

PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM ERA DIGITAL: KAJIAN TERHADAP KEBIJAKAN HUKUM DI INDONESIA

Daswa Ramadhan^{1*}, Dhafa Ashari Feratama²

¹²Universitas Samawa, Sumbawa Besar, Nusa Tenggara Barat, Indonesia

Penulis Korespondensi: devanoalfariq@gmail.com

Article Info

Article History

Received: 11 Maret 2026

Accepted: 20 April 2026

Published: 30 April 2026

Keywords

Consumer Protection;
Digital Era;
Legal Policy;
Electronic Transactions.

Abstrak

Digital transformation has changed transaction patterns between consumers and businesses while creating various new risks related to transaction security, misuse of personal data, information asymmetry, digital platform accountability, and the use of algorithm-based technologies. This study aims to analyze consumer protection in the digital era and examine the legal policies implemented in Indonesia to ensure legal certainty and safeguard consumer rights. The study employs a qualitative approach using a literature review method by examining laws and regulations, scientific literature, journal articles, books, and other legal sources relevant to digital consumer protection. The findings indicate that Indonesia's consumer protection framework has developed through various regulations, including the Consumer Protection Law, the Electronic Information and Transactions Law, the Personal Data Protection Law, and regulations governing electronic commerce. However, the effectiveness of consumer protection still faces several challenges, including regulatory fragmentation, weak coordination of supervision, misuse of personal data, digital fraud, cross-border transactions, dark patterns, and the use of algorithms and artificial intelligence that may influence consumer decision-making. Therefore, regulatory harmonization, stronger accountability of businesses and digital platforms, improved supervision and dispute resolution mechanisms, as well as enhanced legal and digital literacy among the public are required. Thus, consumer protection in the digital era should be developed through an adaptive, integrated, preventive, and repressive approach to keep pace with technological developments while ensuring security, fairness, and legal certainty for consumers.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan mendasar dalam pola hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Aktivitas ekonomi yang sebelumnya didominasi oleh transaksi konvensional kini semakin bergeser ke ruang digital melalui *marketplace*, perdagangan elektronik (*e-commerce*), media sosial, aplikasi layanan digital, serta berbagai sistem pembayaran elektronik. Transformasi tersebut memberikan banyak kemudahan bagi masyarakat, terutama dalam memperoleh barang dan jasa secara cepat, efisien, dan tanpa dibatasi ruang geografis. Badan Pusat Statistik (BPS) melalui publikasi *Statistik E-Commerce 2024* menunjukkan bahwa perdagangan elektronik telah menjadi bagian penting dari aktivitas usaha di Indonesia, mencakup berbagai karakteristik usaha, aktivitas perdagangan, hingga nilai transaksi *e-commerce* yang tersebar pada berbagai provinsi.

Di satu sisi, perkembangan perdagangan digital memberikan manfaat yang besar bagi konsumen karena memperluas pilihan produk, mempermudah perbandingan harga, serta meningkatkan akses terhadap barang dan jasa. Namun, di sisi lain, karakter transaksi yang berlangsung tanpa pertemuan langsung antara konsumen dan pelaku usaha juga menimbulkan berbagai bentuk risiko baru. Konsumen dapat menghadapi persoalan berupa ketidaksesuaian barang dengan informasi yang ditampilkan, produk tidak dikirim, keterlambatan pengembalian dana, iklan yang menyesatkan,

penyalahgunaan data pribadi, transaksi tanpa persetujuan, keamanan pembayaran elektronik, hingga kesulitan meminta pertanggungjawaban ketika pelaku usaha berada di luar wilayah konsumen. Perkembangan teknologi bahkan semakin memperluas kompleksitas persoalan melalui penggunaan algoritma dan kecerdasan artifisial dalam aktivitas perdagangan digital. Kebutuhan untuk merespons perkembangan tersebut terlihat dari diterbitkannya Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 19 Tahun 2026 yang secara eksplisit memasukkan pengaturan mengenai pemanfaatan kecerdasan artifisial dalam penyelenggaraan perdagangan melalui sistem elektronik.

Dalam hubungan antara konsumen dan pelaku usaha, konsumen pada dasarnya berada dalam posisi yang relatif lebih rentan. Pelaku usaha memiliki penguasaan yang lebih besar terhadap informasi mengenai produk, mekanisme transaksi, sistem digital, penggunaan data, serta ketentuan-ketentuan yang diberlakukan dalam platform. Sebaliknya, konsumen sering kali hanya dapat menerima ketentuan baku yang telah ditentukan secara sepihak untuk dapat menggunakan suatu layanan. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan ketidakseimbangan kedudukan hukum apabila tidak disertai dengan sistem perlindungan yang memadai. Dalam konteks inilah perlindungan konsumen memiliki posisi penting untuk menjamin adanya kepastian hukum, keamanan, transparansi informasi, mekanisme pertanggungjawaban pelaku usaha, serta sarana penyelesaian sengketa yang mudah diakses oleh masyarakat.

Secara normatif, perlindungan konsumen di Indonesia telah memiliki landasan utama melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang tersebut sampai saat ini masih berlaku dan menjadi dasar umum pengaturan hak serta kewajiban konsumen dan pelaku usaha di Indonesia. Akan tetapi, Undang-Undang Perlindungan Konsumen dibentuk pada tahun 1999, ketika model perdagangan berbasis *marketplace*, aplikasi digital, penggunaan data pribadi secara masif, pembayaran elektronik, perdagangan lintas batas, serta pemanfaatan kecerdasan artifisial belum berkembang seperti saat ini. Perubahan karakter transaksi tersebut menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana kerangka hukum perlindungan konsumen yang ada mampu memberikan perlindungan yang efektif terhadap konsumen dalam ekosistem digital.

Pemerintah Indonesia sebenarnya telah membangun kerangka regulasi yang semakin luas untuk merespons perkembangan transaksi elektronik. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik telah mengalami perubahan, terakhir melalui Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 sebagai perubahan kedua, dalam rangka antara lain memberikan kepastian hukum terhadap pemanfaatan teknologi informasi dan transaksi elektronik. Selain itu, Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 mengatur Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, sedangkan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 secara khusus mengatur Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Dengan demikian, perlindungan konsumen dalam era digital tidak hanya berkaitan dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, tetapi berada dalam suatu kerangka hukum yang melibatkan berbagai peraturan mengenai perdagangan, transaksi elektronik, sistem elektronik, dan tata kelola platform digital.

Aspek perlindungan data pribadi juga menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari perlindungan konsumen digital. Dalam setiap transaksi daring, konsumen dapat menyerahkan berbagai data, seperti nama, nomor telepon, alamat, lokasi, riwayat transaksi, informasi pembayaran, hingga pola perilaku konsumen. Pengumpulan dan pemrosesan data tersebut memberikan manfaat bagi penyedia layanan dalam meningkatkan efisiensi maupun personalisasi pelayanan, tetapi pada saat yang sama menimbulkan risiko penyalahgunaan, akses tidak sah, kebocoran, maupun pemanfaatan data yang tidak sesuai dengan tujuan awal. Kehadiran Undang-Undang Nomor 27

Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi memberikan dasar hukum yang lebih khusus dengan mengatur hak subjek data, pemrosesan data pribadi, serta kewajiban pengendali dan prosesor data pribadi. Dengan demikian, perlindungan konsumen digital saat ini harus dipahami tidak hanya dalam konteks kualitas barang atau jasa, tetapi juga perlindungan terhadap identitas dan data pribadi konsumen.

Perkembangan terbaru bahkan menunjukkan bahwa kebijakan hukum perdagangan digital di Indonesia masih terus mengalami penyesuaian. Pada 8 Juni 2026 mulai berlaku Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 19 Tahun 2026 tentang Penyelenggaraan Usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang sekaligus mencabut Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023. Regulasi baru tersebut mengatur pelaku usaha dan model bisnis penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik, persyaratan usaha, iklan elektronik, pengutamaan produk dalam negeri, pemanfaatan kecerdasan artifisial, pembinaan dan pengawasan, serta sanksi administratif. Perubahan regulasi tersebut menunjukkan bahwa perkembangan teknologi dan model bisnis digital berlangsung sangat dinamis sehingga kebijakan hukum juga dituntut untuk terus menyesuaikan diri dengan perkembangan masyarakat dan teknologi.

Selain regulasi sektoral, arah kebijakan perlindungan konsumen secara nasional juga semakin diperkuat melalui Peraturan Presiden Nomor 49 Tahun 2024 tentang Strategi Nasional Perlindungan Konsumen dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 17 Tahun 2024 tentang Rencana Aksi Nasional Perlindungan Konsumen. Kedua kebijakan tersebut masih tercatat berlaku dalam basis data Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum Kementerian Perdagangan. Hal ini memperlihatkan bahwa perlindungan konsumen tidak lagi dipandang semata-mata sebagai persoalan penyelesaian sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha, melainkan telah berkembang menjadi bagian dari agenda kebijakan nasional yang membutuhkan koordinasi antarlembaga, peningkatan keberdayaan konsumen, pengawasan pasar, serta penguatan mekanisme penegakan hukum.

Meskipun kerangka regulasi semakin berkembang, persoalan perlindungan konsumen dalam praktik masih menjadi tantangan. Data Badan Perlindungan Konsumen Nasional mencatat sebanyak 12.086 pengaduan konsumen diterima dalam periode 2020 sampai dengan 21 Juli 2026, sementara jumlah pengaduan yang tercatat untuk periode 2025 hingga 21 Juli 2026 mencapai 1.193 pengaduan. Data tersebut merupakan keseluruhan kategori pengaduan konsumen dan tidak seluruhnya merupakan transaksi digital, tetapi tetap menggambarkan bahwa persoalan pemenuhan hak konsumen masih menjadi isu nyata dalam praktik hubungan antara konsumen dan pelaku usaha. Di sisi lain, hasil Indeks Keberdayaan Konsumen Nasional tahun 2024 sebesar 60,11 masih ditempatkan pemerintah dalam kategori “kritis”, meskipun meningkat dibandingkan tahun sebelumnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa penguatan regulasi perlu berjalan bersamaan dengan peningkatan pengetahuan, kesadaran, dan kemampuan konsumen dalam memperjuangkan hak-haknya.

Persoalan yang lebih mendasar terletak pada efektivitas dan harmonisasi kebijakan hukum. Pengaturan perlindungan konsumen digital tersebar dalam berbagai undang-undang dan peraturan pelaksana yang berada dalam ranah perlindungan konsumen, perdagangan, transaksi elektronik, perlindungan data pribadi, serta penyelenggaraan sistem elektronik. Fragmentasi tersebut berpotensi menimbulkan persoalan berkaitan dengan pembagian kewenangan, mekanisme pengawasan, tanggung jawab antara pedagang dan penyelenggara platform, serta forum penyelesaian sengketa yang harus digunakan oleh konsumen. Kementerian Perdagangan sendiri telah menyediakan mekanisme pengaduan melalui Sistem Informasi Manajemen

Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (SIMPKTN), SP4N-LAPOR, serta kanal pengaduan konsumen ASEAN. Namun, tersedianya mekanisme pengaduan belum dengan sendirinya menjamin bahwa seluruh konsumen mampu memperoleh pemulihan hak secara cepat, sederhana, dan efektif.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kebutuhan untuk menempatkan perlindungan konsumen digital dalam perspektif yang lebih komprehensif. Kebijakan hukum tidak cukup hanya memberikan pengakuan normatif terhadap hak konsumen, tetapi juga harus mampu memberikan perlindungan preventif dan represif. Perlindungan preventif diperlukan melalui kewajiban transparansi informasi, keamanan sistem, perlindungan data pribadi, pengawasan iklan, standar kontrak elektronik, dan kewajiban penyelenggara platform. Sementara itu, perlindungan represif diperlukan melalui mekanisme pengaduan, pemberian ganti kerugian, penjatuhan sanksi, serta penyelesaian sengketa yang mudah, cepat, dan dapat diakses konsumen. Permendag No. 19 Tahun 2026 memperlihatkan perkembangan ke arah tersebut dengan mengatur aspek transparansi informasi produk dan biaya, mekanisme pengaduan dan sengketa, kewajiban pelaku usaha dalam ekosistem PMSE, serta penguatan perlindungan konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut, perlindungan konsumen dalam era digital menjadi persoalan hukum yang semakin penting untuk dikaji karena perkembangan teknologi telah mengubah pola transaksi sekaligus menciptakan bentuk-bentuk risiko yang tidak seluruhnya dikenal ketika Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dibentuk. Meskipun Indonesia telah memiliki berbagai perangkat hukum, mulai dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Pelindungan Data Pribadi, Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, hingga Permendag Nomor 19 Tahun 2026, keberadaan berbagai regulasi tersebut perlu dikaji dari aspek harmonisasi, kecukupan norma, efektivitas implementasi, tanggung jawab pelaku usaha dan penyelenggara platform, serta akses konsumen terhadap mekanisme penyelesaian sengketa.

Oleh karena itu, kajian mengenai **“Perlindungan Konsumen dalam Era Digital: Kajian terhadap Kebijakan Hukum di Indonesia”** menjadi relevan untuk menganalisis perkembangan kebijakan hukum perlindungan konsumen di Indonesia, mengidentifikasi berbagai persoalan hukum yang masih muncul dalam transaksi digital, serta menilai sejauh mana kebijakan yang berlaku mampu memberikan kepastian, keadilan, keamanan, dan perlindungan hukum yang efektif bagi konsumen di tengah perkembangan ekonomi digital.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode hukum normatif yang didukung dengan penelitian hukum empiris. Menurut Soekanto, metode penelitian adalah proses, prinsip, dan tata cara pemecahan masalah dalam penelitian yang dilakukan secara cermat untuk menambah pengetahuan manusia. Penelitian hukum normatif dilakukan dengan menelaah asas, konsepsi, pandangan, dan doktrin hukum melalui data sekunder seperti norma, kaidah, dan aturan hukum dalam peraturan perundang-undangan serta sumber-sumber tertulis lainnya. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pendekatan sejarah, untuk mengkaji perkembangan perlindungan konsumen di era digital, pendekatan perundang-undangan, yang didasarkan pada norma hukum yang berlaku, dan pendekatan konseptual, yang menggali ide, konsep, dan asas hukum yang relevan untuk membangun argumentasi dalam menyelesaikan isu hukum.

Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan menggunakan teknik studi literature (*literature review*). Menurut Sugiyono (2021), studi literatur (studi kepustakaan) adalah kegiatan mengumpulkan data dan informasi dari berbagai sumber literatur ilmiah seperti buku, jurnal, artikel, dan karya ilmiah lainnya yang relevan dengan topik penelitian. Pemilihan literatur dilakukan secara *purposive*, yaitu dengan memilih dokumen yang memiliki keterkaitan langsung dengan topik penelitian. Sumber-sumber ini meliputi artikel jurnal ilmiah yang telah melalui proses *peer-review*, buku, bab dalam buku, laporan penelitian, serta dokumen kebijakan dari institusi terkemuka yang berhubungan dengan ekonomi sirkular dan sektor manufaktur.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis yuridis. Analisis yuridis adalah proses mengkaji, menafsirkan, dan mengevaluasi bahan-bahan hukum untuk menjawab permasalahan hukum tertentu. Dalam jurnal ini, analisis tersebut digunakan untuk memahami sejauh mana regulasi di Indonesia melindungi konsumen dalam transaksi elektronik. Menurut Soerjono Soekanto, pendekatan yuridis adalah metode penelitian hukum yang berfokus pada hukum sebagai sistem norma dan peraturan tertulis (hukum dalam buku/*law in books*) serta efektivitas penerapannya di masyarakat, yang bisa dibagi menjadi dua jenis utama yuridis normatif (menganalisis kaidah hukum) dan yuridis empiris (menganalisis hukum dalam kenyataan masyarakat), serta membagi sumber hukum menjadi primer, sekunder, dan tersier untuk memahami fenomena hukum secara komprehensif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kajian Kepustakaan

1. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen

Perlindungan konsumen adalah konsep hukum yang menjamin keamanan pembeli dari potensi kerugian akibat penggunaan barang atau jasa. Ruang lingkupnya luas, mencakup seluruh tahapan, mulai dari perolehan hingga dampak penggunaan produk. Secara garis besar, perlindungan konsumen meliputi dua aspek: (1) jaminan kesesuaian barang atau jasa dengan perjanjian, dan (2) perlindungan dari persyaratan transaksi yang tidak adil.

Tujuan utama perlindungan konsumen adalah menciptakan rasa aman konsumen dalam bertransaksi. UU PK membuktikan keseriusan ini dengan memberlakukan sanksi pidana bagi pelanggar. Upaya perlindungan konsumen mencakup tindakan preventif untuk mencegah kerugian dan tindakan represif untuk menindak pelanggaran di berbagai bidang perlindungan konsumen. Dalam UUPK, terdapat hak-hak konsumen: viii 1) Hak untuk mendapatkan harga yang wajar; 2) hak konsumen memperoleh perlindungan hukum; 3) hak konsumen untuk mendapatkan penyelesaian yang patut jika terdapat masalah.

Untuk itu, diperlukan prinsip-prinsip dasar yang menjadi fondasi aturan hukum agar bisa menegakkan hukum. Aturan tersebut tertuang dalam peraturan perundang-undangan. E-commerce kini memiliki landasan hukum yang tegas di Indonesia melalui UU No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (UU Perdagangan). UU ini hadir sebagai upaya pemerintah mengembangkan sektor perdagangan. Menurut Pasal 2 huruf (a), kebijakan perdagangan disusun berdasarkan prinsip "kepentingan nasional.

Transaksi elektronik, atau perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) dalam era digital telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan modern. Kemudahan dan kecepatan yang ditawarkan platform digital mengubah cara

konsumen berinteraksi dengan pelaku usaha. Namun, kemudahan ini juga membawa potensi risiko seperti penipuan, barang tidak sesuai, kebocoran data pribadi, dan bisnis yang tidak adil. Untuk melindungi konsumen dalam ekosistem digital ini, hukum di Indonesia telah mengatur berbagai aspek melalui sejumlah peraturan perundang-undangan.

UU Perdagangan memberikan perlindungan konsumen dalam ecommerce. Ketentuannya ada dalam Pasal 65, yakni:

- a. Pelaku usaha wajib menyajikan informasi secara lengkap
- b. Pelaku usaha dilarang menjual produk jika tidak sesuai dengan informasi
- c. Penggunaan platform elektronik untuk transaksi jual beli harus tunduk pada aturan-aturan yang tertuang dalam UU ITE.
- d. Data transaksi yang disebutkan di ayat (1) minimal harus berisi:
 - Identitas pelaku usaha
 - Persyaratan teknis penawaran barang
 - Kualifikasi jasa yang ditawarkan
 - Harga dan cara pembayaran
 - Cara pemberian barang

PP No. 82 Tahun 2002 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE). PP ini merupakan aturan pelaksanaan UU ITE dan memberikan detail lebih lanjut mengenai penyelenggaraan transaksi elektronik yang aman dan terpercaya, termasuk perlindungan konsumen. Beberapa aspek penting meliputi

- a. Kewajiban Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE): PSE, termasuk ecommerce platforms dan online merchants, memiliki kewajiban untuk menyediakan informasi identitas yang benar, produk yang ditawarkan, harga, cara pembayaran, prosedur pengiriman, dan mekanisme pengaduan konsumen. Mereka juga diwajibkan untuk memiliki sistem keamanan yang memadai untuk melindungi data konsumen.
- b. Bukti Transaksi Elektronik: PP PSTE mengatur mengenai keabsahan bukti transaksi elektronik dan kewajiban PSE untuk menyimpan data transaksi dalam jangka waktu tertentu.
- c. Perlindungan Data Pribadi: PP ini juga mengatur lebih lanjut mengenai kewajiban PSE dalam mengelola dan melindungi data pribadi konsumen sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan.

2. Konsep Perlindungan Hukum Pidana bagi Konsumen

Konsep perlindungan hukum pidana bagi konsumen dalam transaksi elektronik berfokus pada penggunaan sanksi pidana untuk mencegah dan menindak pelaku usaha atau pihak lain yang melakukan tindakan penipuan, pemalsuan, atau kejahatan lainnya yang merugikan konsumen dalam lingkup perdagangan daring. Hukum pidana hadir sebagai ultimum remedium, atau upaya terakhir, ketika mekanisme perlindungan hukum perdata dan administratif dianggap tidak efektif atau ketika tindakan yang dilakukan pelaku usaha mengandung unsur pidana yang serius.

Tidak adanya kontak fisik antara pihak dalam transaksi elektronik membuat para pelaku usaha tidak mengalami risiko daripada yang dialami konsumen. Maka, hal yang rentan terjadi adalah pelanggaran hak-hak konsumen. Perlindungan hukum di Indonesia pada umumnya dibagi menjadi UUIE dan UUPK. UU ITE cenderung untuk transaksi elektronik, sedangkan UU PK cenderung untuk perlindungan konsumen.

Indonesia tidak kekurangan regulasi, tetapi masih menghadapi persoalan harmonisasi, implementasi, kelembagaan, dan penegakan hukum. Ariawan (2025) menemukan bahwa regulasi konsumen digital Indonesia masih terfragmentasi dan menghadapi kesulitan dalam menjawab risiko-risiko yang berkembang cepat. Adu (2026) juga menunjukkan bahwa keberadaan regulasi perlindungan data belum sepenuhnya menyelesaikan masalah ketika kapasitas penegakan, kepatuhan organisasi, dan kelembagaan masih terbatas. Sementara itu, Haq menekankan perlunya pembaruan regulasi, pengawasan hukum, dan edukasi konsumen secara simultan.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa masalah perlindungan konsumen digital bersifat multidimensional. Penyelesaiannya tidak dapat hanya dilakukan dengan menambahkan aturan baru, karena semakin banyak regulasi tanpa harmonisasi justru dapat menghasilkan tumpang tindih kewenangan. Dalam satu kasus kebocoran data pada transaksi *e-commerce*, misalnya, persoalan dapat sekaligus menyentuh perlindungan konsumen, perlindungan data pribadi, penyelenggaraan sistem elektronik, tanggung jawab kontraktual, dan kemungkinan aspek pidana. Oleh karena itu, diperlukan mekanisme koordinasi yang jelas antara lembaga perlindungan konsumen, kementerian yang mengatur perdagangan, regulator ruang digital, serta aparat penegak hukum.

Arah tersebut sebenarnya mulai terlihat melalui Peraturan Presiden Nomor 49 Tahun 2024 tentang Strategi Nasional Perlindungan Konsumen yang masih berstatus berlaku, serta Permendag Nomor 17 Tahun 2024 tentang Rencana Aksi Nasional Perlindungan Konsumen. Kehadiran strategi nasional menunjukkan bahwa perlindungan konsumen semakin ditempatkan sebagai agenda lintas sektor. Namun, efektivitasnya sangat bergantung pada kemampuan pemerintah menerjemahkan strategi tersebut menjadi pengawasan yang terintegrasi, penanganan pengaduan yang cepat, peningkatan literasi konsumen, dan penegakan hukum yang memberikan efek jera.

3. Kedudukan dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha serta Platform Digital

Studi kepustakaan juga menemukan adanya perubahan konfigurasi hubungan antara konsumen dan pelaku usaha. Pada perdagangan konvensional, hubungan hukum relatif sederhana karena konsumen umumnya berhadapan langsung dengan penjual atau penyedia jasa. Dalam perdagangan digital, transaksi sering melibatkan pihak ketiga berupa marketplace atau platform sebagai Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE).

PP Nomor 80 Tahun 2019 memberikan kerangka penyelenggaraan perdagangan melalui sistem elektronik, sedangkan pengaturan teknisnya diperkuat melalui regulasi Kementerian Perdagangan. Perkembangan terbaru melalui Permendag Nomor 19 Tahun 2026 menunjukkan semakin besarnya perhatian pemerintah terhadap kewajiban pedagang, PPMSE dan Penyelenggara Sarana Perantara (PSP). Pengaturan tersebut mencakup antara lain perizinan berusaha, transparansi informasi produk dan biaya, mekanisme pengaduan dan sengketa, pengawasan, serta penggunaan teknologi dalam perdagangan digital.

Temuan ini memperlihatkan adanya perkembangan kebijakan dari model perlindungan konsumen yang semata-mata berorientasi pada hubungan konsumen–penjual menuju model yang juga menempatkan platform digital sebagai bagian penting dari tata kelola perlindungan konsumen. Posisi platform menjadi penting karena platform menguasai sistem yang mempertemukan konsumen dengan pedagang, mengelola informasi, memfasilitasi proses transaksi, serta dalam kondisi tertentu memengaruhi bagaimana produk ditampilkan dan dipilih oleh konsumen.

4. Permasalahan Perlindungan Konsumen pada Ekosistem Digital

Studi kepustakaan mengidentifikasi beberapa persoalan utama perlindungan konsumen digital, yaitu ketimpangan informasi antara konsumen dengan pelaku usaha, keamanan data pribadi, kejelasan tanggung jawab platform, transaksi lintas wilayah atau lintas negara, penipuan digital, klausula baku elektronik, serta munculnya bentuk baru manipulasi terhadap keputusan konsumen melalui desain antarmuka dan algoritma.

Salah satu persoalan yang semakin relevan adalah *dark pattern*, yaitu desain antarmuka digital yang dapat mengarahkan atau memengaruhi konsumen untuk mengambil keputusan tertentu yang tidak sepenuhnya sesuai dengan kepentingannya. Kajian kebijakan yang diterbitkan Kementerian Perdagangan pada 2025 menilai bahwa regulasi seperti UUPK, UU ITE, UU PDP, dan PP PMSE telah menyediakan prinsip perlindungan tertentu, tetapi pengaturan khusus mengenai *dark pattern* masih perlu diperkuat. Kajian tersebut antara lain merekomendasikan pengaturan yang lebih eksplisit, pedoman desain UI/UX yang berorientasi pada kepentingan konsumen serta penguatan mekanisme pengawasan.

Perkembangan berikutnya melalui Permendag Nomor 19 Tahun 2026 telah mulai mengakomodasi penggunaan AI dalam perdagangan elektronik dan menekankan pemanfaatannya secara bertanggung jawab. Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan perlindungan konsumen mulai bergerak dari pengaturan transaksi elektronik secara umum menuju respons terhadap teknologi yang semakin kompleks.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital telah mengubah substansi perlindungan konsumen. Apabila dalam perdagangan konvensional perlindungan terutama berorientasi pada keamanan barang dan jasa, kebenaran informasi, tanggung jawab pelaku usaha dan kompensasi terhadap kerugian, maka dalam ekosistem digital ruang lingkup perlindungan menjadi lebih luas. Perlindungan konsumen kini berkaitan pula dengan keamanan data, keandalan sistem elektronik, identitas pedagang, transparansi platform, algoritma, mekanisme pembayaran, serta akses terhadap penyelesaian sengketa secara efektif.

Dalam konteks tersebut, UUPK masih relevan sebagai *umbrella regulation* yang menyediakan prinsip dan hak dasar konsumen. Namun, keberadaannya belum dapat digunakan secara tunggal untuk menjawab seluruh karakteristik transaksi digital. Hal ini bukan berarti UUPK kehilangan relevansinya, melainkan memperlihatkan bahwa norma-norma dasar perlindungan konsumen perlu dibaca secara sistematis bersama UU ITE, UU PDP, PP PMSE dan berbagai regulasi sektoral.

Dengan demikian, konstruksi perlindungan konsumen digital di Indonesia dapat dipahami sebagai model perlindungan hukum berlapis. Lapisan pertama merupakan perlindungan umum melalui UUPK. Lapisan kedua berkaitan dengan transaksi dan sistem elektronik melalui UU ITE dan PP Nomor 71 Tahun 2019. Lapisan ketiga berkaitan dengan perdagangan digital melalui PP Nomor 80 Tahun 2019 dan Permendag Nomor 19 Tahun 2026. Lapisan berikutnya berkaitan dengan perlindungan data melalui UU PDP, serta regulasi sektoral seperti ketentuan OJK bagi konsumen jasa keuangan.

Banyaknya regulasi yang mengatur konsumen digital memiliki dua konsekuensi. Pada satu sisi, kondisi tersebut memperkuat perlindungan karena setiap aspek risiko dapat memperoleh pengaturan yang lebih spesifik. Pada sisi lain, banyaknya ketentuan dapat menimbulkan fragmentasi apabila hubungan antarlembaga, ruang lingkup kewenangan dan mekanisme penegakannya tidak terkoordinasi dengan baik.

Sebagai contoh, ketika konsumen mengalami transaksi bermasalah pada platform digital, persoalan tersebut dapat menyangkut sekaligus aspek perlindungan konsumen, perdagangan elektronik, penyelenggaraan sistem elektronik dan pemrosesan data pribadi. Apabila transaksi berkaitan dengan produk jasa keuangan, terdapat pula rezim perlindungan konsumen sektor jasa keuangan. Struktur seperti ini membutuhkan pendekatan koordinatif agar konsumen tidak dibebani untuk menentukan sendiri rezim hukum mana yang harus digunakan.

Oleh sebab itu, efektivitas perlindungan konsumen digital tidak hanya ditentukan oleh jumlah regulasi, tetapi terutama oleh harmonisasi norma, integrasi mekanisme pengaduan, kejelasan pembagian kewenangan, dan efektivitas penegakan hukum. Kebijakan hukum harus bergerak dari pendekatan yang terfragmentasi menuju sistem perlindungan konsumen digital yang terintegrasi.

Efektivitas kebijakan perlindungan konsumen digital dapat dikembangkan melalui dua pendekatan, yaitu perlindungan preventif dan represif. Perlindungan preventif diarahkan untuk mencegah kerugian sebelum terjadi melalui kewajiban transparansi, keamanan sistem, perlindungan data, verifikasi pelaku usaha, standar informasi, pengawasan iklan, tata kelola penggunaan AI, serta peningkatan literasi konsumen. Sebaliknya, perlindungan represif diperlukan ketika konsumen telah mengalami kerugian melalui mekanisme pengaduan, kompensasi, penyelesaian sengketa dan penerapan sanksi kepada pelaku usaha. Kedua pendekatan tersebut harus berjalan secara seimbang. Sistem yang hanya mengandalkan penyelesaian sengketa setelah kerugian terjadi akan menempatkan beban terlalu besar pada konsumen. Sebaliknya, perlindungan preventif tanpa mekanisme penegakan hukum dan pemberian ganti rugi yang efektif juga tidak mampu menciptakan kepatuhan pelaku usaha.

Penguatan mekanisme pengaduan dalam regulasi perdagangan elektronik serta pengaturan komprehensif perilaku Pelaku Usaha Jasa Keuangan dalam POJK Nomor 22 Tahun 2023 menunjukkan adanya kecenderungan penguatan kedua pendekatan tersebut. Dalam sektor jasa keuangan, POJK tersebut bahkan mencakup pengawasan perilaku pelaku usaha mulai dari desain produk, penyampaian informasi dan pemasaran hingga penanganan pengaduan serta penyelesaian sengketa.

Namun demikian, hasil review literatur memperlihatkan bahwa persoalan utama perlindungan konsumen digital tidak semata-mata terletak pada ketiadaan regulasi, melainkan pada aspek harmonisasi, implementasi, pengawasan, kelembagaan, dan efektivitas penegakan hukum. Tantangan utama kebijakan hukum Indonesia tentang bagaimana membangun regulasi yang harmonis, adaptif dan mudah ditegakkan dalam ekosistem digital yang berubah cepat. Di samping itu, masih terdapat kesenjangan antara hak-hak konsumen yang telah dijamin secara normatif dengan kemampuan konsumen untuk memperoleh pemulihan secara cepat, mudah, dan efektif ketika mengalami kerugian.

UUPK memberikan fondasi perlindungan konsumen, sedangkan UU ITE, UU PDP, PP PMSE, Permendag Nomor 19 Tahun 2026 dan regulasi sektoral memberikan perlindungan yang lebih khusus. Pembaruan hukum perlu diarahkan setidaknya pada penguatan tanggung jawab platform digital, harmonisasi sistem pengaduan konsumen, peningkatan efektivitas penyelesaian sengketa secara elektronik, pengawasan transaksi lintas batas, perlindungan terhadap praktik manipulatif berbasis desain digital, transparansi penggunaan algoritma dan AI, serta penguatan literasi hukum dan digital masyarakat. Perlindungan hukum tidak cukup hanya diberikan setelah konsumen mengalami kerugian, tetapi harus dimulai sejak tahap penyediaan informasi, pengumpulan data, desain sistem digital, proses transaksi, hingga penyelesaian sengketa. Harmonisasi regulasi, penguatan tanggung jawab platform, perlindungan data

pribadi, peningkatan efektivitas pengawasan, dan penyediaan mekanisme penyelesaian sengketa digital merupakan unsur penting dalam membangun ekosistem perdagangan digital yang adil, aman, transparan, dan terpercaya bagi konsumen Indonesia. Pendekatan tersebut diperlukan agar hukum tidak hanya berfungsi secara reaktif setelah kerugian terjadi, tetapi juga mampu mencegah praktik bisnis digital yang berpotensi merugikan konsumen.

Dengan demikian, kajian ini menunjukkan bahwa perlindungan konsumen dalam era digital di Indonesia telah mengalami pergeseran dari model perlindungan yang berorientasi pada transaksi menuju model perlindungan berbasis ekosistem digital. Konsumen tidak hanya membutuhkan jaminan terhadap kualitas barang dan jasa, tetapi juga perlindungan terhadap data, sistem, platform, algoritma dan mekanisme digital yang memengaruhi proses pengambilan keputusan. Kebijakan hukum Indonesia telah bergerak menuju arah tersebut, terutama melalui penguatan regulasi perdagangan elektronik, perlindungan data pribadi dan tata kelola platform. Namun, efektivitasnya tetap bergantung pada harmonisasi regulasi, koordinasi antarlembaga, kemampuan pengawasan teknologi, kemudahan penyelesaian sengketa, serta konsistensi penegakan hukum. Oleh karena itu, pembaruan kebijakan hukum perlindungan konsumen perlu dilakukan secara berkelanjutan agar perkembangan hukum mampu mengikuti kecepatan transformasi teknologi sekaligus mempertahankan keseimbangan antara inovasi ekonomi digital dan perlindungan hak konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian melalui studi kepustakaan, dapat disimpulkan bahwa perlindungan konsumen dalam era digital di Indonesia telah mengalami perkembangan dari model perlindungan yang berorientasi pada transaksi konvensional menuju perlindungan yang mencakup keseluruhan ekosistem digital. Perlindungan tersebut tidak hanya bertumpu pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, tetapi juga diperkuat melalui Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, serta berbagai regulasi sektoral yang mengatur aktivitas perdagangan dan jasa berbasis digital. Perkembangan regulasi tersebut menunjukkan bahwa perlindungan konsumen digital telah mencakup hak atas informasi, keamanan transaksi, perlindungan data pribadi, tanggung jawab pelaku usaha dan platform digital, serta akses terhadap mekanisme pengaduan dan penyelesaian sengketa.

Namun, hasil review literatur memperlihatkan bahwa persoalan utama perlindungan konsumen digital tidak semata-mata terletak pada ketiadaan regulasi, melainkan pada aspek harmonisasi, implementasi, pengawasan, kelembagaan, dan efektivitas penegakan hukum. Pengaturan perlindungan konsumen masih tersebar dalam berbagai rezim hukum sehingga berpotensi menimbulkan tumpang tindih kewenangan dan ketidakjelasan tanggung jawab ketika suatu kasus melibatkan aspek perdagangan elektronik, sistem digital, data pribadi, dan tanggung jawab platform secara bersamaan. Di samping itu, masih terdapat kesenjangan antara hak-hak konsumen yang telah dijamin secara normatif dengan kemampuan konsumen untuk memperoleh pemulihan secara cepat, mudah, dan efektif ketika mengalami kerugian.

Oleh karena itu, penguatan kebijakan hukum perlu diarahkan pada harmonisasi regulasi, peningkatan akuntabilitas platform digital, penguatan pengawasan teknologi, penyederhanaan mekanisme pengaduan dan penyelesaian sengketa, serta peningkatan literasi hukum dan digital masyarakat. Dengan demikian, perlindungan konsumen di era digital harus dilaksanakan melalui pendekatan yang bersifat preventif sekaligus represif

agar perkembangan teknologi dan ekonomi digital tetap berjalan seimbang dengan pemenuhan hak, keamanan, dan kepastian hukum bagi konsumen.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka penulis ingin mengemukakan beberapa saran berkaitan dengan hasil penelitian ini, yaitu:

1. Bagi Pemerintah dan Pembentuk Kebijakan

Pemerintah perlu terus melakukan harmonisasi dan pembaruan regulasi perlindungan konsumen agar mampu mengikuti perkembangan teknologi digital yang sangat cepat. Pengaturan mengenai tanggung jawab platform digital, penggunaan algoritma, *artificial intelligence*, *dark pattern*, perdagangan lintas batas, serta perlindungan data pribadi perlu diperkuat agar tidak terjadi kekosongan maupun tumpang tindih norma hukum. Selain itu, diperlukan koordinasi yang lebih efektif antarinstansi agar mekanisme perlindungan dan pengaduan konsumen dapat dilaksanakan secara terpadu.

2. Bagi Lembaga Perlindungan Konsumen dan Organisasi Masyarakat

Lembaga perlindungan konsumen perlu memperkuat kegiatan edukasi, advokasi, dan pendampingan bagi masyarakat dalam menghadapi permasalahan transaksi digital. Program edukasi sebaiknya tidak hanya membahas hak konsumen secara umum, tetapi juga mencakup keamanan data pribadi, penipuan digital, penggunaan layanan keuangan digital, praktik *dark pattern*, dan risiko penggunaan teknologi berbasis algoritma.

3. Bagi Pelaku Usaha dan Platform Digital

Pelaku usaha dan penyelenggara platform digital perlu menerapkan prinsip transparansi, keamanan, akuntabilitas, dan perlindungan konsumen sejak tahap perancangan layanan. Informasi mengenai produk, harga, biaya tambahan, penggunaan data pribadi, syarat dan ketentuan, serta mekanisme pengembalian dana harus disampaikan secara jelas dan mudah dipahami. Platform juga perlu menyediakan sistem pengaduan yang sederhana, responsif, dan dapat diakses dengan mudah oleh konsumen serta menghindari penggunaan desain atau algoritma yang bersifat manipulatif.

4. Bagi Konsumen

Konsumen perlu meningkatkan literasi hukum, keuangan, dan digital agar mampu memahami hak serta kewajibannya dalam melakukan transaksi secara elektronik. Konsumen juga perlu lebih berhati-hati dalam memberikan data pribadi, membaca syarat dan ketentuan layanan, memeriksa kredibilitas penjual, menjaga keamanan akun dan sistem pembayaran, serta menyimpan bukti transaksi. Apabila mengalami kerugian, konsumen perlu memanfaatkan mekanisme pengaduan dan penyelesaian sengketa yang tersedia.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariawan, A. (2025). Regulatory Barriers to Consumer Protection in Digital Marketplaces. *Journal of Human Rights, Culture and Legal System*, 5(3), 806–832.
- Adu, I. (2026). Personal Data Protection In E-Commerce Platforms: Legal Challenges, Regulatory Frameworks, And The Path Toward Digital Consumer Trust. *Priviet Social Sciences Journal*, 6(5), 118–128.
- Haq, Z. (2024). The Urgency of Legal Reform in Ensuring Consumer Protection in e-

Commerce Transactions in Indonesia. *International Journal of Health, Economics, and Social Sciences*, 6(4), 930-935.

Prayuti, Y. (2024). Dinamika Perlindungan Hukum Konsumen Di Era Digital: Analisis Hukum Terhadap Praktik E-Commerce Dan Perlindungan Data Konsumen di Indonesia. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 5(1), 903–913.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua UU ITE.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 49 Tahun 2024 Tentang Strategi Nasional Perlindungan Konsumen (Stranas-Perlindungan Konsumen).

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2026 Tentang Penyelenggaraan Usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.