MEMBANGUN LANDASAN HUKUM YANG KUAT: TANGGUNG JAWAB DALAM PERLINDUNGAN KONSUMEN DI ERA DIGITAL

Helsa Almahbubi dan Daffa Al-firdaus Widhianto
Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang
Helsaalma2005@students.unnes.ac.id, daffawidhianto100604@students.unnes.ac.id

Abstract

In the digital era influenced by technological advances, buying and selling activities are experiencing significant transformation. Transactions that were previously carried out in person have now shifted to online platforms, enabling interaction between sellers and buyers without physical meetings. This article discusses responsibilities in consumer protection in the digital era, with a focus on the role of the Consumer Protection Law in ensuring consumer rights are maintained. Through literature study and qualitative analysis, this article describes the legal basis that regulates consumer protection, the legal responsibilities of goods/service providers and consumers, as well as challenges in consumer protection. It is hoped that this article can provide a deeper understanding of consumer protection in the context of online transactions and encourage the creation of a more ethical and transparent business environment.

Keywords: Digital era; consumer protection; legal responsibility.

Abstrak

Di era digital yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi, aktivitas jual-beli mengalami transformasi signifikan. Transaksi yang dulunya dilakukan secara langsung kini beralih ke platform online, memungkinkan interaksi antara penjual dan pembeli tanpa pertemuan fisik. Artikel ini membahas tentang tanggung jawab dalam perlindungan konsumen di era digital, dengan fokus pada peran Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam memastikan hak-hak konsumen terjaga. Melalui studi literatur dan analisis kualitatif, artikel ini menguraikan landasan hukum yang mengatur perlindungan konsumen, tanggung jawab hukum pihak penyedia barang/jasa dan konsumen, serta tantangan dalam perlindungan konsumen. Diharapkan artikel ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai perlindungan konsumen dalam konteks transaksi online dan mendorong terciptanya lingkungan bisnis yang lebih etis dan transparan.

Kata Kunci: Era digital; perlindungan konsumen; tanggung jawab hukum.

A. Pendahuluan

Di zaman yang serba digital seperti sekarang ini, rakyat Indonesia sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi yang terus berkembang. Kemajuan ini telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk pada aktivitas jual-beli. Pada masa lampau, transaksi seringkali terjadi secara langsung dimana penjual dan pembeli bertemu langsung. Namun, sekarang trennya telah berubah, di mana transaksi tidak lagi terjadi secara langsung tatap muka, melainkan dilakukan melalui media elektronik.Benar, teknologi internet telah mengubah cara kita melakukan transaksi. Dengan adanya platform online, penjual dan pembeli dapat berkomunikasi dan menjalankan transaksi tanpa perlu berjumpa secara langsung di pasar fisik. Ini membuat proses jual beli menjadi lebih efisien dan nyaman bagi kedua belah pihak.

Berdasarkan pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 1 angka 2 yang mengatakan bahwa "Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan".Untuk melancarkan usaha banyak pelaku usaha yang menggunakan segala cara yang dianggap sah untuk bersaing walaupun hal itu akan memperdayai konsumen.Praktik seperti itu tentu dapat melanggar Undang-Undang Perlindungan Konsumen karena tidak menyampaikan informasi yang terbuka kepada konsumen tentang kondisi dan kualitas produk yang dijual. Hal ini dapat menyesatkan konsumen dan merugikan mereka. Selain itu, menaikkan harga barang secara tidak adil juga dapat dianggap sebagai praktik yang merugikan konsumen. Penting bagi pelaku usaha untuk memberikan informasi yang jujur dan transparan kepada konsumen agar tidak melanggar undang-undang serta menjaga kepercayaan konsumen dalam jangka panjang.

Konsumen juga mempunyai hak atas informasi yang jelas yang di atur dalam. Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang mana memberikan hak kepada konsumen untuk memperoleh informasi yang benar,terbukia, dan jujur tentang keadaan serta jaminan produk dan layanan yang mereka beli. Selain itu, undang-undang juga mengharamkan pelaku usaha untuk menjalankan praktik yang memperdaya konsumen, termasuk meningkatkan harga produk dan layanan sebelum melakasanakan obral. Ini bertujuan untuk mengamankan konsumen dari tindakan yang tidak fair dan merugikan mereka[1].

Undang-Undang Perlindungan Konsumen memiliki peran penting dalam menyediakan pengamanan yang nyata kepada konsumen, termasuk dalam konteks pembelian produk fashion secara online. Melalui ketentuan-ketentuan yang ada dalam undang-undang tersebut, diharapkan konsumen dapat merasa lebih aman dan percaya saat berbelanja online, sehingga rasa jera dalam membeli produk tidak muncul. Ini akan membantu menjaga hubungan yang positif antara konsumen dan pelaku usaha, serta mendorong terciptanya lingkungan bisnis yang lebih beretika dan terbuka.

Untuk itu Ada beberapa aspek yang akan diteliti dalam riset ini, diantaranya adalah:

1.Era digital dan perubahan pola konsumsi
2.Tantangan yang dihadapi konsumen dalam belanja online
3.Landasan Hukum Perlindungan Konsumen
4.Tanggung Jawab Hukum Pihak Penyedia Barang/Jasa dan Konsumen
5.antangan dalam Perlindungan Konsumen

B. Metode Penelitian

[1] M. Nur Rianto Al Arif, "Penjualan On-line Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam" Jurnal Wacana Hukum Islam Dan Kemanusiaan, Volume 13, No. 1, Juni 2013, hal. 34

Metode penelitian yang dipakai adalah studi literatur di mana berbagai literatur digunakan untuk mengumpulkan data penelitian, dengan menerapkan pendekatan kualitatif karena data yang didapat berbentuk kata-kata atau deskripsi. Studi literatur mengikutsertakan serangkaian kegiatan seperti menghimpun data dari beragam sumber pustaka, membaca, mencatat, dan mengolah bahan penelitian. Data yang dikumpulkan akan dikelola untuk menangani masalah yang dibahas, ditemukan melalui berbagai sumber informasi kepustakaan seperti buku, jurnal, data digital, dokumen, dan sebagainya untuk menganalisis penerapan prinsip keadilan dalam sistem hukum pidana adat. Data yang disajikan dalam wujud pemaparan yang sistematis akan menerangkan keterkaitan antara beragam jenis data. Setelah semua data disaring dan diolah, kemudian disampaikan secara deskriptif dengan harapan memberikan penyelesaian atas masalah utama dalam penelitian artikel ini.

C. Hasil dan Pembahasan

Era Digital dan Perubahan Pola Konsumsi

Peningkatan penggunaan internet dan perangkat digital dalam transaksi sehari-hari telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat modern, terutama setelah pandemi Covid-19. Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan internet dan teknologi digital telah meningkat secara signifikan, memungkinkan masyarakat untuk melakukan transaksi secara online dengan lebih mudah dan efektif. Di Indonesia, misalnya, laporan perilaku konsumen terhadap transaksi online tahun 2023 menunjukkan bahwa sebanyak 178,9 juta masyarakat Indonesia telah melakukan transaksi online sepanjang 2022 hingga awal 2023[2] . Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan internet dan teknologi digital telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Perangkat digital seperti smartphone telah menjadi alat yang sangat populer untuk berbelanja online, dengan 80% masyarakat Indonesia menggunakan [3]smartphone untuk berbelanja online. Kemampuan untuk melakukan transaksi online dengan mudah dan cepat telah meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari.

Perubahan perilaku konsumen dari belanja konvensional ke belanja online telah menjadi trend yang sangat signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Dalam beberapa tahun terakhir, masyarakat telah mulai lebih senang berbelanja secara online, terutama setelah pandemi Covid-19. Laporan perilaku konsumen terhadap transaksi online tahun 2023 menunjukkan bahwa sebanyak 83,3% konsumen melakukan riset terkait produk sebelum membeli, dan 60% konsumen memilih untuk berbelanja online karena kemudahan[4]. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat telah mulai lebih kritis dalam membeli produk dan lebih memilih untuk berbelanja secara online untuk meminimalisir adanya kesalahan dan kerugian dalam membeli produk. Perubahan perilaku konsumen ini juga disebabkan oleh kemunculan berbagai macam platform e-commerce yang memudahkan masyarakat untuk berbelanja secara online.[5] Dalam

[2] Laporan perilaku konsumen terhadap transaksi online | SleekFlow https://sleekflow.io/id-id/blog/laporan-perilaku-konsumen-2023

[3] Ini Dia 3 Perilaku Konsumen yang Berubah Setelah Pandemi https://bakrie.ac.id/articles/435-ini-dia-3-perilaku-konsumen-yang-berubah-setelah-pandemi.html

[4] PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PERTUMBUHAN ... https://e-journal.trisakti.ac.id/index.php/jet/article/download/17499/10147/61724

[5] 4 Perubahan Perilaku Konsumen di Era Digital.

beberapa tahun terakhir, e-commerce telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, dengan berbagai keuntungan seperti diskon, gratis ongkir, serta cashback yang membuat masyarakat semakin rajin berbelanja secara online . Dalam konteks Indonesia, misalnya, laporan perilaku konsumen terhadap transaksi online tahun 2023 menunjukkan bahwa sebanyak 48% masyarakat Indonesia berusia 26-35 tahun aktif berbelanja online sepanjang 2020-2021[6]. Hal ini menunjukkan bahwa generasi milenial telah menjadi bagian penting dalam penggunaan teknologi digital dan berbelanja secara online.

Tantangan yang Dihadapi Konsumen dalam Belanja Online

Belanja online kini menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari masyarakat modern, terutama setelah pandemi Covid-19. Namun, aktivitas ini juga menghadirkan beberapa tantangan bagi konsumen, seperti risiko terhadap keamanan data pribadi, penipuan dan kejahatan siber, serta informasi produk yang sering kali tidak transparan.

1.Risiko Terhadap Keamanan Data Pribadi

Keamanan data pribadi adalah salah satu tantangan paling serius dalam belanja online. Dalam beberapa tahun terakhir, masalah keamanan data sudah menjadi perhatian utama dalam bisnis online, termasuk e-commerce. Seiring dengan meningkatnya peran belanja online dalam kehidupan sehari-hari kita, menjaga keamanan dan privasi data konsumen menjadi sangat penting. Perusahaan e-commerce berusaha meningkatkan perlindungan terhadap informasi sensitif, membuka era baru pengalaman belanja online yang aman dan dapat diandalkan. Dengan mengadopsi pendekatan holistik dan berbasis teknologi, prospek peningkatan regulasi hukum dagang untuk menyelesaikan tantangan keamanan data di platform e-commerce bertambah cerah[7]. .

2.Penipuan dan Cybercrime

Selain itu, pelanggan yang melakukan belanja online menghadapi masalah penipuan dan kejahatan siber. Kejahatan siber, juga dikenal sebagai cybercrime, adalah pelanggaran hukum yang dilakukan melalui komputer dan jaringan internet. Pelaku kejahatan siber sering meretas sistem untuk mendapatkan data pribadi korban[8]. Dalam beberapa tahun terakhir, penipuan dan kejahatan siber telah meningkat drastis, membuat kita harus lebih berhati-hati dan bijaksana dalam mengakses internet. Apalagi, pelaku kejahatan siber tidak mengenal batas, sehingga siapa pun bisa menjadi korban kejahatan siber.

3.Informasi Produk yang Sering Kali Kurang Transparan

Informasi produk yang sering kali kurang transparan adalah tantangan lain yang dihadapi oleh konsumen dalam belanja online. Transparansi informasi produk adalah hal yang sangat penting, Transparansi ini meliputi informasi yang jelas dan akurat tentang produk yang dijual, termasuk harga, spesifikasi, dan kualitas. Dalam beberapa kasus, informasi produk yang sering kali kurang transparan dapat menyebabkan masalah bagi konsumen, seperti ketidakpastian tentang produk yang

Baca Selengkapnya! https://bakrie.ac.id/articles/798-4-perubahan-perilaku-konsumen-di-era-digital-baca-selengkapnya.html

[6] PERILAKU KONSUMEN DALAM BELANJA ONLINE MELALUI ... https://ejournal-ibik57.ac.id/index.php/mediastima/article/download/15/21

[7] Analisis Keamanan Data Pribadi pada Pengguna E-Commerce https://dinastirev.org/JIMT/article/view/1541

[8] Analisis Keamanan Data Pribadi pada Pengguna E-Commerce https://dinastirev.org/JIMT/article/download/1541/924/3977

dibeli atau kualitas produk yang tidak sesuai dengan harapan. [9]

Landasan Hukum Perlindungan Konsumen

Di Indonesia, perlindungan konsumen diatur dalam beberapa peraturan hukum yang memastikan bahwa hak-hak konsumen dijaga, serta menetapkan tanggung jawab pada para pihak dalam transaksi barang dan jasa. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU No. 8/1999) merupakan undang-undang yang diundangkan pada tanggal 20 April 1999 dan mulai berlaku sejak tanggal 22 April 1999. UU No. 8 Tahun 1999 ini berdasarkan pada Pasal 5 Ayat (1), Pasal 21 Ayat (1), Pasal 27, dan Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945, serta mengacu pada gagasan pembangunan nasional yang mencakup pembentukan hukum yang bertujuan untuk melindungi konsumen demi mendukung seluruh manusia Indonesia sesuai dengan prinsip negara Republik Indonesia. Undang-undang ini bertujuan untuk melindungi kepentingan konsumen dan meningkatkan kesadaran, pengetahuan, perhatian, keterampilan, dan kemandirian konsumen dalam mendapatkan produk dan/atau layanan yang tersedia di masyarakat[10].

Menurut Pasal 1 UU No. 8/1999,Konsumen adalah individu yang menggunakan barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat untuk kepentingan pribadi, keluarga, orang lain, atau makhluk hidup lainnya, dan tidak untuk diperdagangkan. Undang-undang tersebut juga mengatur tentang perlindungan konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang diperolehnya di pasar.. Pasal 3 UU No. 8/1999 menyebutkan bahwa pelaku usaha tidak boleh memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang telah rusak, cacat, atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar. Selain itu, UU No. 8/1999 juga mengatur tentang pelanggaran terhadap hukum perlindungan konsumen. Pasal 9 UU No. 8/1999 menyebutkan bahwa pelaku usaha tidak boleh menawarkan, memperdagangkan, atau memberikan barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi syarat atau standar kualitas, keamanan, dan keselamatan. Dalam pelaksanaannya, UU No. 8/1999 dijabarkan lebih lanjut melalui Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 06/M-DAG/PER/2/2017 tentang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

Tanggung Jawab dan Hak Pelaku Usaha dan Konsumen

Tanggung jawab hukum perlindungan konsumen merujuk pada kewajiban yang ditanggung oleh produsen, penjual, atau penyedia layanan untuk melindungi konsumen dari kerugian atau bahaya yang muncul dari produk atau layanan yang mereka tawarkan. Ini mencakup kewajiban untuk menyediakan informasi yang jelas dan akurat tentang produk atau layanan, menghindari praktik bisnis yang menyesatkan atau menipu, serta menjamin bahwa produk atau layanan memenuhi standar keamanan dan kualitas yang ditetapkan. Pelanggaran terhadap tanggung jawab hukum ini bisa mengakibatkan sanksi hukum dan denda yang sangat serius bagi pelaku usaha.

Pihak pelaku usaha memiliki tanggung jawab hukum terhadap konsumen dalam beberapa aspek, yaitu:

1.Kualitas Barang/Jasa: Pihak penyedia barang/jasa wajib memenuhi standar

[9] Janus sidabalok, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, PT. CitraAditya Bakti, Bandung, 2010.

[10] Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, Hukum Perlindungan Konsumen, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004.

kualitas yang telah dijanjikan. Jika barang/jasa tidak memenuhi standar tersebut, maka pihak penyedia dapat dianggap telah melanggar hak konsumen.
2. Keamanan dan Keselamatan: Pihak penyedia barang/jasa wajib memastikan keamanan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan barang/jasa yang disediakan. Jika terjadi kecelakaan atau kerusakan akibat keamanan dan keselamatan yang tidak memadai, maka pihak penyedia dapat dianggap telah melanggar hak konsumen.
3.Informasi yang Akurat: Pihak penyedia barang/jasa wajib menyediakan informasi yang akurat dan jelas mengenai barang/jasa yang disediakan. Jika informasi yang diberikan tidak akurat, maka pihak penyedia dapat dianggap telah melanggar hak konsumen.
4.Waktu Pengiriman: Pihak penyedia barang/jasa wajib memenuhi waktu pengiriman yang telah dijanjikan. Jika pengiriman tidak cocok dengan waktu yang dijanjikan, maka pihak penyedia dapat dianggap telah melanggar hak konsumen.
5.Menjalankan usaha dengan niat yang baik.
6.Menghadapi atau melayani konsumen dengan cara yang benar, jujur, dan tanpa membeda-bedakan.
7.Menyediakan kesempatan bagi konsumen untuk menguji atau mencoba produk atau layanan tertentu, serta memberikan jaminan atau garansi atas barang yang diproduksi atau dijual.
8.Menyediakan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian atas kerugian yang timbul akibat penggunaan atau pemanfaatan produk atau layanan yang dijual.
9.Menyediakan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian jika produk atau layanan yang diterima tidak sesuai dengan yang dijanjikan[11].

Dasar hukumnya adalah:
Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen: Konsumen memiliki hak untuk memperoleh barang dan jasa yang aman, seimbang, serta sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan mereka.
Pasal 2 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen: Penyedia barang dan jasa diwajibkan untuk memenuhi standar kualitas, keamanan, dan keselamatan yang telah dijanjikan.
Pasal 3 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen: Penyedia barang dan jasa harus memberikan informasi yang akurat dan jelas mengenai barang dan jasa yang disediakan.

Sehubungan dengan perlindungan konsumen, hak-hak konsumen yang dijamin sesuai dengan ketentuan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut:
a.Hak untuk merasakan kemudahan, jaminan, dan perlindungan saat menggunakan produk dan/atau layanan.
b.Hak untuk memilih dan memperoleh produk dan/atau layanan.
c.Hak untuk memperoleh informasi yang akurat, transparan, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan produk dan/atau layanan.
d.Hak untuk menyuarakan pendapat dan keluhan mengenai barang dan layanan yang digunakan.
e.Hak untuk memperoleh bantuan hukum, perlindungan, dan penyelesaian yang tidak memihak dalam konflik perlindungan konsumen.
f.Hak untuk menerima pengajaran dan pelatihan dalam hal-hal yang berkaitan

[11] Renata Christha Auli,https://www.hukumonline.com/klinik/a/hak-dan-kewajiban-konsumen-serta-pelaku-usaha-yang-perlu-diketahui-lt62e27b1d9c927/ 2022

dengan konsumen.
g.Hak untuk perlakuan atau pelayanan yang adil, jujur, dan bebas diskriminasi.
h.Hak untuk menerima perbaikan, pengembalian dana, dan/atau penggantian jika produk dan/atau layanan yang diberikan tidak sesuai dengan persyaratan atau harapan yang disepakati.
i. Hak-hak tambahan yang diatur sesuai dengan ketentuan hukum.[12]
Selain hak, konsumen juga memiliki tanggung jawab sesuai dengan Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, yaitu:
1.Mematuhi atau mengikuti arahan informasi dan prosedur penggunaan atau pemakaian barang dan/atau jasa demi perlindungan dan keselamatan.
2.Kejujuran dalam melaksanakan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
3. Membayar sama dengan nilai yang telah disetujui.
4.Menjalankan usaha penuntasan perselisihan perlindungan konsumen secara adil[13].

Tantangan dalam Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen adalah salah satu elemen kunci dalam memperkuat landasan perindustrian keuangan di Indonesia. Fungsi perlindungan konsumen sangat signifikan dalam menjaga kepercayaan masyarakat terhadap industri jasa keuangan. Kepercayaan ini merupakan prasyarat utama untuk pertumbuhan dan perkembangan sektor keuangan.Dengan semakin meluasnya digitalisasi di bidang jasa keuangan, masyarakat kini mendapati diri mereka lebih mudah dalam bertransaksi dan bahkan mengadopsi pola hidup baru. Dengan cukup kuota internet, mereka dapat melaksanakan transaksi keuangan di mana pun dan kapan pun. Tetapi, sebagaimana sebuah koin memiliki dua sisi, demikian pula dengan dunia digital dalam konteks keuangan. Oleh karena itu penting memperhatikan sisi lain dari digitalisasi di bidang keuangan[14].

Ditambah dengan rendahnya tingkat literasi digital di kalangan masyarakat, OJK sering kali menerima keluhan dari konsumen mulai dari masalah yang simpel seperti pencurian PIN atau One Time Password (OTP) yang sering terjadi lewat telepon, hingga kejahatan yang sangat rumi[15]t.
Berikut ini merupakan tantangan dalam perlindungan konsumen:
1.Keterbatasan Pemahaman Hak Konsumen
Banyak konsumen masih belum sepenuhnya memahami hak-hak mereka yang mereka miliki, terutama dalam konteks digital seperti privasi data, keamanan pembayaran online, dan validitas produk.
2.Manipulasi Melalui Periklanan
Tindakan periklanan yang bersifat manipulatif kerap kali membingungkan atau menyesatkan konsumen, terutama dengan menggunakan targeting iklan agresif dan teknik persuasi yang canggih.
3.Kekhawatiran akan Keamanan Data dan Privasi
Pelanggaran data dan penyalahgunaan informasi pribadi menjadi perhatian utama, dengan meningkatnya kejadian pencurian identitas, penipuan online, dan pelanggaran privasi.

[12] Happy Susanto, Hak-hak Konsumen jika Dirugikan, PT. Visimedia, Jakarta 2008.

[13] Husni Syawali dan Neni Imaniyati, Hukum Perlindungan Konsumen, Mandar Maju, Bandung, 2000

[14] Az. Nasution, Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar (Cet.II; Jakarta: Diadit Media, 2002) hal.13

[15] Heriani, https://www.hukumonline.com/berita/a/sejumlah-tantangan-perlindungan-konsumen-di-era-digital-lt60811a6426c8b/?page=2 2021

4.Penipuan Online yang Semakin Canggih
Penipuan online terus berkembang menjadi lebih canggih dan rumit, seperti phising, scamming, dan penjualan produk palsu, menghadirkan risiko signifikan terhadap stabilitas finansial dan reputasi bagi konsumen.
5.Tantangan Penegakan Hukum
Penegakan hukum di lingkungan digital seringkali menghadapi kendala,seperti batasan yurisdiksi, kompleksitas teknologi, dan keterbatasan sumber daya untuk menyelidiki dan menindak pelanggaran.
6.Ketidaksetaraan dalam Akses dan Literasi Digital
Tidak semua konsumen memiliki kesempatan yang sama dalam mengakses teknologi atau pemahaman yang memadai mengenai risiko dan hak-hak mereka di dunia digital, yang menghasilkan ketimpangan dalam perlindungan konsumen.
7.Kerentanan Terhadap Ulasan dan Reputasi Online
Ulasan yang dipublikasikan secara online rentan terhadap manipulasi atau pemalsuan, mengakibatkan konsumen rentan terpapar pada informasi yang tidak tepat atau menyesatkan mengenai produk atau layanan tertentu.
8.Tanggung Jawab Platform dan Pihak Ketiga yang Tidak Jelas
Tanggung jawab platform digital dan pihak ketiga dalam menjaga perlindungan konsumen sering kali tidak jelas , meningkatkan risiko penyalahgunaan data atau penipuan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.
9.Perlindungan Anak-anak dalam Lingkungan Digital yang Rentan
Anak-anak dan remaja cenderung rentan terhadap ancaman online seperti konten yang tidak pantas, penipuan, dan eksploitasi, namun,kurangnya regulasi dan pengawasan yang memadai menjadikan perlindungan terhadap mereka menjadi suatu tantangan.
10.Kerjasama Internasional dan Harmonisasi Regulasi
Dengan sifat lintas-batas perdagangan online, kerjasama internasional dan harmonisasi regulasi antar-negara menjadi esensial untuk meningkatkan perlindungan konsumen secara global.tetapi, perbedaan hukum dan kebijakan antar-negara seringkali menjadi hambatan dalam upaya ini[16].

Peran pemerintah dalam melindungi konsumen

Peran pemerintah dalam melindungi konsumen meliputi:
1.Pembinaan

Menurut Pasal 29, Ayat 1 undang-undang perlindungan konsumen, disebutkan bahwa "pemerintah bertugas untuk mengawasi pelaksanaan langkah-langkah perlindungan konsumen."
Pemerintah bertanggung jawab untuk memastikan bahwa hak-hak konsumen dan entitas bisnis diperoleh dengan tepat, dan bahwa kewajiban konsumen dan entitas bisnis dipenuhi sesuai dengan hukum.

Pengawasan dilaksanakan oleh pemerintah di wakilkan Menteri yang bertanggung jawab atas perlindungan konsumen. Dalam konteks ini, Menteri yang bertanggung jawab akan bekerja sama dengan menteri lain untuk memastikan upaya perlindungan konsumen.
Pemerintah juga memiliki kewenangan untuk mengawasi implementasi langkah-langkah perlindungan konsumen, yang melibatkan:
a.Menciptakan lingkungan bisnis yang kondusif;
b.Mendorong pendirian organisasi perlindungan konsumen berbasis

[16] Gunawan Widjaja, Alternatif Penyelesaian Sengketa, PT. Raja Persada, Jakarta 2002. Grafindo

masyarakat;
c. Meningkatkan mutu sumber daya manusia dan mendorong inisiatif riset dan peningkatan di sektor perlindungan konsumen[17].
2.Pengawasan

Di Pasal 30, ayat 1 dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen menetapkan bahwa pengawasan pelaksanaan perlindungan konsumen dan penegakan hukum terkait dilakukan oleh pemerintah, masyarakat sipil, dan organisasi perlindungan konsumen berbasis masyarakat.

Proses pengawasan pemerintah dijelaskan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 58 tahun 2001, yang berfokus pada pedoman dan pengawasan pelaksanaan perlindungan konsumen. Pasal 8 dari regulasi ini menjabarkan hal-hal berikut:
1.Pemerintah akan mengawasi pelaku usaha untuk memastikan kepatuhan mereka terhadap standar mutu produksi barang dan/atau jasa, serta mematuhi persyaratan label, klausul standar, promosi, periklanan, dan layanan purna jual.
2.Pengawasan, sebagaimana disebutkan dalam ayat 1, terjadi sepanjang tahapan pembuatan,tawaran, publisitas, periklanan, dan transaksi barang atau jasa.
3.Dampak pengawasan, sebagaimana dijelaskan dalam ayat 2, dapat dibagikan kepada publik.
4.Prosedur pengawasan yang dijelaskan dalam ayat 1 akan diatur oleh menteri atau menteri ahli yang berhubungan, baik secara kolektif maupun individual, berdasarkan bidang tanggung jawab masing-masing.
Selain memandu dan mengawasi pelaksanaan perlindungan konsumen, pemerintah juga membentuk Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). Badan ini, sesuai dengan undang-undang perlindungan konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 57 tahun 2001 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional, menyediakan saran dan hasil pengamatan ke pemerintah untuk meningkatkan perlindungan konsumen di Indonesia. Fungsi BPKN adalah :
1.Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) memainkan peran penting dalam memberikan arahan dan rekomendasi kepada pemerintah mengenai pengembangan kebijakan perlindungan konsumen.
2.BPKN juga bertanggung jawab untuk melakukan penelitian dan evaluasi terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku dalam perlindungan konsumen, untuk memastikan bahwa kebijakan yang diusulkan atau diterapkan sesuai dengan kebutuhan dan perlindungan yang efektif bagi konsumen.
3.Selain itu, BPKN akan melakukan penelitian terhadap barang dan jasa yang berpotensi mempengaruhi keselamatan konsumen, sebagai langkah proaktif untuk mengidentifikasi potensi risiko dan mengusulkan langkah-langkah perlindungan yang diperlukan.
4.BPKN akan mendorong kemajuan lembaga perlindungan konsumen yang berasal dari masyarakat, dengan tujuan memperkuat kapasitas masyarakat dalam memahami dan melindungi hak-hak konsumen[18].

D. Penutup

[17] Az. Nasution, Konsumen dan Hukum, PT. Pustaka Sinar Harapan, Jakarta 1995.

[18] Dr. Yusuf Shofie, https://www.hukumonline.com/klinik/a/tugas-dan-fungsi-badan-perlindungan-konsumen-nasional-bpkn-lt5ee046de7671e/ 2022

Simpulan

Di era digital saat ini, masyarakat Indonesia terus dipengaruhi oleh kemajuan teknologi yang telah mengubah cara jual-beli melalui platform online. Namun, praktik-praktik yang tidak fair dari pelaku usaha dapat merugikan konsumen dan melanggar Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Konsumen mempunyai keistimewaan untuk mendapatkan informasi yang jelas dan benar tentang barang dan jasa yang mereka beli. Perlindungan konsumen merupakan elemen penting dalam menjaga kepercayaan masyarakat terhadap industri jasa keuangan. Namun, ada beberapa tantangan dalam perlindungan konsumen seperti keterbatasan pemahaman hak konsumen, manipulasi periklanan, kekhawatiran akan keamanan data, penipuan online yang semakin canggih, dan berbagai aspek lainnya. Perlindungan konsumen juga melibatkan tanggung jawab hukum baik dari pihak penyedia barang/jasa maupun konsumen itu sendiri. Oleh karena itu,diperlukan kerjasama internasional dan harmonisasi regulasi antar-negara untuk meningkatkan perlindungan konsumen secara global.

Daftar Pustaka

Buku

Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, Hukum Perlindungan Konsumen, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004

Az. Nasution - "Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar" (Cet. II; Jakarta: Diadit Media, 2002) hal.13 - "Konsumen dan Hukum," PT. Pustaka Sinar Harapan, Jakarta 1995.

Gunawan Widjaja - "Alternatif Penyelesaian Sengketa," PT. Raja Persada, Jakarta 2002. Grafindo

Happy Susanto - "Hak-hak Konsumen jika Dirugikan," PT. Visimedia, Jakarta 2008.

Husni Syawali dan Neni Imaniyati - "Hukum Perlindungan Konsumen," Mandar Maju, Bandung, 2000.

Janus Sidabalok - "Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia," PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2010**.**

Jurnal

M. Nur Rianto Al Arif, "Penjualan On-line Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam" Jurnal Wacana Hukum Islam Dan Kemanusiaan, Volume 13, No. 1, Juni 2013, hal. 34

PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PERTUMBUHAN ... https://e-journal.trisakti.ac.id/index.php/jet/article/download/17499/10147/61724

PERILAKU KONSUMEN DALAM BELANJA ONLINE MELALUI ... https://ejournal-ibik57.ac.id/index.php/mediastima/article/download/15/21

Artikel

Dr. Yusuf Shofie - "Tugas dan Fungsi Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN)"[hukumonline.com](https://www.hukumonline.com/klinik/a/tugas-dan-fungsi-badan-perlindungan-konsumen-nasional-bpkn-ItSee046de767le/2022)

Heriani - "Sejumlah Tantangan Perlindungan Konsumen di Era Digital" [hukumonline.com](https://www.hukumonline.com/berita/a/sejumlah-tantangan-perlindungan-konsumen-di-era-digital/?page=2022)

Renata Christha Auli ,https://www.hukumonline.com/klinik/a/hakdan-kewajiban-konsumen-serta-pelaku-usaha-yang-perlu-diketahui-lt62e27b1d9c927/ 2022

Internet

4 Perubahan Perilaku Konsumen di Era Digital. BacaSelengkapnya!https://bakrie.ac.id/articles/798-4-perubahan-perilaku-konsumen-di-era-digital-baca-selengkapnya.html

Ini Dia 3 Perilaku Konsumen yang Berubah Setelah Pandemi - [bakrie.ac.id](https://bakrie.ac.id/articles/435-ini-dia-3-perilaku-konsumen-yang-berubah-setelah-pandemi.html)

Laporan perilaku konsumen terhadap transaksi online - [SleekFlow](https://sleekflow.io/id-id/blog/laporan-perilaku-konsumen-2023)