonesia (Bagian Umum)*. Yogyakarta: Liberty, halaman 25

1. Pasal 1320 KUHPerdara: Menyatakan syarat sahnya suatu perjanjian, termasuk kesepakatan para pihak, kecakapan untuk membuat perjanjian, objek tertentu, dan sebab yang halal.
2. Pasal 1457 KUHPerdara: Menyatakan perjanjian jual beli sebagai suatu perjanjian di mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah disepakati.
3. Pasal 1474 KUHPerdara: Menyatakan kewajiban penjual untuk menyerahkan barang dalam keadaan yang baik dan sesuai dengan apa yang telah disepakati dalam kontrak.

Ketidakaslian barang dapat dianggap sebagai pelanggaran kontrak yang memberikan hak kepada konsumen untuk menuntut ganti rugi. hal ini menjadi tantangan bagi regulasi dan mekanisme perlindungan konsumen yang harus mampu mengantisipasi dan menangani masalah ini secara efektif melalui penguatan penerapan hukum perdata dan perlindungan konsumen yang lebih jelas.⁴

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan landasan hukum yang komprehensif bagi konsumen untuk mendapatkan perlindungan dari berbagai bentuk kerugian, termasuk ketidakaslian barang yang sering ditemukan dalam transaksi *E-commerce*.⁵

Pasal 4 yang menegaskan hak konsumen atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa, serta hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, menjadi dasar bagi perlindungan konsumen.⁶

⁴ Ismail, S. (2019). *Hukum Perjanjian: Teori dan Praktek dalam Sistem Hukum Indonesia*. Jakarta: Rajawali Press, halaman 56

⁵ *Ibid*

⁶ *Ibid*

Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, termasuk memberikan barang sesuai dengan kesepakatan dan spesifikasi yang dijanjikan. Dengan adanya ketentuan ini, konsumen memiliki hak untuk menuntut pertanggungjawaban dan ganti rugi dari pelaku usaha yang melanggar ketentuan tersebut. Undang-undang ini juga memberikan mekanisme penyelesaian sengketa melalui pengadilan atau di luar pengadilan, memberikan fleksibilitas bagi konsumen untuk mendapatkan keadilan.

7

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menegaskan hak konsumen untuk mendapatkan barang yang sesuai dengan standar dan kualitas yang dijanjikan. Selain itu, regulasi ini juga memberikan dasar hukum bagi konsumen untuk menuntut ganti rugi dan meminta pertanggungjawaban dari pelaku usaha yang tidak memenuhi kewajibannya.⁸

Pengaturan hukum juga mencakup Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik yang telah diperbaharui dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016. UU ITE memuat ketentuan terkait penyelesaian sengketa, transaksi elektronik yang sah, serta perlindungan hak-hak konsumen dalam dunia digital. dalam hal ini, uu ite juga mengatur tentang pencabutan hak-hak penyelenggara *E-commerce* yang melanggar ketentuan hukum, memberikan

⁷ Nasution, M. (2021). *Hukum Perdagangan Elektronik dan Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Pustaka Yustisia, halaman 8

⁸ *Ibid*

sanksi administratif kepada penyedia *platform E-commerce* yang tidak memenuhi kewajiban perlindungan konsumen.⁹

Dukungan dari berbagai peraturan lain, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP 80/2019) juga menjadi regulasi yang penting untuk mengatur perdagangan melalui *E-commerce* di Indonesia. PP ini mengatur tentang kewajiban pelaku usaha untuk melaksanakan prinsip-prinsip transparansi, akuntabilitas, dan keadilan dalam transaksi *E-commerce*. salah satu hal penting dalam PP ini adalah penekanan pada kewajiban penyedia *platform E-commerce* untuk memfasilitasi penyelesaian sengketa antara penjual dan konsumen. Hal ini memberikan dasar hukum yang kuat bagi konsumen yang merasa dirugikan untuk mendapatkan perlindungan, termasuk proses pengembalian barang atau penggantian barang yang tidak sesuai.¹⁰

Latar belakang permasalahan ini muncul dari meningkatnya jumlah pengaduan konsumen terkait barang palsu atau tidak asli yang dibeli melalui *E-commerce*. banyak konsumen merasa dirugikan karena barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi atau spesifikasi yang dijanjikan. dalam banyak kasus, konsumen menghadapi kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi atau pengembalian barang, yang menunjukkan adanya kelemahan dalam mekanisme perlindungan konsumen saat ini.¹¹

Situasi ini tidak hanya merugikan konsumen secara finansial, tetapi juga menurunkan tingkat kepercayaan terhadap *E-commerce* sebagai sarana

⁹ Suryanto, B. (2020). *Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Perdagangan Elektronik di Indonesia*. Jurnal Hukum dan Pembangunan, Vol. 50 No. 2, halaman 153-167.

¹⁰ Husen, A. (2018). *Perdagangan Elektronik dan Perlindungan Konsumen*. Jakarta : Kencana, halaman 102

¹¹ *Ibid*

perdagangan yang andal dan aman. Selain itu, ketidakaslian barang juga dapat menyebabkan dampak kesehatan dan keselamatan bagi konsumen, terutama jika barang tersebut merupakan produk kesehatan atau kosmetik. Oleh karena itu, perlindungan hukum yang kuat dan efektif sangat dibutuhkan untuk memastikan keamanan dan kenyamanan konsumen dalam bertransaksi secara digital.¹² Dituntut peran yang lebih aktif negara dalam pengaturan sistem ekonomi yang dijabarkan dalam strategi yang dilakukan pemerintah/negara dalam menjalankan instrumen perdagangan/bisnis di antaranya melalui regulasi.¹³

Islam yang dibawa oleh Nabi Muhammad SAW selain mengatur umat manusia untuk berhubungan dengan khaliqnya, juga mengatur hubungan umat manusia dengan sesamanya. Mengenai hubungan dengan manusia lain yang disebut muamalat, Allah telah menetapkan aturan-aturan atau patokan-patokan yang bersifat dan berlaku umum. Allah dan Rasul-Nya telah menetapkan pertukaran barang dengan persetujuan antara kedua belah pihak dalam suatu transaksi dagang sebagai suatu yang halal atau dibolehkan, dan melarang mengambil benda orang lain tanpa persetujuan dan izin dari mereka.¹⁴

beberapa ayat Al-Qur'an yang relevan adalah

1. Surah Al-Baqarah (2:188)

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَلَا تَذْهَبُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِيَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

"Dan janganlah sebagian kamu memakan harta sebagian yang lain di antara kamu

¹² *Ibid*

¹³ Mirsa Astuti. (2020). Pengembangan Produk Halal Dalam Memenuhi Gaya Hidup Halal (Halal Lifestyle). *Iuris Studia: Jurnal Kajian Hukum*, Vol. 1. No 1, 14-20.

¹⁴ Siregar, P. A. S. (2019). Keabsahan Akad Jual Beli Melalui Internet Ditinjau dari Hukum Islam. *EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Ilmu Sosial*. Vol. 5. No. 1, 57-65.

dengan jalan yang batil dan janganlah kamu membawa perkara itu kepada hakim, agar kamu dapat memakan harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui.":

2. Surah Al-Mutaffifin (83:1-3)

(3) وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ (2) الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ (1) يَلُومُطَفِّينَ

"Celakalah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi."

1. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan beberapa masalah yang kemudian menjadi keterbatasan penelitian ini. adapun permasalahannya sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengaturan hukum tentang perlindungan konsumen terhadap peredaran barang palsu dalam transaksi *E-commerce* menurut peraturan perundang-undangan di indonesia?
- b. Bagaimana bentuk pertanggungjawaban hukum pelaku usaha *E-commerce* yang menjual barang palsu kepada konsumen?
- c. Bagaimana upaya hukum yang dapat ditempuh konsumen ketika mengalami kerugian akibat membeli barang tidak asli melalui *platform E-commerce* ?

2. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian harus tergambar secara tegas, jelas dan konkret serta relevan dengan rumusan masalah.¹⁵ Adapun tujuan dari penelitian ini:

- a. Untuk menganalisis pengaturan hukum tentang perlindungan konsumen terhadap peredaran barang palsu dalam transaksi *E-commerce* menurut peraturan perundang-undangan di Indonesia.
- b. Untuk mengetahui bagaimana bentuk pertanggungjawaban hukum pelaku usaha *E-commerce* yang menjual barang palsu kepada konsumen.
- c. Untuk menilai upaya hukum yang dapat ditempuh konsumen ketika mengalami kerugian akibat membeli barang tidak asli melalui *platform E-commerce* .

¹⁵Faisal, *et.al*, 2023, *Pedoman penulisan dan penyelesaian Tugas Akhir Mahasiswa*. Medan:Pustaka Prima, halaman 5.

B. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian diharapkan baik secara teoritis maupun praktis. Dengan kata lain, yang dimaksud dengan teoritis adalah faedah sebagai sumbangan ilmu pengetahuan pada umumnya maupun kepada ilmu hukum khususnya. Sedangkan dari segi praktis, penelitian ini berfaedah sebagai kepentingan Negara, bangsa, masyarakat, dan Pembangunan.¹⁶

Adapun manfaat Penelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu hukum, khususnya dalam bidang perlindungan konsumen di era digital. Penelitian ini akan memperkaya literatur mengenai penerapan hukum perlindungan konsumen dalam konteks *E-commerce* , serta memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana hukum perdata dan undang-undang perlindungan konsumen dapat diterapkan untuk mengatasi masalah ketidakaslian barang.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini bermanfaat bagi para pemangku kepentingan, termasuk konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah. Konsumen dapat lebih memahami hak-hak mereka dalam transaksi *E-commerce* dan cara menegakkannya. Pelaku usaha dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk memperbaiki praktik bisnis mereka agar sesuai dengan ketentuan hukum. Sementara itu, pemerintah dapat memanfaatkan rekomendasi dari penelitian ini

¹⁶ Ida Hanifah, dkk. 2018. "*Pedoman Tugas Akhir Mahasiswa Fakultas Hukum UMSU*". Medan : Pustaka Prima. Halaman 16.

untuk merumuskan kebijakan dan regulasi yang lebih efektif dalam melindungi konsumen dari risiko ketidakaslian barang.

C. Definisi Operasional

Definisi Operasional atau kerangka konsep adalah kerangka yang berhubungan antara definisi-definisi atau konsep khusus yang akan diteliti.¹⁷ Untuk lebih memperjelas cakupan penelitian, beberapa konsep yang mendasar dioperasionalkan sebagai berikut :

Perlindungan hukum dalam konteks ini merujuk pada upaya dan mekanisme yang diatur dalam undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. undang-undang ini bertujuan untuk melindungi hak-hak konsumen dalam bertransaksi, terutama terkait barang yang dibeli melalui *E-commerce* . perlindungan hukum juga mencakup tindakan yang dapat diambil jika konsumen dirugikan, seperti pengembalian barang atau klaim ganti rugi. selain itu, hukum perdata juga mengatur kewajiban penjual dalam memenuhi spesifikasi barang yang dijanjikan. dengan kata lain, perlindungan hukum menjamin bahwa konsumen mendapatkan apa yang seharusnya mereka terima berdasarkan kesepakatan atau kontrak dengan penjual.¹⁸

Konsumen dalam penelitian ini adalah individu atau kelompok yang melakukan pembelian barang atau jasa melalui *platform E-commerce* . menurut undang-undang perlindungan konsumen, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan barang yang sesuai dengan yang dijanjikan oleh penjual, yaitu sesuai dengan spesifikasi, kualitas, atau harga yang disepakati. selain itu, konsumen juga

¹⁷*Ibid.*, Halaman 5

¹⁸ Arif, M. (2019). *E-Commerce dan Tantangan Hukum Perlindungan Konsumen*. Jurnal Hukum Bisnis, Vol. 34 No. 1, halaman. 44-58.

memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang jelas dan tidak menyesatkan tentang produk atau layanan yang ditawarkan. perlindungan ini berfungsi untuk mencegah penjual dari praktik yang dapat merugikan konsumen, seperti penjualan barang palsu atau barang yang tidak sesuai dengan deskripsi yang diberikan.¹⁹

Ketidakaslian barang merujuk pada keadaan di mana barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan deskripsi atau spesifikasi yang dijanjikan oleh penjual di *platform E-commerce*. hal ini bisa mencakup barang palsu (misalnya merek yang dipalsukan) atau barang yang tidak memenuhi standar kualitas yang seharusnya. ketidakaslian ini bisa berdampak pada kepuasan konsumen dan dapat menimbulkan kerugian finansial bagi mereka. dalam hal ini, konsumen berhak untuk mengajukan komplain, meminta pengembalian barang, atau meminta ganti rugi sesuai dengan peraturan yang diatur dalam undang-undang perlindungan konsumen.²⁰

D. Keaslian penelitian

Permasalahan pedoman kajian hukum terkait Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Ketidakaslian Barang Yang Dibeli Melalui E Commerce, bukanlah hal yang baru. Oleh karena itu penulis meyakini bahwa terdapat peneliti-peneliti yang mengangkat tajuk penelitian yang berkaitan dengan tajuk penelitian dari penulis sendiri. Namun berdasarkan bahan kepustakaan yang ditemukan baik melalui *searching* via internet maupun penelusuran kepustakaan dari lingkungan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan perguruan tinggi lainnya, penulis

¹⁹ Yuliana, S. (2020). *Analisis Hukum Perdata terhadap Transaksi E-Commerce dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*. Jurnal Hukum & Peradilan, Vol. 21 No. 2, halaman. 87-101.

²⁰ Wijayanti, E. (2018). *Implementasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam Praktik E-Commerce di Indonesia*. Jurnal Ekonomi dan Hukum, Vol. 15 No. 3, halaman 123-138.

tidak menemukan penelitian yang sama dengan tema dan pokok bahasan yang penulis teliti terkait Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Ketidakaslian Barang Yang Dibeli Melalui E Commerce.

Apabila dilihat dari beberapa judul penelitian yang pernah diangkat oleh peneliti sebelumnya, ada Beberapa judul yang hampir mirip mendekati dengan penelitian yang saya susun ini, antara Lain :

1. Penelitian berjudul "Pelanggaran Penjualan Tas Tiruan Merek Terkenal Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016" yang dilakukan oleh I Kadek Adi Astika Putra ini mengkaji fenomena maraknya penjualan tas tiruan merek terkenal di era digital. Penelitian ini menggunakan metode analisis normatif dan studi pustaka untuk mengkaji efektivitas perlindungan hukum bagi pemegang merek terkenal di Indonesia. Melalui analisis mendalam, peneliti menemukan bahwa meski UU No. 20 Tahun 2016 telah mengatur perlindungan merek, implementasinya masih belum maksimal, terutama dalam konteks *E-commerce* . Hal ini dibuktikan dengan masih maraknya penjualan tas tiruan dari merek-merek ternama seperti Gucci, Coach, dan Guess dengan perbedaan harga yang sangat signifikan - misalnya tas Gucci asli seharga Rp 1.550.000 dijual tiruannya hanya Rp 42.500. Peneliti juga menggarisbawahi bahwa meski *E-commerce* memudahkan transaksi jual-beli, *platform* ini juga membuka celah untuk praktik pemalsuan merek yang merugikan baik pemegang hak merek maupun konsumen. Berdasarkan temuan tersebut, peneliti merekomendasikan perlunya revisi terhadap UU No. 20 Tahun 2016 untuk

memperkuat perlindungan hukum bagi pemegang merek terkenal dan mengoptimalkan penegakan sanksi terhadap pelaku pelanggaran merek.

2. Penelitian tentang "Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Kosmetik Ilegal Pada *E-commerce* Shopee (Analisis Terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen)" merupakan skripsi oleh Raina Salsabilla Erlizal. Skripsi ini membahas tentang perlindungan konsumen terhadap produk kosmetik ilegal yang dijual di *platform E-commerce* Shopee, dengan analisis terhadap penerapan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Skripsi ini bermula dari fenomena maraknya peredaran produk kosmetik ilegal di *platform E-commerce* Shopee. Penulis memulai dengan mengidentifikasi masalah utama, yaitu banyaknya produk kosmetik yang tidak memenuhi standar keamanan dan regulasi dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), yang dapat membahayakan konsumen. Penulis kemudian meneliti bagaimana Shopee, sebagai *platform E-commerce*, menangani peredaran produk ilegal ini. Melalui analisis mendalam, penulis menemukan bahwa upaya perlindungan yang dilakukan oleh Shopee masih belum maksimal. Kasus-kasus peredaran kosmetik ilegal di Shopee, seperti produk-produk yang mengandung bahan berbahaya, menjadi bukti kurangnya kontrol dan tanggung jawab dari *platform* tersebut. Akhirnya, penulis menyimpulkan bahwa perlindungan konsumen dan tanggung jawab Shopee perlu diperkuat untuk memberikan jaminan keamanan dan kenyamanan bagi konsumen dalam berbelanja *online*.

3. Penelitian tentang "Penyelesaian Sengketa Wanprestasi Antara Konsumen Pengguna Transaksi Elektronik (*E-commerce*) Dengan *Marketplace* Shopee," merupakan skripsi karya Sigit Dwi Pratomo dari Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA), Semarang, tahun 2022. Skripsi ini membahas mengenai penyelesaian sengketa akibat wanprestasi antara konsumen pengguna transaksi elektronik dengan *Marketplace* Shopee, Skripsi ini membahas penyelesaian sengketa wanprestasi antara konsumen pengguna *E-commerce* dengan *Marketplace* Shopee. Penelitian menggunakan pendekatan yuridis sosiologis untuk menganalisis mekanisme penyelesaian sengketa melalui litigasi dan non-litigasi, serta hambatan yang dihadapi konsumen dalam mengajukan ganti rugi, seperti proses yang panjang dan kurangnya pemberitahuan langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun ada jalur penyelesaian melalui pengadilan dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), konsumen masih menghadapi berbagai kendala yang mempersulit mereka dalam mendapatkan kompensasi, sehingga diperlukan perbaikan dalam sistem perlindungan konsumen dan mekanisme penyelesaian sengketa.

E. Metode Penelitian

Penelitian merupakan suatu kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan analisa dan konstruksi, yang dilakukan secara metodologis, sistematis dan konsisten. Sistematis berarti dilakukan berdasarkan perencanaan dan tahapan-tahapan yang jelas. Metodologis berarti menggunakan cara tertentu dan konsisten, yakni tidak ada hal yang bertentangan dalam suatu kerangka tertentu. Sehingga mendapatkan

hasil berupa temuan ilmiah berupa produk atau proses atau analisis ilmiah maupun argumentasi baru.²¹

Penelitian dalam bahasa Inggris disebut *research*, adalah suatu aktifitas “pencarian kembali” suatu kebenaran (*truth*). Pencarian kebenaran yang dimaksud adalah upaya-upaya manusia untuk memahami dunia dengan segala rahasia yang terkandung didalamnya untuk mendapatkan solusi atau jalan keluar dari setiap masalah yang dihadapinya. Metode penelitian bertujuan untuk menjelaskan bagaimana penelitian dilakukan agar didapatkan hasil yang maksimal. Melalui proses penelitian tersebut diadakan analisa dan kontruksi terhadap data yang telah dikumpulkan dan diolah. Agar mendapatkan hasil yang maksimal, maka metode yang dipergunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian menurut soerjono soekanto membagi penelitian hukum menjadi dua macam, yaitu:

- a. Penelitian hukum nomatif; dan
- b. Penelitian hukum empiris ²²

Abdulkadir Muhammad menjelaskan bahwa fokus kajiannya, penelitian hukum dapat dibagi menjadi 3 (Tiga), yakni:

- a. Penelitian hukum normatif (*normatif law research*).
- b. Penelitian hukum normatif-empiris, yang dapat disebut juga penelitian hukum normatif-terapan (*applied law research*).
- c. Penelitian hukum empiris (*empirical law research*).

²¹Ishaq, 2017, *Metode Penelitian Hukum*, Bandung: Alfabeta, halaman 11

²² Andra Tersiana. (2018). *Metode Penelitian*. Jakarta: Anak Hebat Indonesia. halaman 8

Penelitian ini merupakan penelitian hukum dengan menggunakan pendekatan hukum normatif dengan cara studi dokumen yaitu berdasarkan literatur serta peraturan yang ada kaitannya dengan pembahasan penulis, tetapi juga dibandingkan dengan pendapat para ahli yang ada.. Jenis hukum normatif (*normatif law research*), merupakan penelitian hukum yang mengkaji hukum yang dikonsepskan sebagai norma atau kaidah yang berlaku di masyarakat, dan menjadi acuan perilaku setiap orang. dalam penelitian hukum normatif dengan cara studi dokumen peneliti tidak perlu terjun langsung ke lapangan, tapi cukup dengan mengumpulkan data sekunder kemudian diolah, dianalisa dan mengkontruksikannya dalam hasil peneliti.²³

2. Sifat Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis adalah bersifat deskriptif. Penelitian deskriptif dimaksud untuk memberikan data yang seteliti mungkin tentang manusia, keadaan atau gejala lainnya. Maksudnya adalah untuk mempertegas hipotesa-hipotesa, agar dapat membantu didalam memperkuat teori-teori lama, atau dalam kerangka Menyusun teori baru²⁴

Dalam penelitian ini peneliti berusaha untuk mendeskripsikan mengenai pedoman kajian hukum terkait perlindungan hukum bagi konsumen terhadap ketidakaslilan barang yang dibeli melalui e commerce.

²³ Jonaedi effendi (2022).*Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris: Edisi Kedua*. Indonesia: Prenada Media. Halaman 6

²⁴ Soerjono Soekanto & Sri Mamudji, 2001, *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*, Jakarta:Rajawali Pers, halaman 20.

3. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan Undang-undang (*statue approach*), Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis berbagai bahan hukum, baik bahan hukum primer seperti undang-undang, peraturan, dan putusan pengadilan, maupun bahan hukum sekunder seperti literatur hukum, jurnal, dan pendapat ahli hukum. yaitu pendekatan yang digunakan untuk mengkaji dan menganalisis semua undang-undang dan pengaturan yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang ditangani.²⁵

Metode pendekatan penelitian ini adalah pendekatan hukum normative dengan menggunakan studi dari beberapa referensi artikel jurnal yang berkaitan dengan perlindungan hukum bagi konsumen terhadap ketidakaslian barang yang dibeli melalui e commerce..

4. Sumber Data Penelitian

Sumber data yang dapat dari data primer dan sekunder yang terdiri dari:

- a. Data yang bersumber dari Hukum Islam yang bersumber dari Al-Quran dan Hadist (Sunnah Rasul). Data yang bersumber dari hukum Islam tersebut lazimnya disebut pula sebagai data kewahyuan.
- b. Data Sekunder yaitu data pustaka yang berhubungan dengan buku-buku, jurnal tentang hukum. Data sekunder terdiri dari:
 - 1) Bahan hukum primer, yaitu bahan-bahan yang terdiri dari peraturan perundang-undangan, yaitu:

²⁵Salim H.S dan Erlies Septiana Nurbani,2014, *Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Tesis Dan Disertasi*, Jakarat: PT. RajaGrafindo Persada, halaman.17-18

- a) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK)
 - b) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), diperbarui dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016
 - c) Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi
 - d) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Pedoman Umum Perdagangan Melalui Sistem Elektronik
 - e) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata).
- 2) Bahan hukum sekunder, yaitu bahan-bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer yang berasal dari kepustakaan yang mencakup buku-buku, jurnal-jurnal, atau penelitian lain yang berkaitan dengan tema penelitian yang peneliti angkat.
 - 3) Bahan hukum tersier adalah bahan yang memberikan penjelasan terhadap hukum primer dan bahan hukum sekunder berupa kamus hukum atau kamus ensiklopedia untuk menjelaskan maksud dan pengertian istilah istilah yang sulit diartikan.

5. Alat Pengumpul Data

Dalam penelitian ini, alat pengumpul data yang dipergunakan dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

- a. *Offline* yaitu menghimpun data studi kepustakaan secara langsung mengunjungi toko-toko buku dan perpustakaan (baik didalam kampus

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara), guna menghimpun data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian.

- b. Online yaitu studi kepustakaan (library research) yang dilakukan dengan cara searching melalui media internet guna menghimpun data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian dimaksud.*

6. Analisis Data

Metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah analisis kualitatif. Analisis Kualitatif yaitu analisis data yang mengungkapkan dan mengambil kebenaran yang diperoleh dari kepustakaan yaitu dengan menggabungkan peraturan-peraturan, buku-buku ilmiah yang ada hubungannya dengan judul yang dibahas. Kemudian dianalisis secara kualitatif sehingga mendapat suatu pemecahan dan dapat ditarik suatu kesimpulan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum konsumen merupakan bagian penting dari sistem hukum yang bertujuan untuk melindungi hak-hak konsumen dalam transaksi perdagangan. di indonesia, Perlindungan hukum merupakan suatu bentuk pelayanan yang wajib diberikan oleh pemerintah untuk memberikan rasa aman kepada setiap warga masyarakat.²⁶ perlindungan hukum konsumen diatur dalam undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, *E-commerce* menjadi salah satu sektor yang semakin relevan dalam transaksi barang dan jasa. dalam konteks ini, perlindungan konsumen melalui *E-commerce* menjadi isu penting untuk memastikan bahwa hak-hak konsumen tetap terlindungi meskipun transaksi dilakukan secara daring.²⁷

Undang-undang perlindungan konsumen memberikan hak bagi konsumen untuk mendapatkan barang dan/atau jasa yang sesuai dengan yang dijanjikan oleh penjual. hal ini mencakup hak untuk mendapatkan informasi yang jelas, benar, dan tidak menyesatkan tentang barang yang dibeli. perlindungan hukum ini juga mencakup hak untuk meminta pengembalian barang atau penggantian barang yang rusak atau tidak sesuai. meskipun demikian, implementasi perlindungan ini dalam

²⁶ Lailatus Sururiyah. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Saksi Dan Korban Oleh Lembaga Perlindungan Saksi Dan Korban (Lpsk). *Iuris Studia: Jurnal Kajian Hukum*, Vol. 4. No. 3, 173-180.

²⁷ Budi, R. (2017). *Ketidakaslian Barang dalam Transaksi E-Commerce dan Perlindungan Hukum Konsumen*. Jurnal Hukum dan Teknologi, Vol. 10 No. 4, halaman 178-192.

E-commerce membutuhkan penyesuaian dengan kondisi transaksi yang lebih abstrak, di mana konsumen tidak dapat memeriksa barang secara fisik sebelum melakukan pembelian.²⁸

Platform E-commerce berperan sebagai perantara dalam transaksi antara penjual dan konsumen. namun, sering kali *platform E-commerce* ini tidak memadai dalam memberikan perlindungan yang cukup bagi konsumen yang dirugikan. beberapa masalah yang muncul antara lain adalah ketidakjelasan informasi produk, adanya barang palsu atau tidak sesuai dengan deskripsi, serta proses pengembalian yang sulit. oleh karena itu, *platform E-commerce* harus mematuhi standar yang ditetapkan dalam undang-undang dan memberikan mekanisme yang adil bagi konsumen untuk mengajukan klaim atau meminta ganti rugi.²⁹

Penegakan hukum terkait perlindungan konsumen dalam *E-commerce* di indonesia masih menghadapi banyak tantangan. salah satu tantangan utama adalah kurangnya pengawasan yang memadai terhadap penjual di *platform E-commerce* . banyaknya pedagang yang beroperasi tanpa pengawasan yang ketat dari pemerintah menyebabkan konsumen rentan terhadap penipuan. bahkan dalam beberapa kasus, konsumen mengalami kesulitan dalam mengakses hak-haknya meskipun sudah ada peraturan yang jelas tentang perlindungan konsumen. oleh karena itu, penguatan regulasi dan penegakan hukum menjadi aspek krusial untuk melindungi konsumen di sektor *E-commerce* .³⁰

²⁸ *Ibid*

²⁹ Pohan, H. (2020). *Perlindungan Konsumen dalam Era Digital: Perspektif Hukum Indonesia*. Jakarta : Pradnya Paramita, halaman 78-92.

³⁰ Handayani, S. (2020). *Perlindungan Konsumen dalam Perdagangan Elektronik: Perspektif Hukum Indonesia*. Jurnal Hukum Digital, Vol. 5 No. 1, halaman 45-59.

Pengaturan hukum yang mengatur perlindungan konsumen di Indonesia sudah ada sejak diterbitkannya undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen (UUPK). Undang-undang ini berfungsi sebagai dasar hukum yang memberikan perlindungan bagi konsumen, baik dalam transaksi konvensional maupun dalam transaksi melalui *E-commerce*. Dalam konteks *E-commerce*, UUPK memberikan hak-hak dasar bagi konsumen, termasuk hak untuk mendapatkan barang yang sesuai dengan deskripsi, hak atas informasi yang jelas dan benar, serta hak untuk mengajukan klaim apabila terjadi kerugian akibat transaksi.³¹

Peraturan pemerintah nomor 80 tahun 2019 tentang perdagangan melalui sistem elektronik (PP 80/2019) juga menjadi regulasi yang penting untuk mengatur perdagangan melalui *E-commerce* di Indonesia. PP ini mengatur tentang kewajiban pelaku usaha untuk melaksanakan prinsip-prinsip transparansi, akuntabilitas, dan keadilan dalam transaksi *E-commerce*. Salah satu hal penting dalam PP ini adalah penekanan pada kewajiban penyedia *platform E-commerce* untuk memfasilitasi penyelesaian sengketa antara penjual dan konsumen. Hal ini memberikan dasar hukum yang kuat bagi konsumen yang merasa dirugikan untuk mendapatkan perlindungan, termasuk proses pengembalian barang atau penggantian barang yang tidak sesuai.³²

Undang-undang nomor 19 tahun 2016 tentang informasi dan transaksi elektronik (UU ITE) juga mengatur transaksi di dunia maya, termasuk transaksi *E-commerce*. UU ITE memberikan dasar hukum terkait transaksi elektronik, pengiriman informasi yang sah, serta perlindungan terhadap data pribadi konsumen. Pengaturan dalam UU ITE menjadi sangat penting karena *E-commerce* melibatkan pertukaran

³¹ *Ibid*

³² *Ibid*

informasi digital yang dapat menimbulkan kerugian jika tidak diatur dengan jelas. misalnya, uu ite memberikan perlindungan terhadap konsumen dari praktik penipuan *online*, termasuk penyalahgunaan data pribadi yang dapat digunakan oleh pihak tidak bertanggung jawab.³³

Peraturan menteri perdagangan republik indonesia nomor 50 tahun 2020 tentang pedoman umum perdagangan melalui sistem elektronik (permendag 50/2020) memberikan pedoman lebih lanjut terkait pelaksanaan transaksi *E-commerce* yang adil. peraturan ini mengatur secara lebih teknis kewajiban bagi penyelenggara *E-commerce* untuk memastikan bahwa transaksi yang terjadi antara penjual dan konsumen dilakukan secara transparan dan adil. salah satu poin penting adalah kewajiban untuk menyediakan mekanisme pengembalian barang dan pengaduan bagi konsumen yang dirugikan, termasuk ketentuan tentang barang yang tidak sesuai dengan yang dijanjikan atau barang palsu.³⁴

Pengaturan hukum juga mencakup undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik yang telah diperbaharui dengan undang-undang nomor 19 tahun 2016. uu ite memuat ketentuan terkait penyelesaian sengketa, transaksi elektronik yang sah, serta perlindungan hak-hak konsumen dalam dunia digital. dalam hal ini, uu ite juga mengatur tentang pencabutan hak-hak penyelenggara *E-commerce* yang melanggar ketentuan hukum, memberikan sanksi administratif kepada penyedia *platform E-commerce* yang tidak memenuhi kewajiban perlindungan konsumen.³⁵

³³ Fadilah, R. (2018). *Tantangan Hukum Perlindungan Konsumen di Platform E-Commerce Indonesia*. Jurnal Perdagangan dan Hukum, Vol. 33 No. 2, halaman 90-103.

³⁴ *Ibid*

³⁵ Pratama, A. (2021). *Peran Platform E-Commerce dalam Menjamin Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Jurnal Hukum dan Teknologi, Vol. 22 No. 3, halaman 118-134.

Otoritas jasa keuangan (ojk) turut berperan dalam mengawasi dan mengatur aspek keuangan dari transaksi *E-commerce* , khususnya yang melibatkan pembayaran digital dan pinjaman *online*. ojk menerbitkan peraturan yang mengatur penyelenggaraan layanan pinjaman daring (fintech lending), memastikan bahwa layanan keuangan berbasis teknologi tidak merugikan konsumen. pengawasan oleh ojk penting untuk menjaga agar konsumen dalam transaksi *E-commerce* tidak terjebak dalam praktik yang merugikan, seperti penyalahgunaan data atau biaya tersembunyi dalam layanan transaksi *online*³⁶.

B. Ketidakaslian barang

Ketidakaslian barang dalam transaksi *E-commerce* telah menjadi salah satu masalah utama yang dihadapi oleh konsumen. ketidakaslian ini mencakup barang yang tidak sesuai dengan deskripsi yang diberikan oleh penjual, barang palsu, atau barang yang tidak memenuhi standar kualitas yang diharapkan. dalam konteks *E-commerce* , di mana transaksi dilakukan secara daring dan barang tidak dapat diperiksa secara fisik sebelum pembelian, konsumen sangat bergantung pada deskripsi dan kejujuran penjual. ketika barang yang diterima tidak sesuai, konsumen menghadapi berbagai dampak negatif yang merugikan.³⁷

Salah satu dampak utama dari ketidakaslian barang adalah kerugian finansial. konsumen yang membeli barang palsu atau tidak sesuai sering kali tidak dapat mengajukan pengembalian atau penggantian barang karena berbagai kendala, seperti kebijakan pengembalian yang tidak jelas atau sulitnya menghubungi

³⁶ *Ibid*

³⁷ Wahyuni, R. (2020). *Dampak Ketidakaslian Barang Terhadap Kepercayaan Konsumen dalam E-Commerce*. Jurnal Hukum dan Teknologi, Vol. 13 No. 2, halaman 22-37.

penjual menunjukkan bahwa banyak konsumen yang tidak mendapatkan penggantian atau kompensasi atas barang yang tidak sesuai, yang pada akhirnya menyebabkan mereka mengalami kerugian finansial yang signifikan.

Ketidakaslian barang juga dapat merusak kepercayaan konsumen terhadap *platform E-commerce*. ketika konsumen sering kali menerima barang yang tidak sesuai, mereka cenderung kehilangan kepercayaan pada keamanan dan keandalan transaksi *online*, konsumen cenderung mengurangi atau bahkan berhenti berbelanja secara daring.³⁸

Dampak lain yang signifikan adalah ketidakpuasan konsumen. ketika barang yang diterima tidak sesuai dengan harapan, konsumen merasa kecewa dan tidak puas dengan layanan yang diberikan. ketidakpuasan ini dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap merek atau penjual tertentu dan dapat mengakibatkan hilangnya loyalitas konsumen, yang pada akhirnya dapat merusak reputasi penjual atau *platform E-commerce*.³⁹

Ketidakaslian barang juga memiliki implikasi yang lebih luas terhadap ekonomi digital. kepercayaan konsumen yang menurun dapat memengaruhi pertumbuhan *E-commerce* secara keseluruhan, hal ini dapat berdampak negatif pada ekosistem bisnis digital, termasuk pada usaha kecil dan menengah yang bergantung pada *platform E-commerce* untuk menjangkau pasar yang lebih luas.⁴⁰

Ketidakaslian barang juga menciptakan tantangan dalam penegakan perlindungan konsumen. banyak konsumen yang tidak memahami hak-hak mereka

³⁸ Fauzi, D. (2021). *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce: Tinjauan dari Perspektif Hukum*. Jurnal Perdagangan dan Hukum, Vol. 28 No. 1, halaman 48-63.

³⁹ Iskandar, A. (2019). *Ketidakaslian Barang dalam E-Commerce dan Implikasinya Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal Ekonomi Digital, Vol. 5 No. 4, halaman 150-163.

⁴⁰ Aulia, M. (2021). *Penerapan Teknologi dalam Meningkatkan Transparansi Pengembalian Barang di E-Commerce*. Jurnal Teknologi dan Bisnis, Vol. 17 No. 3, halaman 95-109.

atau tidak tahu bagaimana cara melaporkan penipuan barang palsu. hal ini mengakibatkan banyak pelanggaran yang tidak terdeteksi atau tidak ditindaklanjuti dengan tegas.⁴¹

Untuk mengatasi dampak negatif dari ketidakaslian barang, *platform E-commerce* perlu meningkatkan sistem verifikasi dan pengawasan terhadap penjual. penerapan teknologi seperti kecerdasan buatan untuk mendeteksi barang palsu dan meningkatkan transparansi dalam proses pengembalian barang dapat membantu mengurangi ketidakaslian barang.⁴²

secara keseluruhan, ketidakaslian barang dalam *E-commerce* memberikan dampak yang signifikan terhadap konsumen, baik dari segi finansial, kepercayaan, kepuasan, hingga dampak psikologis. untuk mengurangi dampak ini, diperlukan upaya bersama dari berbagai pihak untuk meningkatkan perlindungan konsumen dan menciptakan ekosistem *E-commerce* yang lebih aman dan transparan. dengan demikian, konsumen dapat berbelanja secara daring dengan lebih percaya diri dan merasa terlindungi.⁴³

C. Jual beli

Jual beli merupakan salah satu bentuk perjanjian dalam hukum perdata yang paling sering terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Secara umum, jual beli adalah suatu perjanjian antara pihak penjual dan pembeli, di mana pihak penjual berkewajiban menyerahkan suatu barang, dan pihak pembeli berkewajiban membayar harga yang telah disepakati atas barang tersebut. Dalam hukum

⁴¹ *Ibid*

⁴² Yuliana, R. (2020). *Perlindungan Hukum bagi Konsumen E-Commerce di Indonesia: Antara Regulasi dan Praktek*. Jurnal Hukum Bisnis, Vol. 36 No. 2, halaman 110-123.

⁴³ *Ibid*

Indonesia, ketentuan mengenai jual beli diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), khususnya dalam Pasal 1457 hingga Pasal 1540.⁴⁴

Menurut Pasal 1457 KUHPerdata, jual beli adalah suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa jual beli merupakan perjanjian timbal balik yang menimbulkan hak dan kewajiban bagi kedua belah pihak. Penjual memiliki kewajiban untuk menyerahkan barang dan menjamin bahwa barang tersebut bebas dari cacat tersembunyi atau klaim pihak ketiga, sementara pembeli berkewajiban membayar harga dan menerima barang.⁴⁵

Syarat sahnya jual beli mengikuti ketentuan umum perjanjian yang terdapat dalam Pasal 1320 KUHPerdata, yaitu: adanya kesepakatan para pihak, kecakapan untuk membuat perjanjian, objek tertentu, dan suatu sebab yang halal. Apabila salah satu syarat tersebut tidak terpenuhi, maka perjanjian jual beli dapat dianggap batal demi hukum atau dapat dibatalkan, tergantung pada syarat mana yang dilanggar. Misalnya, jika objek jual beli adalah barang yang dilarang oleh hukum, maka perjanjian tersebut batal demi hukum.

Objek jual beli harus merupakan barang yang dapat diperjualbelikan, baik bergerak maupun tidak bergerak, dan barang tersebut harus jelas keberadaannya, kuantitasnya, serta sifat-sifatnya. Selain itu, objek juga harus berada dalam kekuasaan penjual, atau setidaknya penjual harus dapat menyerahkan barang tersebut pada saat transaksi dilakukan. Dalam praktiknya, jual beli bisa dilakukan

⁴⁴ Rahardjo, S. (2020). *Hukum Perlindungan Konsumen dalam Perdagangan Elektronik*. Sinar Grafika, Jakarta, halaman 115

⁴⁵ *Ibid*

secara tunai maupun secara kredit, serta bisa dilakukan secara langsung (tatap muka) atau melalui media elektronik.⁴⁶

Dalam jual beli, terjadi peralihan hak milik dari penjual kepada pembeli. Namun, peralihan hak milik tersebut tidak selalu terjadi bersamaan dengan terjadinya kesepakatan jual beli, tetapi bergantung pada bentuk objek dan kesepakatan para pihak. Misalnya, dalam jual beli tanah, selain adanya kesepakatan, harus ada pemenuhan prosedur tertentu seperti balik nama di kantor pertanahan agar hak milik benar-benar beralih secara hukum.

Jaminan atas barang yang dijual juga merupakan hal penting dalam jual beli. Penjual wajib menjamin bahwa barang yang dijual adalah miliknya sendiri dan tidak dalam sengketa atau jaminan kepada pihak ketiga. Selain itu, penjual juga harus menjamin bahwa barang tersebut tidak memiliki cacat tersembunyi. Jika kemudian ditemukan bahwa barang yang dibeli cacat atau tidak sesuai perjanjian, maka pembeli berhak meminta penggantian, pemotongan harga, atau bahkan pembatalan perjanjian.⁴⁷

Dalam era digital dan perdagangan elektronik, konsep jual beli mengalami perkembangan. Transaksi tidak lagi hanya terjadi secara fisik, tetapi juga melalui *platform online*. Meskipun bentuknya berubah, prinsip dasar hukum jual beli tetap berlaku, termasuk kewajiban untuk menyerahkan barang dan membayar harga. Namun, tambahan regulasi seperti Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) serta peraturan perlindungan konsumen juga harus diperhatikan.

⁴⁶ Putri, T. (2018). *Hukum E-Commerce dan Perlindungan Konsumen di Era Digital*. Kencana, Jakarta, halaman 70

⁴⁷ Sari, M. (2019). *E-Commerce: Regulasi, Perlindungan Konsumen, dan Etika Bisnis Digital*. Prenadamedia Group, Jakarta, halaman 50-65.

D. E. Commerce

E-commerce atau *electronic commerce* adalah kegiatan jual beli barang dan/atau jasa yang dilakukan melalui media elektronik, khususnya internet. Dalam sistem ini, transaksi antara penjual dan pembeli tidak lagi membutuhkan tatap muka secara langsung, melainkan dilakukan melalui perangkat digital seperti komputer, *smartphone*, atau tablet. *E-commerce* merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi informasi yang sangat mempengaruhi pola konsumsi dan sistem perdagangan masyarakat modern saat ini.⁴⁸

Secara umum, *e-commerce* mencakup berbagai jenis transaksi elektronik, seperti penjualan ritel, layanan jasa, pemesanan tiket, pembayaran tagihan, serta aktivitas perbankan *online*. Situs web, aplikasi *e-commerce*, dan *platform marketplace* seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, hingga Amazon dan Alibaba merupakan contoh konkret dari *e-commerce*. Konsumen dapat mencari produk, membandingkan harga, melakukan pembayaran, dan melacak pengiriman hanya dalam satu *platform* yang terintegrasi.

E-commerce memiliki berbagai bentuk model bisnis, di antaranya *Business to Consumer* (B2C), *Business to Business* (B2B), *Consumer to Consumer* (C2C), dan *Consumer to Business* (C2B). B2C adalah model yang paling umum digunakan, yaitu penjualan produk langsung dari pelaku usaha kepada konsumen akhir, seperti yang dilakukan oleh toko *online*. Sementara B2B melibatkan transaksi antar perusahaan, seperti produsen dengan distributor. C2C memungkinkan konsumen menjual barang kepada konsumen lain, seperti di *platform* OLX. Adapun C2B

⁴⁸ Saragih, A. E., Bagaskara, M. F., & Mulyadi. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce. *Civilia*, 1(1), 45–53.

merupakan kebalikan dari B2C, di mana konsumen menawarkan produk atau jasa kepada perusahaan.⁴⁹

Salah satu keunggulan *e-commerce* adalah kemudahan akses dan kenyamanan bagi konsumen. Mereka dapat berbelanja kapan saja dan di mana saja tanpa batasan waktu maupun tempat. Di sisi lain, bagi pelaku usaha, *e-commerce* dapat menekan biaya operasional, menjangkau pasar yang lebih luas, dan mempermudah proses pemasaran serta pelayanan kepada pelanggan melalui sistem otomatisasi.⁵⁰

E-commerce juga memiliki tantangan dan risiko tersendiri. Salah satunya adalah masalah keamanan data dan penipuan digital. Banyak konsumen yang mengalami kerugian karena barang yang dibeli tidak sesuai deskripsi, barang tidak sampai, atau data pribadi disalahgunakan. Oleh karena itu, regulasi seperti Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) serta Undang-Undang Perlindungan Konsumen perlu ditegakkan untuk melindungi hak-hak pengguna *e-commerce*.⁵¹

Perkembangan *e-commerce* juga telah mendorong pertumbuhan sektor logistik dan sistem pembayaran digital (*payment gateway*). Layanan pengiriman barang dan sistem pembayaran seperti *e-wallet* (*OVO*, *GoPay*, *Dana*) sangat mendukung keberhasilan transaksi *e-commerce*. Kolaborasi antara penyedia

⁴⁹ Purba, J. T., & Sihombing, R. M. (2022). Analisis Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Keamanan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Ekonomi Digital*, 4(2), 87–95.

⁵⁰ Ramadhani, A., & Maulana, R. (2021). Model Bisnis E-Commerce dan Implikasinya Terhadap UMKM di Era Digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(1), 32–41.

⁵¹ Fatimah, S., & Hasanah, U. (2022). Implementasi Undang-Undang ITE dalam Menyelesaikan Sengketa Transaksi Elektronik. *Jurnal Hukum & Teknologi*, 3(2), 112–120.

platform, penyedia logistik, dan lembaga keuangan menjadi kunci dalam menciptakan ekosistem *e-commerce* yang efisien dan terpercaya.⁵²

⁵² Wibowo, D., & Permata, N. (2020). Perkembangan E-Commerce di Indonesia dan Dampaknya Terhadap Perubahan Gaya Hidup Konsumen. *Jurnal Komunikasi dan Informasi Digital*, 5(1), 25–34.

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. **Pengaturan Hukum tentang Perlindungan Konsumen dalam Transaksi *E-commerce*.**

Perlindungan konsumen adalah suatu upaya yang dilakukan oleh pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat untuk memberikan jaminan atas hak-hak konsumen dalam transaksi barang dan jasa. Perlindungan ini bertujuan untuk memberikan rasa aman dan keadilan bagi konsumen dalam melakukan transaksi, terutama di era digital yang semakin berkembang. Dalam konteks hukum, perlindungan konsumen diatur dalam berbagai regulasi yang bertujuan untuk mencegah praktik perdagangan yang merugikan konsumen, seperti penipuan, pemalsuan produk, serta informasi yang menyesatkan.⁵³

Secara prinsip, perlindungan konsumen didasarkan pada beberapa nilai fundamental, seperti keadilan, transparansi, dan kepastian hukum. Prinsip keadilan memastikan bahwa konsumen memiliki hak yang sama dengan pelaku usaha dalam suatu transaksi. Prinsip transparansi menuntut pelaku usaha untuk memberikan informasi yang jelas, akurat, dan tidak menyesatkan mengenai produk atau jasa yang ditawarkan. Sedangkan prinsip kepastian hukum menjamin bahwa konsumen memiliki jalur hukum yang jelas apabila mengalami kerugian akibat tindakan pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab.⁵⁴

⁵³ Astuti, R. (2021). *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik*. Jakarta: Rajawali Pers. halaman 45.

⁵⁴ Ernawati, L. (2020). *Hukum dan Kebijakan Perlindungan Konsumen*. Surabaya: Airlangga University Press. halaman 56.

Perlindungan konsumen dalam transaksi *E-commerce* di Indonesia diatur dalam beberapa regulasi utama, antara lain Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen), Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang telah direvisi dengan UU No. 19 Tahun 2016, serta Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Selain itu, Permendag No. 50 Tahun 2020 memperkuat pengawasan terhadap perdagangan elektronik dengan mengatur perizinan, periklanan, dan tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi *online*.⁵⁵

Hak-hak konsumen dilindungi dengan adanya kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai produk atau jasa yang dijual. Konsumen juga memiliki hak untuk mendapatkan barang atau jasa yang sesuai dengan perjanjian serta mendapatkan kompensasi apabila terjadi kerugian. Sementara itu, dalam konteks transaksi digital, UU ITE mengatur tentang keabsahan transaksi elektronik serta larangan penyebaran informasi yang menyesatkan oleh pelaku usaha.⁵⁶

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) merupakan dasar hukum utama yang mengatur perlindungan konsumen di Indonesia. Undang-undang ini memberikan berbagai hak kepada konsumen, seperti hak atas informasi yang benar, hak atas keamanan dalam menggunakan produk, serta hak untuk mendapatkan ganti rugi jika mengalami kerugian akibat produk atau

⁵⁵ Budianto, A. (2022). *Hukum E-Commerce di Indonesia*. Bandung: Refika Aditama. halaman 67.

⁵⁶ Cahyani, D. (2020). *Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam E-Commerce*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. halaman 89.

jasa yang digunakan. Selain itu, UUPK juga mengatur kewajiban pelaku usaha untuk bertindak secara jujur dan bertanggung jawab terhadap konsumen.⁵⁷

Salah satu hak utama konsumen dalam *E-commerce* adalah hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang atau jasa yang ditawarkan. Informasi ini mencakup spesifikasi produk, harga, cara penggunaan, serta risiko yang mungkin timbul. Selain itu, konsumen juga berhak atas keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi, termasuk perlindungan terhadap data pribadi yang diberikan kepada pelaku usaha. Hak ini semakin diperkuat dengan adanya peraturan terkait perlindungan data pribadi yang melarang penyalahgunaan informasi konsumen oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.⁵⁸

Konsumen juga memiliki kewajiban yang harus dipenuhi dalam transaksi *E-commerce*. Salah satunya adalah kewajiban untuk membaca dan memahami informasi produk sebelum melakukan pembelian. Konsumen harus bersikap cermat dalam memilih barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhannya dan tidak tergiur oleh iklan yang berlebihan tanpa melakukan pengecekan lebih lanjut. Selain itu, mereka juga berkewajiban untuk melakukan pembayaran sesuai dengan kesepakatan serta tidak menyalahgunakan haknya, seperti mengajukan komplain atau *refund* secara tidak sah.⁵⁹

Pelaku usaha dalam *E-commerce* memiliki berbagai kewajiban yang harus dipatuhi agar transaksi berjalan dengan transparan dan adil. Mereka wajib memberikan informasi yang benar dan tidak menyesatkan mengenai produk yang

⁵⁷ *Ibid*

⁵⁸ Dewi, S. (2021). *Hukum Perlindungan Konsumen dan Tindak Pidana E-Commerce*. Malang: Setara Press. halaman 102.

⁵⁹ Ernawati, L. (2020). *Hukum dan Kebijakan Perlindungan Konsumen*. Surabaya: Airlangga University Press. halaman 56.

dijual, termasuk spesifikasi, harga, dan kebijakan pengembalian. Selain itu, pelaku usaha juga harus menjamin bahwa barang yang dikirimkan sesuai dengan deskripsi yang diberikan kepada konsumen. Jika terjadi ketidaksesuaian atau cacat produk, mereka wajib memberikan solusi seperti penggantian barang atau pengembalian dana sesuai dengan peraturan yang berlaku.⁶⁰

Pelaku usaha juga memiliki kewajiban untuk menjaga keamanan data pribadi konsumen. Dalam transaksi digital, data seperti alamat, nomor telepon, dan informasi keuangan sangat rentan terhadap penyalahgunaan. Oleh karena itu, pelaku usaha diwajibkan untuk menggunakan sistem keamanan yang memadai guna melindungi informasi pelanggan dari kebocoran atau akses ilegal oleh pihak lain. Kepatuhan terhadap regulasi terkait perlindungan data akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap bisnis *E-commerce*.⁶¹

Pemerintah sebagai regulator juga memiliki peran dalam memastikan kepatuhan terhadap aturan serta memberikan sanksi kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan. Di sisi lain, konsumen harus semakin sadar akan hak-haknya agar dapat mengambil langkah yang tepat jika mengalami kerugian dalam transaksi digital.⁶²

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) merupakan regulasi utama yang mengatur hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha dalam transaksi perdagangan, termasuk *E-commerce*. Undang-undang ini bertujuan untuk memberikan perlindungan hukum bagi konsumen dari

⁶⁰ Ernawati, L. (2023). *Perlindungan Konsumen di Era Digital*. Surabaya: Airlangga University Press. halaman 56.

⁶¹ *Ibid*

⁶² Fauzi, M. (2020). *Transaksi Elektronik dan Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana. halaman 78.

praktik usaha yang tidak jujur, menyesatkan, atau merugikan. Dalam konteks *E-commerce*, UUPK berperan dalam mengatur standar transaksi, memastikan kejelasan informasi produk, serta memberikan jalur hukum bagi konsumen yang mengalami kerugian akibat transaksi digital.⁶³

Salah satu aspek penting dalam UUPK adalah pengakuan terhadap hak-hak dasar konsumen. Konsumen berhak mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang atau jasa yang dibeli, termasuk harga, spesifikasi, serta kebijakan pengembalian jika terjadi masalah. Hak lainnya mencakup hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang atau jasa, serta hak untuk mengajukan keluhan atau ganti rugi jika mengalami kerugian akibat produk yang tidak sesuai dengan deskripsi atau memiliki cacat tersembunyi.⁶⁴

UUPK juga mewajibkan pelaku usaha untuk bertindak secara transparan dan bertanggung jawab dalam menjual barang dan jasa, termasuk di ranah digital. Pelaku usaha dilarang memberikan informasi yang menyesatkan atau tidak sesuai dengan fakta yang sebenarnya. Mereka juga harus menjamin kualitas produk yang dijual serta memastikan bahwa layanan purna jual, seperti pengembalian barang atau penggantian produk, dapat berjalan dengan baik. Kewajiban ini bertujuan untuk menciptakan hubungan dagang yang sehat dan mencegah praktik curang yang dapat merugikan konsumen.⁶⁵

UUPK memberikan mekanisme penyelesaian sengketa jika terjadi pelanggaran hak konsumen. Penyelesaian dapat dilakukan melalui jalur non-

⁶³*Ibid*

⁶⁴Gunawan, T. (2022). *Hukum Siber dan Perlindungan Konsumen*. Bandung: Alumni. halaman 134.

⁶⁵Dewi, P. (2023). *Perlindungan Konsumen di Dunia Maya*. Malang: Setara Press. halaman 102.

litigasi, seperti mediasi atau penyelesaian sengketa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), atau melalui jalur litigasi dengan mengajukan gugatan perdata di pengadilan. Dengan adanya mekanisme ini, konsumen memiliki jalur hukum yang jelas untuk menuntut haknya dan memperoleh ganti rugi jika mengalami kerugian akibat tindakan pelaku usaha yang melanggar ketentuan UUPK.⁶⁶

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) merupakan regulasi utama yang mengatur aspek hukum dalam dunia digital di Indonesia, termasuk perlindungan konsumen dalam transaksi *E-commerce*. Namun, seiring dengan perkembangan teknologi dan meningkatnya penggunaan transaksi digital, UU ITE mengalami berbagai tantangan dalam implementasinya. Oleh karena itu, pada tahun 2016, pemerintah melakukan revisi terhadap UU ITE melalui Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 guna mengatasi permasalahan yang muncul dan menyesuaikan regulasi dengan kondisi terkini.⁶⁷

Salah satu perubahan signifikan dalam revisi UU ITE adalah terkait dengan pengaturan ulang ketentuan mengenai pencemaran nama baik dan penghinaan dalam ruang digital. Sebelumnya, Pasal 27 ayat (3) UU ITE dianggap terlalu luas dan sering disalahgunakan untuk menjerat individu dalam kasus yang berkaitan dengan kebebasan berpendapat. Dalam perubahan tahun 2016, aturan ini diperjelas dengan mengacu pada definisi pencemaran nama baik dalam Kitab Undang-

⁶⁶Hidayat, R. (2021). *Perlindungan Hukum Konsumen dalam E-Commerce*. Semarang: Universitas Diponegoro Press. halaman 99.

⁶⁷Indrawati, S. (2023). *Regulasi E-Commerce dan Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika. halaman 112.

Undang Hukum Pidana (KUHP), sehingga dapat mengurangi potensi kriminalisasi terhadap ekspresi yang sah di dunia maya⁶⁸.

Perubahan lainnya dalam UU ITE adalah penyesuaian ancaman pidana untuk beberapa pelanggaran. Misalnya, hukuman pidana untuk tindak pidana penghinaan dan pencemaran nama baik yang sebelumnya memiliki ancaman maksimal enam tahun penjara dikurangi menjadi maksimal empat tahun. Dengan perubahan ini, pelaku yang terjerat kasus penghinaan tidak lagi bisa langsung ditahan, karena hukum di Indonesia mengatur bahwa penahanan hanya dapat dilakukan untuk kejahatan dengan ancaman pidana di atas lima tahun. Hal ini bertujuan untuk menyeimbangkan antara perlindungan individu dan kebebasan berekspresi.⁶⁹

Revisi UU ITE juga memperkuat perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi elektronik. Dalam Pasal 28 ayat (1) yang direvisi, terdapat larangan lebih tegas bagi pelaku usaha atau individu yang menyebarkan informasi palsu atau menyesatkan terkait suatu produk atau jasa. Hal ini penting dalam konteks *E-commerce*, di mana sering terjadi kasus penipuan atau manipulasi informasi oleh pedagang daring. Konsumen yang merasa dirugikan akibat informasi palsu kini memiliki dasar hukum yang lebih kuat untuk menuntut pertanggungjawaban dari pelaku usaha yang melakukan praktik curang.⁷⁰

Perubahan lainnya yang berdampak pada transaksi digital adalah penguatan regulasi terkait kejahatan siber, termasuk perlindungan data pribadi. Dalam revisi

⁶⁸ Cahyono, A. S. (2022). *Aspek Hukum Transaksi Elektronik*. Bandung: Refika Aditama. halaman 89.

⁶⁹Junaidi, A. (2020). *Perlindungan Konsumen dalam Era Digitalisasi*. Yogyakarta: Deepublish. halaman 143.

⁷⁰Barkatullah, A. H. (2020). *Hukum Perlindungan Konsumen dan E-Commerce*. Yogyakarta: UII Press. halaman 67.

UU ITE, ketentuan mengenai akses ilegal ke sistem elektronik dan penyalahgunaan data diperjelas, memberikan perlindungan yang lebih baik bagi konsumen terhadap pencurian data pribadi di *platform E-commerce*. Regulasi ini menjadi sangat relevan dengan meningkatnya kasus kebocoran data dan pencurian identitas dalam transaksi *online*.⁷¹

Revisi UU ITE juga meningkatkan tanggung jawab penyedia layanan digital, termasuk *Marketplace* dan *platform E-commerce*. Mereka diwajibkan untuk lebih aktif dalam mencegah penyebaran informasi yang menyesatkan dan menindak pelanggaran yang terjadi di *platform* mereka. Dengan adanya regulasi ini, diharapkan konsumen mendapatkan lingkungan perdagangan yang lebih aman dan transparan.⁷²

Secara keseluruhan, revisi UU ITE melalui Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 memberikan perbaikan dalam aspek perlindungan hukum bagi masyarakat di dunia digital. Meski demikian, tantangan masih ada dalam implementasi regulasi ini, terutama dalam hal penegakan hukum dan edukasi bagi masyarakat mengenai hak-haknya dalam transaksi elektronik. Oleh karena itu, pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat perlu terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar regulasi yang ada dapat terus relevan dan efektif dalam memberikan perlindungan bagi konsumen.⁷³

Perkembangan pesat transaksi elektronik di Indonesia telah mendorong pemerintah untuk memperbarui regulasi yang mengatur perdagangan melalui

⁷¹Kusuma, H. (2021). *Aspek Hukum E-Commerce dan Perlindungan Konsumen*. Malang: UB Press. halaman 87.

⁷²Lestari, P. (2022). *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Online*. Bandung: Nuansa Cendekia. halaman 65.

⁷³Ali, Z. (2021). *Perlindungan Konsumen dalam Era Digital*. Jakarta: Sinar Grafika. halaman 45.

sistem elektronik (*E-commerce*). Salah satu regulasi utama yang mengatur sektor ini adalah Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). PP ini bertujuan untuk memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha dan konsumen dalam transaksi digital serta memastikan perlindungan konsumen dari berbagai risiko yang mungkin timbul, seperti penipuan dan penyalahgunaan data pribadi.⁷⁴

PP No. 80 Tahun 2019, terdapat ketentuan yang mengatur tanggung jawab pelaku usaha *E-commerce*, termasuk *Marketplace* dan penyedia *platform* digital. Pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur terkait produk atau jasa yang ditawarkan. Selain itu, mereka juga harus menyediakan mekanisme pengaduan yang dapat digunakan oleh konsumen jika mengalami masalah dalam transaksi. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap sistem perdagangan elektronik yang aman dan transparan.

Regulasi ini juga mempertegas hak-hak konsumen dalam transaksi digital, yang mencakup hak untuk mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan deskripsi yang diberikan, hak atas keamanan dalam bertransaksi, serta hak untuk mendapatkan kompensasi jika terjadi pelanggaran atau kerugian akibat transaksi yang merugikan. Jika produk yang diterima tidak sesuai dengan informasi yang diberikan oleh penjual, konsumen berhak untuk meminta pengembalian barang atau *refund* sesuai dengan kebijakan yang telah disepakati.⁷⁵

Salah satu poin penting dalam PP No. 80 Tahun 2019 adalah kewajiban pendaftaran bagi pelaku usaha *E-commerce*, baik yang berbasis di dalam negeri

⁷⁴ Mulyadi, S. (2023). *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Jakarta: Prenada Media. halaman 120.

⁷⁵ Nugroho, B. (2020). *E-Commerce dan Perlindungan Konsumen*. Surabaya: LaksBang Pressindo. halaman 77.

maupun luar negeri. Pelaku usaha yang beroperasi di Indonesia harus terdaftar di instansi terkait dan mematuhi regulasi perdagangan yang berlaku. Hal ini bertujuan untuk mencegah praktik usaha ilegal serta memastikan bahwa semua pelaku usaha memiliki tanggung jawab terhadap produk atau layanan yang mereka tawarkan.⁷⁶

Regulasi perlindungan konsumen dalam *E-commerce* juga diperkuat dengan adanya Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Permendag ini memberikan pedoman lebih rinci mengenai prosedur pendaftaran bagi pelaku usaha *E-commerce*, termasuk kewajiban memiliki izin usaha serta tata cara penyelenggaraan transaksi yang sesuai dengan prinsip perlindungan konsumen.⁷⁷

Permendag No. 50 Tahun 2020 juga memperketat aturan terkait iklan dan promosi di *E-commerce*. Pelaku usaha dilarang memberikan informasi yang menyesatkan atau bersifat manipulatif dalam pemasaran produk atau jasa mereka. Selain itu, *platform Marketplace* juga memiliki tanggung jawab dalam mengawasi dan memastikan bahwa produk yang dijual di dalam ekosistem mereka telah memenuhi ketentuan hukum yang berlaku, termasuk larangan penjualan barang palsu atau ilegal.⁷⁸

Pemerintah juga memperkenalkan ketentuan perlindungan data pribadi dalam transaksi *E-commerce* melalui berbagai regulasi tambahan, termasuk Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) yang baru disahkan.

⁷⁶Khotimah, C. A. (2021). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online (E-Commerce). *Business Law Review*, 1(1), 23–30.

⁷⁷Oktaviani, R. (2021). *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Digital*. Yogyakarta: Graha Ilmu. halaman 98.

⁷⁸Saragih, A. E., Bagaskara, M. F., & Mulyadi. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce. *Civilia*, 1(1), 45–53.

Regulasi ini mengharuskan pelaku usaha digital untuk menjaga kerahasiaan dan keamanan data pengguna serta memberikan hak kepada konsumen untuk mengontrol data pribadi mereka. Pelanggaran terhadap ketentuan ini dapat dikenakan sanksi administratif hingga pidana.⁷⁹

Secara keseluruhan, perubahan dan penyesuaian regulasi dalam sektor *E-commerce* menunjukkan komitmen pemerintah dalam menciptakan ekosistem perdagangan digital yang lebih aman, transparan, dan bertanggung jawab. Namun, tantangan dalam implementasi regulasi ini tetap ada, terutama dalam memastikan kepatuhan dari seluruh pelaku usaha serta meningkatkan kesadaran konsumen mengenai hak-haknya dalam transaksi digital. Oleh karena itu, kerja sama antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat sangat diperlukan untuk meningkatkan efektivitas perlindungan konsumen dalam ekosistem *E-commerce* di Indonesia.⁸⁰

Perdagangan elektronik atau *E-commerce* di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, sehingga pemerintah perlu menyesuaikan regulasi agar dapat mengatur ekosistem perdagangan digital dengan lebih efektif. Salah satu regulasi penting dalam hal ini adalah Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 50 Tahun 2020 yang mengatur tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Regulasi ini bertujuan untuk menciptakan transaksi yang lebih

⁷⁹Tambunan, S. F. A., & Nasution, M. I. P. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Di E-Commerce. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB)*, 2(1), 5–7

⁸⁰ *Ibid*

aman bagi konsumen serta memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha yang beroperasi dalam perdagangan digital.⁸¹

Salah satu poin utama dalam Permendag No. 50 Tahun 2020 adalah kewajiban perizinan bagi pelaku usaha *E-commerce*. Semua pelaku usaha yang melakukan transaksi secara elektronik, baik yang berbasis di Indonesia maupun di luar negeri tetapi menjual produk ke konsumen Indonesia, diwajibkan untuk mendaftarkan usahanya. Perusahaan yang beroperasi sebagai *Marketplace*, *e-retailer*, atau *platform* digital harus memiliki izin usaha dan mematuhi ketentuan perdagangan yang berlaku di Indonesia. Dengan adanya aturan ini, pemerintah dapat mengawasi kegiatan usaha secara lebih transparan dan mengurangi potensi penyalahgunaan dalam *E-commerce*.⁸²

Regulasi ini juga mengatur kewajiban pelaku usaha dalam memberikan informasi yang jelas dan benar mengenai barang atau jasa yang dijual. Informasi yang harus disediakan meliputi spesifikasi produk, harga, mekanisme pembayaran, serta kebijakan pengembalian barang jika terjadi ketidaksesuaian. Hal ini bertujuan untuk melindungi konsumen dari praktik perdagangan yang tidak adil, seperti informasi yang menyesatkan atau produk yang tidak sesuai dengan deskripsi.⁸³

Permendag No. 50 Tahun 2020 juga memberikan ketentuan yang lebih ketat. Pelaku usaha dilarang melakukan iklan atau promosi yang bersifat manipulatif,

⁸¹Sulistianingsih, D., Utami, M. D., & Adhi, Y. P. (2023). Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi E-commerce sebagai Tantangan Bisnis di Era Global. *Jurnal Mercatoria*, 16(2), 119–128.

⁸²Izazi, F. S., Sajena, P., Kirana, R. S., & Marsaulina, K. (2024). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. *Leuser: Jurnal Hukum Nusantara*, 1(2), 8–14.

⁸³Haipon, H., Pujiningsih, D., Hayatulah, G. E., Harimurti, D. A., & Fitriani, Y. (2024). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(12).

menyesatkan, atau mengandung klaim yang tidak dapat dipertanggungjawabkan. Iklan dan promosi harus transparan serta tidak boleh memberikan informasi palsu mengenai harga diskon, kualitas produk, atau ketersediaan barang. Dengan adanya regulasi ini, diharapkan praktik pemasaran yang lebih jujur dan adil dapat diterapkan dalam ekosistem *E-commerce*.⁸⁴

Permendag ini juga mengatur tentang tanggung jawab *Marketplace* atau penyelenggara *platform* digital. *Marketplace* wajib memastikan bahwa penjual yang beroperasi di dalam *platform* mereka mematuhi regulasi yang berlaku. Ini termasuk memastikan bahwa produk yang dijual tidak melanggar ketentuan hukum, seperti barang palsu, ilegal, atau produk yang tidak memenuhi standar keamanan. *Marketplace* juga diwajibkan untuk menyediakan mekanisme pengaduan yang dapat diakses oleh konsumen jika terjadi sengketa atau masalah dalam transaksi.⁸⁵

Regulasi ini juga memperhatikan pelaku usaha asing yang menjual produk ke Indonesia. Pelaku usaha luar negeri yang memiliki konsumen di Indonesia diwajibkan untuk menunjuk perwakilan di Indonesia dan mendaftarkan usaha mereka agar dapat diawasi oleh pemerintah. Ketentuan ini bertujuan untuk memastikan bahwa pelaku usaha asing juga bertanggung jawab terhadap transaksi yang dilakukan dengan konsumen Indonesia, sehingga perlindungan konsumen dapat lebih terjamin.⁸⁶

⁸⁴ Haryono, H., Soeprijanto, T., & Nisa, L. K. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce dalam Hal Wanprestasi. *Jurnal Inovasi Pembelajaran Di Sekolah*, 4(1), 208–213.

⁸⁵ Basri, H. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Melakukan Transaksi E-Commerce Ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Pamulang Law Review*, 2(2), 131.

⁸⁶ Fista, Y. L., Machmud, A., & Suartini, S. (2023). Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Binamulia Hukum*, 12(1), 177–189.

B. Bentuk Pertanggungjawaban Hukum Pelaku Usaha *E-commerce* yang Menjual Barang Palsu.

Prinsip tanggung jawab hukum pelaku usaha menjadi aspek penting untuk memastikan keadilan bagi konsumen. Prinsip tanggung jawab ini mengacu pada berbagai regulasi yang mengatur perdagangan elektronik, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU No. 8 Tahun 1999), Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE No. 11 Tahun 2008 jo. UU No. 19 Tahun 2016), serta Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Regulasi ini menetapkan bahwa pelaku usaha, baik penjual maupun penyedia *platform E-commerce*, memiliki kewajiban untuk menjamin keaslian barang dan melindungi hak konsumen.⁸⁷

Salah satu prinsip utama dalam tanggung jawab pelaku usaha adalah prinsip akuntabilitas, di mana pelaku usaha bertanggung jawab penuh terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Ini berarti mereka wajib memastikan bahwa barang yang dijual sesuai dengan deskripsi yang diberikan, tidak menyesatkan, dan tidak melanggar ketentuan hukum yang berlaku. Jika terjadi penjualan barang palsu atau tidak sesuai, pelaku usaha harus memberikan kompensasi kepada konsumen sesuai dengan mekanisme yang telah ditetapkan.

Terdapat prinsip transparansi, di mana pelaku usaha wajib memberikan informasi yang jelas dan benar mengenai produk yang dijual. Informasi tersebut meliputi spesifikasi produk, harga, metode pembayaran, serta kebijakan pengembalian barang jika terjadi ketidaksesuaian. Prinsip ini diatur dalam Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen, yang menyatakan bahwa konsumen berhak atas

⁸⁷Fauziah, N. (2021). *Transaksi Online dan Perlindungan Hukum Konsumen*. Jakarta: Kencana. halaman 78.

informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan jasa. Jika informasi yang diberikan oleh pelaku usaha terbukti menyesatkan, mereka dapat dikenai sanksi administratif maupun pidana.⁸⁸

Prinsip lainnya adalah prinsip kewajaran dan keadilan, yang mengacu pada tanggung jawab pelaku usaha untuk tidak melakukan praktik perdagangan yang merugikan konsumen. Dalam *E-commerce*, banyak terjadi kasus di mana konsumen menerima barang yang tidak sesuai dengan iklan atau deskripsi produk. Oleh karena itu, regulasi seperti Permendag No. 50 Tahun 2020 mengatur bahwa *Marketplace* harus ikut bertanggung jawab dalam memastikan bahwa produk yang diperdagangkan dalam *platform* mereka memenuhi standar dan tidak menyesatkan konsumen.⁸⁹

Pelaku usaha dalam transaksi elektronik juga harus menerapkan prinsip perlindungan konsumen. Hal ini mencakup jaminan terhadap hak konsumen untuk memperoleh barang berkualitas dan hak untuk mengajukan komplain atau pengembalian barang jika terjadi ketidaksesuaian. Dalam Pasal 19 UU Perlindungan Konsumen, disebutkan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi jika barang atau jasa yang diberikan tidak sesuai dengan perjanjian, termasuk dalam hal penjualan barang palsu.⁹⁰

prinsip tanggung jawab dalam *E-commerce* juga mencakup prinsip kehati-hatian (*duty of care*). Pelaku usaha harus memastikan bahwa produk yang dijual telah melalui standar kualitas tertentu dan tidak merugikan konsumen. Jika pelaku

⁸⁸Gunawan, T. (2023). *Cyber Law dan Perlindungan Konsumen*. Bandung: Alumni. halaman 134.

⁸⁹Hidayati, R. (2020). *Perlindungan Konsumen dalam E-Commerce di Indonesia*. Semarang: Universitas Diponegoro Press. halaman 99.

⁹⁰Indriani, S. (2022). *Regulasi E-Commerce dan Hak Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika. halaman 112.

usaha diketahui dengan sengaja menjual barang palsu atau barang yang dapat membahayakan konsumen, mereka dapat dikenai sanksi pidana sesuai dengan Pasal 62 UU Perlindungan Konsumen, dengan ancaman hukuman penjara maksimal 5 tahun dan denda maksimal Rp2 miliar.⁹¹

Marketplace atau *platform E-commerce* juga memiliki tanggung jawab berdasarkan prinsip *co-liability*, yang berarti mereka tidak hanya sebagai perantara tetapi juga harus ikut bertanggung jawab dalam memastikan keamanan transaksi dan keaslian barang yang diperjualbelikan. Jika ditemukan barang palsu di dalam *Marketplace*, penyedia *platform* dapat dikenai sanksi administratif, termasuk pencabutan izin atau pemblokiran akses *platform*, sesuai dengan ketentuan dalam PP No. 80 Tahun 2019.⁹²

Terdapat beberapa jenis pelaku usaha yang berperan dalam transaksi digital. Setiap jenis pelaku usaha memiliki karakteristik, model bisnis, serta tanggung jawab hukum yang berbeda sesuai dengan regulasi yang berlaku di Indonesia, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU No. 8 Tahun 1999), Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), serta Permendag No. 50 Tahun 2020. Dalam konteks perlindungan konsumen, setiap pelaku usaha wajib menjamin keaslian produk yang dijual serta tidak menyesatkan konsumen.⁹³

⁹¹Junaidi, A. (2023). *Era Digitalisasi dan Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta: Deepublish. halaman 143.

⁹²Kusuma, H. (2020). *E-Commerce: Aspek Hukum dan Perlindungan Konsumen*. Malang: UB Press. halaman 87.

⁹³Lestari, P. (2021). *Transaksi Online dan Perlindungan Konsumen*. Bandung: Nuansa Cendekia. halaman 65.

Marketplace adalah *platform* digital yang menjadi perantara antara penjual dan pembeli dalam transaksi *E-commerce*. Contoh *Marketplace* yang populer di Indonesia adalah Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, dan Blibli. Dalam model bisnis ini, *Marketplace* tidak secara langsung menjual barang, tetapi menyediakan tempat bagi penjual untuk menawarkan produk mereka.⁹⁴

Regulasi Permendag No. 50 Tahun 2020, *Marketplace* memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa produk yang dijual di dalam *platform* mereka tidak melanggar hukum, termasuk dalam hal peredaran barang palsu. Jika *Marketplace* ditemukan membiarkan penjualan barang ilegal atau tidak asli, pemerintah dapat memberikan sanksi berupa teguran, denda administratif, hingga pencabutan izin usaha atau pemblokiran akses *platform*. Oleh karena itu, *Marketplace* diwajibkan untuk memiliki mekanisme pengawasan dan sistem pengaduan bagi konsumen yang mengalami masalah dalam transaksi.⁹⁵

Platform digital memiliki peran yang hampir mirip dengan *Marketplace*, tetapi lebih luas karena mereka tidak hanya memfasilitasi transaksi jual beli barang, tetapi juga jasa dan layanan digital. Contohnya adalah Gojek, Grab, dan Traveloka, yang menawarkan layanan seperti pemesanan transportasi, akomodasi, hingga layanan keuangan.

Platform digital juga diwajibkan untuk memastikan bahwa layanan yang mereka sediakan tidak menyesatkan konsumen. Jika terdapat penipuan atau penyalahgunaan data pribadi, *platform* digital dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Perlindungan Konsumen dan UU ITE. Selain itu, dengan diterapkannya UU

⁹⁴Mulyadi, S. (2022). *Perlindungan Konsumen di Indonesia: Perspektif Hukum*. Jakarta: Prenada Media. halaman 120.

⁹⁵Nugroho, B. (2023). *Hukum E-Commerce dan Perlindungan Konsumen*. Surabaya: LaksBang Pressindo. halaman 77.

Perlindungan Data Pribadi (UU PDP), *platform* digital juga harus menjamin keamanan data pengguna serta tidak menyalahgunakan informasi pribadi konsumen untuk kepentingan komersial tanpa izin.⁹⁶

Marketplace adalah individu atau bisnis yang menjual kembali produk dari produsen atau distributor tanpa melakukan perubahan terhadap barang tersebut. *Marketplace* biasanya membeli produk dalam jumlah besar dengan harga lebih murah, lalu menjualnya kembali dengan harga yang lebih tinggi untuk mendapatkan keuntungan. Model bisnis ini banyak digunakan di *E-commerce* dan media sosial, terutama untuk produk fashion, kosmetik, dan elektronik.⁹⁷

Marketplace memiliki kewajiban untuk memastikan bahwa produk yang mereka jual adalah asli dan sesuai dengan deskripsi yang diberikan. Jika *Marketplace* terbukti menjual barang palsu atau produk yang tidak sesuai, mereka dapat dikenai sanksi berdasarkan UU Perlindungan Konsumen Pasal 8, yang melarang pelaku usaha menjual barang yang tidak sesuai dengan klaim yang mereka berikan. Konsumen yang dirugikan juga dapat menuntut ganti rugi atau melaporkan *Marketplace* ke otoritas terkait.⁹⁸

Dropshipping adalah model bisnis di mana penjual (*Dropshipper*) tidak memiliki stok barang sendiri, tetapi bekerja sama dengan pemasok (*supplier*) yang akan mengirimkan produk langsung ke pelanggan atas nama *Dropshipper*. Dengan

⁹⁶ Oktaviani, R. (2020). *Digitalisasi dan Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu. halaman 98.

⁹⁷Tambunan, S. F. A., & Nasution, M. I. P. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Di E-Commerce. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB)*, 2(1), 5–7

⁹⁸Ghozali, F. A., & Hardyanthi, T. (2024). Perlindungan Konsumen pada Platform E-Commerce: Regulasi dan Peran Pemerintah. *Ethics and Law Journal: Business and Notary*, 2(3), 136–141.

kata lain, *Dropshipper* hanya bertindak sebagai perantara antara *supplier* dan pembeli, biasanya melalui *Marketplace* atau media sosial.⁹⁹

Dropshipper tetap dianggap sebagai pelaku usaha karena mereka bertanggung jawab atas produk yang dijual kepada konsumen. Jika barang yang dikirimkan oleh *supplier* ternyata palsu atau tidak sesuai dengan deskripsi, *Dropshipper* tetap dapat dituntut oleh konsumen berdasarkan Pasal 19 UU Perlindungan Konsumen, yang mengatur bahwa pelaku usaha bertanggung jawab atas ganti rugi jika barang yang dikirim tidak sesuai dengan perjanjian. Oleh karena itu, *Dropshipper* harus berhati-hati dalam memilih *supplier* untuk menghindari risiko hukum yang dapat merugikan bisnis mereka.¹⁰⁰

Semua jenis pelaku usaha di *E-commerce* memiliki tanggung jawab untuk memastikan keaslian dan kualitas produk yang dijual. Dalam regulasi yang telah disebutkan sebelumnya, terdapat beberapa prinsip tanggung jawab yang harus diterapkan, seperti prinsip akuntabilitas, transparansi, dan perlindungan konsumen. Jika terjadi pelanggaran, seperti penjualan barang palsu, maka pelaku usaha dapat dikenai sanksi hukum yang bervariasi, tergantung pada tingkat keterlibatan mereka dalam transaksi.¹⁰¹

Marketplace dan *platform* digital memiliki tanggung jawab lebih besar karena mereka menjadi fasilitator transaksi yang melibatkan banyak pihak. Oleh karena itu, mereka diwajibkan untuk memiliki sistem pengawasan yang lebih ketat serta mekanisme penyelesaian sengketa bagi konsumen yang mengalami kerugian.

⁹⁹Handriani, A. (2020). Perlindungan Konsumen Dalam Perjanjian Transaksi Jual Beli Online. *Pamulang Law Review*, 3(2), 127–138

¹⁰⁰Kusuma, H. (2021). Tanggung Jawab Pelaku Usaha dalam Transaksi E-Commerce Menurut Hukum Perlindungan Konsumen. *Jurnal Hukum dan Peradilan*, 10(1), 89–102.

¹⁰¹Lestari, P. (2022). Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, 29(2), 211–230.

Sementara itu, *Marketplace* dan *Dropshipper* juga harus memastikan bahwa mereka hanya menjual produk yang sah dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk menghindari tuntutan hukum dari konsumen.¹⁰²

Pertanggungjawaban atas penjualan barang palsu dapat dikategorikan sebagai Perbuatan Melawan Hukum (PMH) sebagaimana diatur dalam Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata). Pasal ini menyatakan bahwa "Tiap perbuatan yang melanggar hukum dan membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut."¹⁰³

Agar suatu tindakan dapat dikategorikan sebagai Perbuatan Melawan Hukum (PMH) menurut Pasal 1365 KUH Perdata, harus memenuhi empat unsur, yaitu:¹⁰⁴

1. Adanya perbuatan yang melawan hukum – Menjual barang palsu termasuk dalam kategori perbuatan yang melanggar hukum karena bertentangan dengan UU Perlindungan Konsumen (UU No. 8 Tahun 1999) serta prinsip perdagangan yang sehat dan jujur.
2. Adanya kesalahan dari pelaku – Penjual dapat dianggap bersalah jika mereka mengetahui bahwa barang yang dijual adalah palsu tetapi tetap memasarkannya tanpa memberi tahu konsumen.

¹⁰²Mulyadi, S. (2023). Analisis Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 20(1), 45–60.

¹⁰³ *Ibid*

¹⁰⁴ Nugroho, B. (2020). Peran Pemerintah dalam Melindungi Konsumen di Era Digital. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, 50(3), 367–384.

3. Adanya kerugian yang diderita oleh pihak lain – Konsumen mengalami kerugian baik secara materiil (keuangan) maupun immateriil (kekecewaan atau kehilangan kepercayaan).
4. Adanya hubungan sebab akibat antara perbuatan dan kerugian – Kerugian yang dialami oleh konsumen harus dapat dibuktikan sebagai akibat langsung dari pembelian barang palsu.

Berdasarkan Pasal 1365 KUH Perdata, bentuk ganti rugi yang dapat diminta oleh konsumen yang dirugikan mencakup Ganti rugi materiil, yaitu penggantian dalam bentuk uang yang sesuai dengan jumlah kerugian yang diderita oleh konsumen. Misalnya, jika konsumen membeli barang elektronik yang ternyata palsu dan mengalami kerusakan, maka penjual wajib mengganti sejumlah uang yang telah dibayarkan.¹⁰⁵

Ganti rugi immateriil, yaitu penggantian atas kerugian non-materiil seperti ketidaknyamanan, stres, atau hilangnya kepercayaan terhadap penjual. Dalam praktik hukum, ganti rugi immateriil sulit diukur tetapi tetap dapat dituntut dalam kasus tertentu.¹⁰⁶

Perbuatan menjual barang palsu juga diatur dalam UU Perlindungan Konsumen Pasal 19, yang menyatakan bahwa pelaku usaha yang merugikan konsumen harus memberikan ganti rugi dalam bentuk Pengembalian uang, Penggantian barang dengan barang yang sejenis atau setara, Perawatan atau

¹⁰⁵Oktaviani, R. (2021). Sengketa Konsumen dalam Transaksi E-Commerce dan Penyelesaiannya. *Jurnal Hukum Bisnis*, 40(2), 155–170.

¹⁰⁶*Ibid*

perbaikan tanpa biaya tambahan, Ganti rugi dalam bentuk lain yang disepakati oleh kedua belah pihak.¹⁰⁷

Ditinjau jika konsumen mengalami kerugian akibat barang palsu, mereka dapat menuntut ganti rugi dengan mengajukan gugatan ke Pengadilan Negeri berdasarkan Pasal 1365 KUH Perdata. Prosesnya meliputi, Konsumen mengumpulkan bukti transaksi dan barang palsu yang dibeli, selanjutnya Konsumen mengajukan gugatan ke pengadilan terhadap penjual atau *Marketplace* yang bertanggung jawab. Setelah itu Pengadilan akan memeriksa unsur-unsur PMH dalam kasus tersebut. Jika terbukti, pengadilan akan memutuskan besaran ganti rugi yang harus dibayarkan oleh penjual.¹⁰⁸

Pertanggungjawaban hukum tidak hanya berlaku bagi penjual individu tetapi juga bagi *Marketplace* yang memfasilitasi penjualan barang palsu. Berdasarkan PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), *Marketplace* wajib melakukan pengawasan terhadap barang yang dijual di *platform* mereka. Jika *Marketplace* tidak melakukan pengawasan yang memadai dan membiarkan penjualan barang palsu, mereka dapat dimintai pertanggungjawaban secara perdata berdasarkan Pasal 1365 KUH Perdata dengan alasan kelalaian (*negligence*).¹⁰⁹

Penjualan barang palsu tidak hanya merugikan konsumen, tetapi juga merugikan industri, terutama produsen asli yang kehilangan pendapatan akibat peredaran barang ilegal. Selain itu, penjualan barang palsu juga dapat berdampak

¹⁰⁷ Prasetyo, A. (2022). Perlindungan Konsumen terhadap Produk Palsu dalam Transaksi E-Commerce. *Jurnal Hukum dan Keadilan*, 9(1), 99–115.

¹⁰⁸ Qodariah, L. (2023). Implementasi Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Hukum Responsif*, 11(2), 203–220.

¹⁰⁹ Rahmawati, D. (2020). Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce: Tinjauan Hukum dan Implementasi. *Jurnal Hukum dan Kebijakan Publik*, 6(1), 55–70.

pada ekonomi negara karena berkurangnya pendapatan pajak dari produk asli. Oleh karena itu, pemerintah semakin memperketat regulasi terkait *E-commerce* dan perdagangan digital untuk mencegah penyebaran barang palsu di pasar.¹¹⁰

Berdasarkan Pasal 1365 KUH Perdata, penjual yang menjual barang palsu dapat diminta untuk mengganti kerugian yang dialami oleh konsumen. Bentuk pertanggungjawaban dapat berupa ganti rugi materiil maupun immateriil, sesuai dengan tingkat kerugian yang diderita oleh konsumen. Proses hukum dapat dilakukan melalui pengadilan atau Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).¹¹¹

Marketplace yang memfasilitasi transaksi juga memiliki tanggung jawab hukum dalam mengawasi produk yang dijual di *platform* mereka. Dengan adanya regulasi yang semakin ketat, diharapkan perlindungan konsumen dalam *E-commerce* dapat semakin terjamin, dan pelaku usaha lebih berhati-hati dalam memastikan keaslian produk yang mereka tawarkan.¹¹²

Hubungan hukum antara penjual dan pembeli didasarkan pada perjanjian jual beli, yang merupakan kontrak antara kedua belah pihak. Dalam hukum perdata Indonesia, perjanjian ini tunduk pada ketentuan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata).¹¹³

Khususnya Pasal 1313 tentang perjanjian dan Pasal 1457 tentang jual beli. Perjanjian jual beli *online* juga memiliki karakteristik khusus karena dilakukan

¹¹⁰Astuti, R. (2021). *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik*. Jakarta: Rajawali Pers. halaman 45.

¹¹¹Cahyani, D. (2020). *Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam E-Commerce*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. halaman 80

¹¹²*Ibid*

¹¹³Dewi, S. (2021). *Hukum Perlindungan Konsumen dan Tindak Pidana E-Commerce*. Malang: Setara Press. halaman 102.

melalui media elektronik, sehingga tunduk pada Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE).¹¹⁴

Setiap perjanjian, termasuk dalam transaksi jual beli *online*, harus memenuhi syarat sah perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata, yaitu, Kesepakatan para pihak, Kecakapan para pihak untuk membuat perjanjian, Adanya objek tertentu yang diperjanjikan, Sebab yang halal.¹¹⁵

Kesepakatan biasanya terjadi ketika pembeli melakukan checkout dan pembayaran, sedangkan objek yang diperjanjikan adalah barang atau jasa yang ditawarkan oleh penjual. Oleh karena itu, apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan yang diperjanjikan, maka penjual dapat dimintai pertanggungjawaban berdasarkan hukum kontrak.¹¹⁶

Perjanjian jual beli *online* juga dilindungi oleh UU Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, yang memberikan hak kepada konsumen untuk mendapatkan barang sesuai dengan yang diperjanjikan. Jika konsumen menerima barang yang tidak sesuai, mereka dapat mengajukan keluhan kepada penjual, meminta pengembalian dana, atau melaporkan pelanggaran kepada pihak berwenang seperti Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) atau Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).¹¹⁷

Transaksi *E-commerce* yang menggunakan *platform Marketplace*, biasanya tersedia fasilitas escrow payment, di mana dana yang dibayarkan oleh pembeli baru

¹¹⁴ Ernawati, L. (2023). *Perlindungan Konsumen di Era Digital*. Surabaya: Airlangga University Press. halaman 56.

¹¹⁵ *Ibid*

¹¹⁶ *Ibid*

¹¹⁷ Fauzi, M. (2020). *Transaksi Elektronik dan Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana. halaman 78.

akan diteruskan kepada penjual setelah barang diterima dalam kondisi baik. Jika terjadi ketidaksesuaian barang, pembeli dapat menggunakan mekanisme *refund* atau return policy yang disediakan oleh *platform*.¹¹⁸

Marketplace juga dapat dimintai pertanggungjawaban jika mereka tidak melakukan pengawasan yang cukup terhadap transaksi yang terjadi di *platform* mereka. Berdasarkan PP No. 80 Tahun 2019 tentang PMSE, *Marketplace* diwajibkan untuk menyediakan sistem pengaduan bagi konsumen serta mekanisme penyelesaian sengketa jika terjadi pelanggaran perjanjian jual beli.¹¹⁹

Tanggung jawab *Marketplace* umumnya terbatas pada menyediakan wadah transaksi, kecuali jika terbukti bahwa mereka secara aktif terlibat dalam penjualan barang yang bermasalah. Oleh karena itu, *Marketplace* biasanya memiliki syarat dan ketentuan layanan (terms and conditions) yang mengatur sejauh mana tanggung jawab mereka terhadap transaksi yang terjadi di dalam *platform*.¹²⁰

Jika terjadi perselisihan akibat wanprestasi dalam perjanjian jual beli *online*, penyelesaian dapat dilakukan melalui beberapa cara:

- a. Negosiasi langsung antara pembeli dan penjual untuk mencapai kesepakatan yang menguntungkan kedua belah pihak.
- b. Melalui *platform E-commerce*, jika transaksi dilakukan di *Marketplace* yang memiliki kebijakan perlindungan konsumen.
- c. Pengaduan ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), yang dapat membantu menyelesaikan sengketa tanpa harus melalui pengadilan.

¹¹⁸ Gunawan, T. (2022). *Hukum Siber dan Perlindungan Konsumen*. Bandung: Alumni. halaman 134

¹¹⁹Hidayat, R. (2021). *Perlindungan Hukum Konsumen dalam E-Commerce*. Semarang: Universitas Diponegoro Press. halaman 99.

¹²⁰ *Ibid*

- d. Mengajukan gugatan ke pengadilan negeri, jika penyelesaian lain tidak berhasil dan konsumen mengalami kerugian yang signifikan.

Penjualan barang palsu tidak hanya menimbulkan tanggung jawab perdata dan kontraktual, tetapi juga tanggung jawab pidana. Hal ini karena tindakan menjual barang palsu dapat merugikan konsumen secara finansial dan membahayakan keselamatan mereka, terutama jika barang tersebut berupa obat, makanan, atau produk elektronik.¹²¹

Berdasarkan berbagai regulasi, pelaku usaha yang menjual barang palsu dapat dikenakan sanksi pidana berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU No. 8 Tahun 1999), Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP), dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE No. 11 Tahun 2008 jo. UU No. 19 Tahun 2016).¹²²

UU Perlindungan Konsumen melarang praktik bisnis yang menyesatkan dan merugikan konsumen. Pasal 8 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang:¹²³

- 1) memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 2) memproduksi dan/atau memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan berat, jumlah, atau ukuran yang sebenarnya.
- 3) memproduksi dan/atau memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan kualitas, tingkat, komposisi, atau manfaat sebagaimana yang dinyatakan dalam label, iklan, atau promosi.

¹²¹Indrawati, S. (2023). *Regulasi E-Commerce dan Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika. halaman 112.

¹²² *Ibid*

¹²³ *Ibid*

Berbicara jika pelaku usaha terbukti melanggar ketentuan ini, mereka dapat dikenakan sanksi pidana sebagaimana diatur dalam Pasal 62 UU Perlindungan Konsumen, yaitu pidana penjara maksimal 5 tahun, atau Denda maksimal Rp2 miliar. Sanksi ini diberlakukan untuk memberikan efek jera bagi pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab dan memastikan bahwa hak konsumen terlindungi dalam setiap transaksi *E-commerce*.¹²⁴

Seiring dengan meningkatnya transaksi *E-commerce*, isu terkait penjualan barang palsu semakin menjadi perhatian. *Marketplace* dan *platform* digital seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan Lazada memiliki peran penting dalam memastikan keaslian produk yang dijual di *platform* mereka.¹²⁵

Sebagai perantara antara penjual dan konsumen, *platform* ini bertanggung jawab untuk menerapkan kebijakan yang dapat mencegah peredaran barang palsu serta melindungi hak konsumen. Oleh karena itu, *Marketplace* umumnya memiliki mekanisme verifikasi dan kebijakan yang ketat guna memastikan bahwa produk yang diperdagangkan sesuai dengan standar yang berlaku¹²⁶.

Marketplace besar seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan Lazada memiliki berbagai kebijakan yang dirancang untuk mencegah peredaran barang palsu. Salah satu kebijakan utama yang diterapkan adalah mekanisme verifikasi produk dan penjual. *Platform E-commerce* biasanya mengharuskan penjual untuk

¹²⁴ Junaidi, A. (2020). *Perlindungan Konsumen dalam Era Digitalisasi*. Yogyakarta: Deepublish. halaman 143.

¹²⁵ *Ibid*

¹²⁶ Kusuma, H. (2021). *Aspek Hukum E-Commerce dan Perlindungan Konsumen*. Malang: UB Press. halaman 87.

memberikan dokumen legal, sertifikat keaslian, atau bukti distribusi resmi sebelum dapat menjual produk tertentu, terutama untuk barang dengan merek terkenal.¹²⁷

Sebagai contoh, Shopee memiliki Shopee Mall, di mana hanya penjual resmi dan distributor berlisensi yang dapat berjualan di kategori tersebut. Tokopedia juga menerapkan *Official Store*, yang memastikan bahwa barang yang dijual berasal langsung dari produsen atau distributor resmi. Lazada memiliki program LazMall, yang memberikan jaminan keaslian produk kepada konsumen. Mekanisme ini bertujuan untuk membedakan penjual terpercaya dari penjual yang berpotensi menjual barang palsu.

Marketplace juga menyediakan mekanisme pelaporan bagi konsumen jika mereka menemukan produk yang diduga palsu. Konsumen dapat melaporkan produk atau toko yang mencurigakan, dan *platform* akan melakukan investigasi. Jika ditemukan pelanggaran, *platform* akan memberikan peringatan, menurunkan produk dari daftar pencarian, atau bahkan menutup toko penjual tersebut.

Contoh, Shopee memiliki Shopee *Guarantee*, yang memungkinkan konsumen untuk mendapatkan pengembalian dana jika produk yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi. Tokopedia juga menyediakan layanan Perlindungan Pembeli, yang memastikan bahwa dana tidak diberikan kepada penjual sebelum konsumen mengonfirmasi penerimaan barang yang sesuai.¹²⁸

Terdapat beberapa tanggung jawab *Marketplace* meskipun hanya berperan sebagai perantara, mereka tetap memiliki tanggung jawab dalam mengawasi dan memastikan keamanan transaksi. Pasal 10 PP No. 80 Tahun 2019 menegaskan

¹²⁷ Lestari, P. (2022). *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Online*. Bandung: Nuansa Cendekia. halaman 65.

¹²⁸ Mulyadi, S. (2023). *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Jakarta: Prenada Media. halaman 120.

bahwa penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik (PPMSE) wajib memastikan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.¹²⁹

Menjamin keaslian produk, banyak *Marketplace* bekerja sama dengan merek dan distributor resmi dalam bentuk program kemitraan. Sebagai contoh, Shopee memiliki *Shopee Brand Protection Program*, yang memungkinkan pemilik merek untuk mendaftarkan dan melaporkan produk palsu yang menggunakan merek mereka tanpa izin. Tokopedia juga memiliki *Tokopedia Official Store*, yang menjamin produk berasal langsung dari brand atau distributor resmi.¹³⁰

Marketplace masih menghadapi sejumlah tantangan dalam mencegah peredaran barang palsu. Salah satu tantangan utama adalah banyaknya jumlah penjual yang terdaftar di *platform*, sehingga sulit untuk melakukan verifikasi satu per satu. Selain itu, banyak penjual yang menggunakan identitas palsu atau membuat akun baru setelah akun lama ditutup, sehingga praktik penjualan barang palsu terus berulang.¹³¹

Tantangan lainnya adalah kurangnya kesadaran konsumen dalam mengenali produk asli dan palsu. Beberapa konsumen lebih memilih harga murah tanpa mempertimbangkan kualitas atau keaslian produk, sehingga permintaan terhadap barang palsu tetap tinggi. Oleh karena itu, *Marketplace* juga perlu meningkatkan edukasi kepada pengguna tentang cara mengenali produk asli dan pentingnya membeli dari penjual terpercaya.¹³²

¹²⁹ Nugroho, B. (2020). *E-Commerce dan Perlindungan Konsumen*. Surabaya: LaksBang Pressindo. halaman 77.

¹³⁰ *Ibid*

¹³¹ *Ibid*

¹³² *Ibid*

Untuk mengatasi tantangan dalam pemberantasan barang palsu, diperlukan kerja sama antara pihak *Marketplace*, pemerintah, dan otoritas terkait. Pemerintah dapat mengeluarkan regulasi yang lebih ketat, sedangkan *Marketplace* dapat mengadopsi kebijakan yang lebih tegas terhadap penjual yang melanggar aturan.¹³³

Beberapa *platform E-commerce* juga telah bekerja sama dengan lembaga penegak hukum dalam menangani kasus penjualan barang palsu. Misalnya, dalam beberapa kasus besar, kepolisian bekerja sama dengan *Marketplace* untuk melacak dan menindak pelaku usaha yang menjual produk ilegal. Langkah-langkah seperti ini dapat membantu mengurangi peredaran barang palsu secara signifikan.

C. Upaya Hukum yang Dapat Dilakukan Konsumen Akibat Kerugian atas Barang Tidak Asli.

Konsumen sering menghadapi masalah seperti menerima barang tidak sesuai deskripsi, barang rusak, atau barang palsu. Untuk menyelesaikan sengketa ini, konsumen tidak harus langsung membawa perkara ke pengadilan. Sebagai langkah awal, terdapat upaya non-litigasi yang dapat dilakukan, yaitu negosiasi dengan penjual, mediasi melalui *platform E-commerce*, dan pengaduan ke lembaga perlindungan konsumen. Langkah-langkah ini lebih cepat, murah, dan efektif dalam menyelesaikan permasalahan sebelum masuk ke jalur hukum formal.¹³⁴

Langkah pertama yang dapat dilakukan konsumen ketika menerima barang tidak asli adalah berkomunikasi langsung dengan penjual. Biasanya, *Marketplace* menyediakan fitur chat atau pusat resolusi sengketa, di mana pembeli dapat

¹³³ I Oktaviani, R. (2021). *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Digital*. Yogyakarta: Graha Ilmu. halaman 98.

¹³⁴ Nugroho, B. (2020). Peran Pemerintah dalam Melindungi Konsumen di Era Digital. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, 50(3), 367–384.

mengajukan komplain. Dalam proses ini, konsumen harus menjelaskan masalah yang terjadi, menyertakan bukti seperti foto atau video produk, serta meminta solusi berupa pengembalian dana (*refund*) atau penggantian barang.¹³⁵

Sebagian besar *Marketplace* memiliki aturan pengembalian barang dan dana, yang memungkinkan konsumen untuk mengajukan klaim jika barang yang diterima tidak sesuai. Jika penjual bersikap kooperatif, biasanya masalah dapat diselesaikan secara langsung dengan *refund* penuh atau pengiriman ulang barang yang asli. Namun, jika penjual menolak bertanggung jawab, maka konsumen bisa melanjutkan ke tahap berikutnya, yaitu melibatkan *platform E-commerce* sebagai mediator.¹³⁶

Marketplace besar seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan Lazada memiliki kebijakan perlindungan konsumen, termasuk mekanisme klaim dan pengembalian dana (*refund process*). Proses ini biasanya melibatkan beberapa tahapan:

1. Mengajukan klaim dalam jangka waktu tertentu, misalnya 7-14 hari setelah menerima barang.
2. Mengunggah bukti barang tidak asli, seperti foto, video unboxing, atau sertifikat keaslian produk yang menunjukkan perbedaan dengan barang asli.
3. Menunggu keputusan dari *Marketplace*, yang bisa berupa pengembalian dana (*refund*) atau instruksi untuk mengembalikan barang kepada penjual sebelum dana dikembalikan.

¹³⁵ Lestari, P. (2022). Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, 29(2), 211–230.

¹³⁶ Ghozali, F. A., & Hardyanthi, T. (2024). Perlindungan Konsumen pada Platform E-Commerce: Regulasi dan Peran Pemerintah. *Ethics and Law Journal: Business and Notary*, 2(3), 136–141

Beberapa *platform* juga memiliki program proteksi pembeli, seperti Shopee Guarantee dan Tokopedia Perlindungan Konsumen, yang menahan dana pembayaran hingga pembeli mengonfirmasi barang yang diterima dalam kondisi baik. Dengan adanya program ini, konsumen memiliki jaminan keamanan dalam bertransaksi.¹³⁷

Adapun jika negosiasi langsung dengan penjual tidak membuahkan hasil, konsumen bisa meminta bantuan layanan *customer service* (CS) dari *platform E-commerce* untuk menjadi mediator dalam penyelesaian sengketa. Mediasi ini dilakukan secara *online* melalui chat, email, atau panggilan telepon ke layanan pelanggan *Marketplace*.¹³⁸

Peran *customer service* sangat penting dalam membantu menyelesaikan sengketa, terutama jika penjual tidak kooperatif atau menolak memberikan kompensasi. *Marketplace* biasanya akan:¹³⁹

- a. Meninjau bukti yang diajukan konsumen, seperti foto dan deskripsi barang palsu.
- b. Menghubungi penjual untuk klarifikasi dan memberikan kesempatan untuk merespons.
- c. Menentukan solusi terbaik, seperti pemblokiran toko penjual, pengembalian dana, atau kompensasi lain bagi konsumen.

¹³⁷ Tambunan, S. F. A., & Nasution, M. I. P. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Di E-Commerce. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB)*, 2(1), 5–7

¹³⁸ Oktaviani, R. (2020). *Digitalisasi dan Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu. halaman 98.

¹³⁹ Sulistianingsih, D., Utami, M. D., & Adhi, Y. P. (2023). Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi E-commerce sebagai Tantangan Bisnis di Era Global. *Jurnal Mercatoria*, 16(2), 119–128.

Efektivitas mediasi ini tergantung pada kebijakan masing-masing *platform*. Ada kasus di mana *Marketplace* memihak penjual karena kurangnya bukti dari konsumen, sehingga konsumen harus mencari opsi penyelesaian lain di luar *platform E-commerce*.

Di Indonesia, terdapat beberapa lembaga yang menangani pengaduan konsumen, seperti Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) dan Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). Konsumen dapat mengajukan laporan ke YLKI dengan cara:¹⁴⁰

Mengisi formulir pengaduan di situs resmi YLKI atau datang langsung ke kantor YLKI, Menyertakan bukti transaksi, bukti komunikasi dengan penjual, serta bukti barang palsu, Menunggu proses tindak lanjut dari YLKI, yang biasanya berupa mediasi dengan pihak *Marketplace* atau rekomendasi hukum bagi konsumen.¹⁴¹

Pengaduan ke Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) BPKN merupakan lembaga pemerintah yang memiliki kewenangan lebih besar dalam menangani sengketa konsumen. Konsumen dapat mengajukan laporan ke BPKN melalui Portal pengaduan *online* di situs resmi BPKN, Surat resmi atau datang langsung ke kantor BPKN di Jakarta, Menyertakan bukti-bukti pendukung, seperti struk pembelian, foto produk, serta riwayat percakapan dengan penjual dan *Marketplace*.

Masalah sengketa masih belum terselesaikan, konsumen dapat meminta bantuan kepada Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa (LAPS), yang berfungsi

¹⁴⁰ Nugroho, B. (2023). *Hukum E-Commerce dan Perlindungan Konsumen*. Surabaya: LaksBang Pressindo. halaman 77.

¹⁴¹ Mulyadi, S. (2022). *Perlindungan Konsumen di Indonesia: Perspektif Hukum*. Jakarta: Prenada Media. halaman 120.

sebagai mediator independen di luar pengadilan. LAPS sering digunakan dalam kasus yang lebih kompleks, seperti kerugian besar akibat barang palsu yang dijual dalam jumlah banyak atau kasus terkait produk berbahaya.

Gugatan Ganti Rugi ke Pengadilan Negeri Berdasarkan Pasal 19 UU Perlindungan Konsumen¹⁴²

Ketika konsumen mengalami kerugian akibat pembelian barang palsu di *platform E-commerce* dan upaya non-litigasi tidak membuahkan hasil, jalur hukum melalui gugatan perdata ke pengadilan negeri menjadi opsi yang dapat ditempuh. Dasar hukum gugatan ini terdapat dalam Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen), yang mengatur bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerugian yang dialami konsumen. Bentuk ganti rugi ini bisa berupa pengembalian dana, penggantian barang, perawatan medis jika terdapat dampak kesehatan, atau bentuk kompensasi lainnya.¹⁴³

Gugatan perdata dapat diajukan terhadap penjual yang menjual barang palsu, pihak *Marketplace* yang tidak memberikan perlindungan konsumen, atau pihak lain yang terlibat dalam penyebaran barang tidak asli. Gugatan ini diajukan ke pengadilan negeri di wilayah tempat konsumen atau pelaku usaha berdomisili. Konsumen sebagai pihak yang dirugikan berperan sebagai penggugat, sementara pelaku usaha yang dianggap bertanggung jawab menjadi tergugat.¹⁴⁴

¹⁴² Fauziah, N. (2021). *Transaksi Online dan Perlindungan Hukum Konsumen*. Jakarta: Kencana. halaman 78.

¹⁴³ Gunawan, T. (2023). *Cyber Law dan Perlindungan Konsumen*. Bandung: Alumni. halaman 134.

¹⁴⁴ Lestari, P. (2021). *Transaksi Online dan Perlindungan Konsumen*. Bandung: Nuansa Cendekia. halaman 65.

Pasal 19 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa pelaku usaha wajib bertanggung jawab memberikan ganti rugi kepada konsumen atas kerusakan, pencemaran, atau kerugian akibat konsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Jika barang yang diterima oleh konsumen ternyata palsu, maka hal ini dapat dikategorikan sebagai pelanggaran terhadap hak konsumen dan perbuatan melawan hukum.¹⁴⁵

Pasal 19 ayat (2) disebutkan bahwa ganti rugi dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang yang sejenis dan/atau setara nilainya. Jika pelaku usaha menolak memberikan ganti rugi melalui jalur non-litigasi, konsumen dapat menggugatinya di pengadilan negeri.¹⁴⁶

Pasal 19 ayat (3) juga menegaskan bahwa ganti rugi harus diberikan dalam waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi atau sejak adanya putusan pengadilan yang berkekuatan hukum tetap. Artinya, jika gugatan perdata dikabulkan, pelaku usaha harus segera melaksanakan kewajibannya untuk mengganti kerugian konsumen.¹⁴⁷

Untuk mengajukan gugatan perdata di pengadilan negeri, konsumen harus mengikuti beberapa tahapan:

- 1) Menyiapkan bukti-bukti: Konsumen harus mengumpulkan bukti berupa nota pembelian, riwayat transaksi di *Marketplace*, percakapan dengan penjual, serta foto atau video produk yang menunjukkan bahwa barang yang diterima adalah palsu.

¹⁴⁵ Dewi, P. (2023). *Perlindungan Konsumen di Dunia Maya*. Malang: Setara Press. halaman 102.

¹⁴⁶ *Ibid*

¹⁴⁷ Haryono, H., Soeprijanto, T., & Nisa, L. K. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce dalam Hal Wanprestasi. *Jurnal Inovasi Pembelajaran Di Sekolah*, 4(1), 208–213.

- 2) Menyusun surat gugatan: Gugatan harus memuat identitas penggugat dan tergugat, kronologi peristiwa, dasar hukum gugatan, serta tuntutan ganti rugi.
- 3) Mendaftarkan gugatan ke pengadilan negeri: Konsumen mengajukan gugatan ke pengadilan negeri sesuai domisili tergugat atau tempat transaksi dilakukan.
- 4) Proses persidangan: Pengadilan akan memeriksa gugatan, meminta keterangan saksi, dan mempertimbangkan bukti sebelum menjatuhkan putusan.
- 5) Jika pengadilan mengabulkan gugatan, tergugat diwajibkan memberikan ganti rugi sesuai dengan keputusan yang ditetapkan. Jika tergugat tidak melaksanakan kewajiban ini, maka konsumen dapat meminta pengadilan untuk melakukan eksekusi putusan.

Gugatan berdasarkan Pasal 19 UU Perlindungan Konsumen, konsumen dapat menuntut beberapa bentuk ganti rugi, antara lain:

Pengembalian dana penuh (*full refund*) atas barang yang dibeli., Penggantian barang dengan produk asli atau barang lain yang memiliki nilai setara, Ganti rugi immateriil, misalnya jika konsumen mengalami kerugian psikologis atau reputasi akibat barang palsu, Ganti rugi tambahan, seperti biaya ongkos kirim atau biaya lain yang dikeluarkan akibat menerima barang palsu. Jika barang palsu menyebabkan kerugian lebih besar, seperti dampak kesehatan dari produk kosmetik palsu atau obat-obatan ilegal, maka ganti rugi bisa mencakup biaya pengobatan dan rehabilitasi.¹⁴⁸

¹⁴⁸ Hidayat, R. (2021). *Perlindungan Hukum Konsumen dalam E-Commerce*. Semarang: Universitas Diponegoro Press. halaman 99.

Konsumen juga bisa menggugat *platform E-commerce* jika mereka terbukti lalai dalam melindungi hak konsumen. Beberapa *Marketplace* memiliki kebijakan perlindungan konsumen, tetapi dalam beberapa kasus, mereka masih lalai dalam menyaring penjual yang menjual produk ilegal atau tidak asli.¹⁴⁹

Marketplace tidak menyediakan mekanisme pengembalian dana atau membiarkan penjual yang terbukti melanggar tetap beroperasi, maka mereka bisa digugat berdasarkan prinsip tanggung jawab bersama dalam rantai distribusi.

Meskipun jalur litigasi dapat memberikan keadilan bagi konsumen, ada beberapa hambatan yang sering dihadapi, seperti Proses hukum yang panjang: Penyelesaian kasus di pengadilan sering kali memakan waktu berbulan-bulan hingga bertahun-tahun., Biaya yang tinggi: Gugatan perdata memerlukan biaya pengacara, biaya perkara, dan kemungkinan biaya tambahan lainnya.¹⁵⁰

Beban pembuktian: Konsumen harus mampu membuktikan bahwa barang yang dibeli memang palsu dan merugikan mereka. Oleh karena itu, konsumen disarankan untuk mencoba menyelesaikan masalah melalui jalur non-litigasi terlebih dahulu sebelum memilih jalur gugatan perdata.

Terdapat beberapa kasus di Indonesia di mana konsumen menggugat penjual barang palsu melalui pengadilan. Misalnya, kasus pembelian kosmetik palsu yang menyebabkan kerusakan kulit pada konsumen. Pengadilan dalam beberapa kasus mengabulkan gugatan dan memerintahkan penjual untuk membayar ganti rugi kepada korban.¹⁵¹

¹⁴⁹ Budianto, A. (2022). *Hukum E-Commerce di Indonesia*. Bandung: Refika Aditama. halaman 67.

¹⁵⁰ Junaidi, A. (2020). *Perlindungan Konsumen dalam Era Digitalisasi*. Yogyakarta: Deepublish. halaman 143.

¹⁵¹ Gunawan, T. (2022). *Hukum Siber dan Perlindungan Konsumen*. Bandung: Alumi. halaman 134.

Perkembangan *E-commerce* yang pesat telah meningkatkan kemudahan bagi konsumen dalam bertransaksi, tetapi juga menghadirkan tantangan baru dalam perlindungan hukum ketika terjadi penipuan atau pelanggaran hak konsumen. Meskipun terdapat berbagai upaya hukum, baik non-litigasi maupun litigasi, dalam praktiknya masih terdapat kendala yang sering menghambat efektivitas penyelesaian sengketa. Kendala ini mencakup kesulitan dalam pembuktian, biaya dan waktu yang tidak efisien, serta perlunya penguatan regulasi dan mekanisme penyelesaian sengketa.

Salah satu tantangan utama dalam menuntut pelaku usaha *E-commerce* yang menjual barang palsu adalah kesulitan dalam pembuktian. Dalam transaksi *online*, komunikasi antara konsumen dan penjual biasanya dilakukan secara digital, sehingga bukti transaksi yang sah harus dikumpulkan dengan cermat. Bukti tersebut mencakup riwayat chat, faktur pembelian, bukti pembayaran, serta foto atau video produk yang diterima.¹⁵²

Banyak kasus di mana penjual tidak mencantumkan informasi yang jelas atau bahkan menghapus akun mereka setelah melakukan penipuan. Kurangnya transparansi dan identitas yang jelas dari pelaku usaha menjadi hambatan dalam mengajukan gugatan, terutama ketika penjual menggunakan identitas fiktif atau lokasi bisnis yang sulit dilacak. Hal ini membuat proses hukum semakin kompleks, karena konsumen harus mengandalkan mekanisme pelacakan data digital yang mungkin tidak selalu tersedia bagi masyarakat umum.¹⁵³

¹⁵² ndrawati, S. (2023). *Regulasi E-Commerce dan Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika. halaman 112.

¹⁵³ Sulistianingsih, D., Utami, M. D., & Adhi, Y. P. (2023). Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi E-commerce sebagai Tantangan Bisnis di Era Global. *Jurnal Mercatoria*, 16(2), 119–128.

Konsumen juga bisa menggugat *Marketplace* atau *platform E-commerce* jika mereka terbukti lalai dalam memastikan keaslian produk yang dijual. Namun, *platform E-commerce* sering kali menyatakan bahwa mereka hanya sebagai perantara, sehingga tidak dapat sepenuhnya bertanggung jawab atas barang yang dijual oleh pihak ketiga.¹⁵⁴

Beberapa *platform* memiliki kebijakan verifikasi penjual dan produk, kenyataannya masih banyak barang palsu yang beredar tanpa pengawasan ketat. Membuktikan bahwa *platform* memiliki andil dalam kelalaian ini sering kali membutuhkan proses hukum yang panjang, termasuk meminta audit terhadap sistem pengawasan mereka. Akibatnya, banyak konsumen yang akhirnya memilih untuk tidak melanjutkan sengketa karena merasa tidak memiliki cukup bukti kuat.

Upaya hukum, terutama yang melalui jalur litigasi, sering kali memerlukan biaya yang besar. Untuk mengajukan gugatan di pengadilan, konsumen harus membayar biaya perkara, biaya pengacara, serta biaya administrasi lainnya. Jika kasusnya cukup kompleks, konsumen mungkin juga perlu menggunakan jasa ahli teknologi atau auditor digital untuk membuktikan adanya pelanggaran, yang tentunya menambah beban biaya.¹⁵⁵

Biaya gugatan bisa lebih besar dibandingkan nilai barang yang dibeli, sehingga konsumen sering kali mengurungkan niatnya untuk melanjutkan proses hukum. Hal ini menyebabkan banyak kasus penipuan *E-commerce* yang tidak

¹⁵⁴ zazi, F. S., Sajena, P., Kirana, R. S., & Marsaulina, K. (2024). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. *Leuser: Jurnal Hukum Nusantara*, 1(2), 8–14.

¹⁵⁵ Haryono, H., Soeprijanto, T., & Nisa, L. K. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce dalam Hal Wanprestasi. *Jurnal Inovasi Pembelajaran Di Sekolah*, 4(1), 208–213.

ditindaklanjuti, sehingga pelaku usaha nakal dapat terus beroperasi tanpa konsekuensi hukum yang serius.

Faktor waktu yang lama juga menjadi kendala besar dalam penyelesaian sengketa *E-commerce*. Jalur litigasi di pengadilan negeri sering kali memakan waktu berbulan-bulan hingga bertahun-tahun sebelum ada putusan yang berkekuatan hukum tetap.¹⁵⁶

Jalur non-litigasi seperti mediasi dengan *Marketplace* atau laporan ke Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) juga tidak selalu berjalan cepat. Banyak konsumen yang merasa proses ini tidak memberikan hasil yang memuaskan karena kurangnya kekuatan eksekusi terhadap pelaku usaha. Akibatnya, banyak kasus yang akhirnya tidak terselesaikan, dan konsumen memilih untuk merelakan kerugian mereka.¹⁵⁷

Tidak semua *platform E-commerce* menyediakan informasi yang jelas tentang prosedur pengaduan dan penyelesaian sengketa. Sebagian besar konsumen akhirnya hanya mengandalkan sistem review atau rating di *platform*, yang sebenarnya tidak memberikan solusi hukum yang konkret. Oleh karena itu, diperlukan edukasi lebih lanjut agar konsumen memahami hak-hak mereka dan tahu bagaimana cara menempuh jalur hukum yang tersedia.¹⁵⁸

Regulasi yang ada saat ini, seperti UU Perlindungan Konsumen, UU ITE, serta PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, sudah

¹⁵⁶ Fista, Y. L., Machmud, A., & Suartini, S. (2023). Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Binamulia Hukum*, 12(1), 177–189.

¹⁵⁷ Basri, H. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Melakukan Transaksi E-Commerce Ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Pamulang Law Review*, 2(2), 131.

¹⁵⁸ Nugroho, B. (2020). Peran Pemerintah dalam Melindungi Konsumen di Era Digital. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, 50(3), 367–384.

memberikan dasar hukum bagi perlindungan konsumen dalam transaksi *E-commerce*. Namun, dalam praktiknya, masih banyak celah hukum yang memungkinkan pelaku usaha untuk menghindari tanggung jawab mereka.¹⁵⁹

Salah satu solusi yang dapat dilakukan adalah mewajibkan *platform E-commerce* untuk memiliki mekanisme verifikasi yang lebih ketat terhadap penjual dan produk. Selain itu, regulasi juga perlu diperkuat agar *Marketplace* bertanggung jawab langsung jika mereka lalai dalam mengawasi peredaran barang palsu di *platform* mereka.¹⁶⁰

Untuk mengatasi kendala dalam litigasi, pemerintah dan *platform E-commerce* perlu mengembangkan mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih efisien, seperti mediasi *online* yang bersifat mengikat. Saat ini, banyak *Marketplace* sudah memiliki fitur pengembalian dana (*refund*), tetapi mekanisme ini masih bergantung pada kebijakan internal masing-masing *platform* dan tidak selalu menguntungkan konsumen.¹⁶¹

¹⁵⁹ Oktaviani, R. (2021). Sengketa Konsumen dalam Transaksi E-Commerce dan Penyelesaiannya. *Jurnal Hukum Bisnis*, 40(2), 155–170.

¹⁶⁰ Qodariah, L. (2023). Implementasi Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Hukum Responsif*, 11(2), 203–220.

¹⁶¹ Rahmawati, D. (2020). Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce: Tinjauan Hukum dan Implementasi. *Jurnal Hukum dan Kebijakan Publik*, 6(1), 55–70.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* telah diatur dalam berbagai regulasi, seperti Pasal 4 dan Pasal 7 UU No. 8 Tahun 1999 yang menjamin hak konsumen dan mewajibkan pelaku usaha memberikan informasi yang benar. Dalam kasus penjualan barang palsu, pelaku usaha dapat dikenakan sanksi sesuai Pasal 8 dan Pasal 62 UU Perlindungan Konsumen, serta Pasal 28 Ayat (1) dan Pasal 45A Ayat (1) UU ITE terkait penyebaran informasi yang menyesatkan. Selain itu, Pasal 14 dan Pasal 15 PP No. 80 Tahun 2019 mewajibkan *marketplace* menerapkan mekanisme verifikasi produk.
2. Bentuk pertanggungjawaban hukum pelaku usaha E-commerce yang menjual barang palsu kepada konsumen dapat berupa pertanggungjawaban perdata, pidana, dan administratif. Secara perdata, pelaku usaha wajib mengganti kerugian konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 19 UUPK. Secara pidana, pelaku usaha dapat dikenakan sanksi pidana karena melakukan pemalsuan atau penipuan sebagaimana tercantum dalam Pasal 62 UUPK, Pasal 378 KUHP tentang penipuan, serta Pasal 8 dan Pasal 9 UUPK yang melarang peredaran barang yang menyesatkan atau tidak sesuai dengan spesifikasi yang sebenarnya. Selain itu, pemerintah juga dapat memberikan sanksi administratif seperti pencabutan izin usaha, penarikan

barang dari peredaran, atau pemblokiran akun/platform E-commerce yang bersangkutan.

3. Konsumen yang mengalami kerugian akibat pembelian barang palsu melalui platform E-commerce dapat menempuh berbagai upaya hukum, antara lain mengajukan gugatan perdata ke pengadilan atas dasar wanprestasi atau perbuatan melawan hukum untuk menuntut ganti rugi, serta melaporkan pelaku usaha ke Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), atau ke Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) jika ditemukan indikasi pelanggaran persaingan usaha. Selain itu, konsumen juga dapat mengadukan kasus tersebut ke platform penyedia E-commerce untuk dilakukan investigasi dan penindakan, serta memanfaatkan mekanisme penyelesaian sengketa secara online (online dispute resolution) yang disediakan oleh beberapa platform E-commerce di Indonesia.

B. Saran

Adapun Saran yang dapat diambil dan dikembangkan menurut penelitian diatas Untuk meningkatkan efektivitas perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce*, diperlukan beberapa langkah strategis.

1. Pemerintah perlu memperkuat regulasi dan penegakan hukum, khususnya dalam pengawasan terhadap *marketplace* dan *platform* digital agar lebih bertanggung jawab dalam mencegah peredaran barang palsu, sebagaimana diatur dalam PP No. 80 Tahun 2019 dan UU Perlindungan Konsumen.

2. Diperlukan sistem verifikasi yang lebih ketat bagi pelaku usaha yang berjualan secara *online*, termasuk sertifikasi produk dan transparansi informasi sesuai dengan Pasal 14 dan Pasal 15 PP No. 80 Tahun 2019.
3. Konsumen perlu diberikan edukasi mengenai hak-hak mereka serta cara melaporkan pelanggaran, sehingga dapat lebih aktif dalam memperjuangkan keadilan berdasarkan Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen. Keempat, lembaga terkait seperti YLKI dan BPKN harus diperkuat perannya dalam membantu konsumen menyelesaikan sengketa melalui jalur non-litigasi. Terakhir, kolaborasi antara pemerintah, *platform e-commerce*, serta konsumen sangat penting dalam menciptakan ekosistem perdagangan elektronik yang aman, transparan, dan terpercaya.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Bambang, R. (2018). *Hukum Perjanjian Elektronik dalam Perdagangan Online*. Refika Aditama, Bandung, hal. 35-50.
- Faisal, et.al. (2023). "Pedoman penulisan dan penyelesaian Tugas Akhir Mahasiswa". Medan: Pustaka Prima.
- Husen, A. (2018). *Perdagangan Elektronik dan Perlindungan Konsumen*. Kencana, Jakarta, hal. 102-118.
- Ida Hanifah, dkk. (2018). "Pedoman Tugas Akhir Mahasiswa Fakultas Hukum UMSU". Medan: Pustaka Prima.
- Ishaq. (2017). "Metode Penelitian Hukum". Bandung: Alfabeta.
- Ismail, S. (2019). *Hukum Perjanjian: Teori dan Praktek dalam Sistem Hukum Indonesia*. Rajawali Press, Jakarta, hal. 56-72.
- Jonaedi effendi. (2022). "Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris: Edisi Kedua". Indonesia: Prenada Media.
- Lestari, D. (2019). *Hukum Elektronik dan Perlindungan Data Pribadi*. Prenadamedia Group, Jakarta, hal. 101-118.
- Mertokusumo, E. (2012). *Hukum Perdata Indonesia (Bagian Umum)*. Liberty, Yogyakarta, hal. 25-41.
- Nasution, M. (2021). *Hukum Perdagangan Elektronik dan Perlindungan Konsumen*. Pustaka Yustisia, Jakarta, hal. 85-100.
- Pohan, H. (2020). *Perlindungan Konsumen dalam Era Digital: Perspektif Hukum Indonesia*. Pradnya Paramita, Jakarta, hal. 78-92.
- Putra, R. (2021). *Regulasi E-commerce di Indonesia: Tantangan dan Solusi dalam Perlindungan Konsumen*. Alfabeta, Bandung, hal. 110-130.
- Putri, T. (2018). *Hukum E-commerce dan Perlindungan Konsumen di Era Digital*. Kencana, Jakarta, hal. 70-85.
- Rahardjo, S. (2020). *Hukum Perlindungan Konsumen dalam Perdagangan Elektronik*. Sinar Grafika, Jakarta, hal. 115-130.
- Sari, M. (2019). *E-commerce : Regulasi, Perlindungan Konsumen, dan Etika Bisnis Digital*. Prenadamedia Group, Jakarta, hal. 50-65.

Soerjono Soekanto & Sri Mamudji. (2001). "Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)". Jakarta: Rajawali Pers.

Sutedi, A. (2017). *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Sinar Grafika, Jakarta, hal. 45-67.

Tanjung, M. (2019). *Perdagangan Elektronik dan Perlindungan Hukum bagi Konsumen: Teori dan Praktek*. Raja Grafindo Persada, Jakarta, hal. 58-74.

B. Jurnal

Arif, M. (2019). *E-commerce dan Tantangan Hukum Perlindungan Konsumen*. Jurnal Hukum Bisnis, Vol. 34 No. 1, hal. 44-58.

Aulia, M. (2021). *Penerapan Teknologi dalam Meningkatkan Transparansi Pengembalian Barang di E-commerce*. Jurnal Teknologi dan Bisnis, Vol. 17 No. 3, hal. 95-109.

Budi, R. (2017). *Ketidakaslian Barang dalam Transaksi E-commerce dan Perlindungan Hukum Konsumen*. Jurnal Hukum dan Teknologi, Vol. 10 No. 4, hal. 178-192.

Fadilah, R. (2018). *Tantangan Hukum Perlindungan Konsumen di Platform E-commerce Indonesia*. Jurnal Perdagangan dan Hukum, Vol. 33 No. 2, hal. 90-103.

Fauzi, D. (2021). *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-commerce : Tinjauan dari Perspektif Hukum*. Jurnal Perdagangan dan Hukum, Vol. 28 No. 1, hal. 48-63.

Handayani, S. (2020). *Perlindungan Konsumen dalam Perdagangan Elektronik: Perspektif Hukum Indonesia*. Jurnal Hukum Digital, Vol. 5 No. 1, hal. 45-59.

Iskandar, A. (2019). *Ketidakaslian Barang dalam E-commerce dan Implikasinya Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal Ekonomi Digital, Vol. 5 No. 4, hal. 150-163.

Lailatus Sururiyah. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Saksi Dan Korban Oleh Lembaga Perlindungan Saksi Dan Korban (Lpsk). *Juris Studia: Jurnal Kajian Hukum*, 4(3), 173-180.

Mirsa Astuti. (2020). Pengembangan Produk Halal Dalam Memenuhi Gaya Hidup Halal (Halal Lifestyle). *Juris Studia: Jurnal Kajian Hukum*, Vol. 1. No.1, hal. 14-20.

- Padian, A.S. (2019). Keabsahan Akad Jual Beli Melalui Internet Ditinjau dari Hukum Islam. *EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Ilmu Sosial*. Vol. 5 No. 1, hal. 57-65.
- Pratama, A. (2021). *Peran Platform E-commerce dalam Menjamin Perlindungan Konsumen di Indonesia*. *Jurnal Hukum dan Teknologi*, Vol. 22 No. 3, hal. 118-134.
- Suryanto, B. (2020). *Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Perdagangan Elektronik di Indonesia*. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, Vol. 50 No. 2, hal. 153-167.
- Wahyuni, R. (2020). *Dampak Ketidakaslian Barang Terhadap Kepercayaan Konsumen dalam E-commerce*. *Jurnal Hukum dan Teknologi*, Vol. 13 No. 2, hal. 22-37.
- Wijayanti, E. (2018). *Implementasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam Praktik E-commerce di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi dan Hukum*, Vol. 15 No. 3, hal. 123-138.
- Yuliana, R. (2020). *Perlindungan Hukum bagi Konsumen E-commerce di Indonesia: Antara Regulasi dan Praktek*. *Jurnal Hukum Bisnis*, Vol. 36 No. 2, hal. 110-123.
- Yuliana, S. (2020). *Analisis Hukum Perdata terhadap Transaksi E-commerce dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*. *Jurnal Hukum & Peradilan*, Vol. 21 No. 2, hal. 87-101.