

**TINJAUAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN TANTANGAN  
DI DUNIA PASAR DIGITAL**

***LEGAL REVIEW OF CONSUMER PROTECTION AND CHALLENGES IN  
THE DIGITAL MARKET***

**Thessa Lonians Marghareta Tentua dan Rani Apriani**

**Universitas Singaperbangsa Karawang**

Korespondensi Penulis : thessalonians03@gmail.com, rani.apriani@fh.unsika.ac.id

Citation Structure Recommendation :

Tentua, Thessa Lonians Marghareta dan Rani Apriani. *Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen dan Tantangan di Dunia Pasar Digital*. Rewang Rencang : Jurnal Hukum Lex Generalis. Vol.7. No.5 (2026).

**ABSTRAK**

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah mengubah secara signifikan situasi pasar digital. konsumen sekarang lebih sering bertransaksi melalui platform digital, yang memberikan kemudahan dan efisiensi. Namun, meskipun ada beberapa manfaat, muncul tantangan baru dalam hal perlindungan konsumen, terutama terkait keamanan data, transparansi informasi dan tanggung jawab penyedia layanan. Penelitian ini mencakup tentang perspektif hukum dan aspek hukum dalam perlindungan konsumen di era pasar digital serta hambatan yang dihadapi konsumen serta menganalisis terkait dengan peraturan yang berlaku di Indonesia dan membandingkannya dengan praktik internasional dalam memberikan pemahaman mengenai regulasi dengan perkembangan teknologi yang cepat, seperti e-commerce, fintech dan platform digital lainnya.

**Kata Kunci: Hukum, Pasar Digital, Perlindungan Konsumen**

**ABSTRACT**

*The rapid development of digital technology has significantly changed the digital market situation. Consumers now transact more frequently through digital platforms, which provide convenience and efficiency. However, despite some benefits, new challenges arise in terms of consumer protection, especially regarding data security, information transparency and service provider responsibility. This research covers the legal perspectives and legal aspects of consumer protection in the digital market era as well as the barriers faced by consumers and analyzes the applicable regulations in Indonesia and compares them with international practices to provide an understanding of regulations with rapid technological developments, such as e-commerce, fintech and other digital platforms.*

**Keywords: Consumer Protection, Digital Market, Law**

## **A. PENDAHULUAN**

Kemajuan teknologi, informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang pesat terhadap perkembangan dunia pasar digital. Istilah “dunia pasar digital” dalam penelitian ini merujuk pada seluruh aktivitas perdagangan barang dan jasa yang dilakukan melalui media elektronik dan internet, baik melalui platform e-commerce, marketplace, media sosial, maupun layanan digital lainnya.<sup>1</sup> Secara konseptual, dunia pasar digital merupakan bagian dari perkembangan ekonomi digital yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi sebagai sarana utama dalam melakukan transaksi perdagangan antara pelaku usaha dan konsumen.<sup>2</sup>

Menurut Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), digital market atau pasar digital merupakan sistem perdagangan yang memanfaatkan teknologi digital untuk memfasilitasi transaksi, distribusi informasi, serta hubungan antara konsumen dan pelaku usaha secara elektronik.<sup>3</sup> Dengan demikian, istilah dunia pasar digital dalam hal ini merupakan bentuk pengembangan dari konsep pasar digital dan e-commerce yang berkembang dalam era ekonomi digital modern.

Menurut Glen Urban dalam bukunya "Digital Marketing Strategy: Text and Cases", digital marketing merupakan pemanfaatan internet dan teknologi informasi untuk memperluas serta meningkatkan fungsi pemasaran tradisional. Perkembangan digital marketing tersebut kemudian mendorong berkembangnya aktivitas perdagangan dan transaksi dalam pasar digital.<sup>4</sup> Hal ini mencakup pengiriman barang digital seperti musik, video, software dan buku melalui internet dengan biaya pengiriman yang sangat rendah setelah diproduksi.

---

<sup>1</sup> Anggun Cahaya Pratiwi, Fitri Ayu Nofirda dan Ikhbal Akhmad, *Pengaruh Pemasaran Digital, Kepercayaan Merek dan Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Produk Import pada Perdagangan Elektronik Aliexpress*, DeReMa (Development of Research Management): Jurnal Manajemen, Vol.17, No.2 (2022), p.223.

<sup>2</sup> Sasana Digital, *Seluk-Beluk Pengertian Pasar Digital dan 7 Model Bisnisnya*, diakses dari <https://sasanadigital.com/pasar-digital-adalah/>, diakses pada 30 Oktober 2025.

<sup>3</sup> Sigit Pramono, Titi Nur Khasanah dan Kuat Ismanto, *Pemanfaatan Teknologi E-Commerce dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Kreatif: Studi Kasus Toko Online Messi Shop di Pekalongan*, Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Akuntansi (JEBISMA), Vol.2, No.2 (2024), p.1.

<sup>4</sup> Monry Fraick Nicky Gillian Ratumbusang, dkk., *Digital Marketing Mastery: Strategi Unggul di Era Internet*, CV. Jendela Hasanah, Bandung, 2024, p.63.

Banyak manfaat dan kemudahan yang didapatkan dalam teknologi di masa sekarang. Konsumen dapat dengan mudah mengakses produk dan layanan pasar digital tanpa batasan geografis. Di samping itu, perkembangan teknologi juga memberikan manfaat bagi pelaku usaha, seperti mengurangi biaya operasional, termasuk biaya sewa toko fisik dan inventaris. Pelaku usaha dapat mengurangi biaya operasional seperti sewa toko fisik dan biaya inventaris.

Menurut laporan dari ekon.go.id, pasar digital ekonomi meningkat hingga 50% dari tahun 2020 sampai 2021. Sehingga menempatkan ASEAN sebagai pasar digital kelima terbesar di dunia. Hal yang sama juga terjadi di Indonesia. Data dari e-Conomy SEA Report 2021 yang dikutip oleh ekonomi.bisnis.com mengungkapkan bahwa sejak pandemi, Indonesia diyakini telah mendapatkan 21 juta konsumen digital tambahan, dimana 72% berasal dari daerah non-metro dan sub-urban.<sup>5</sup>

Dalam praktiknya, posisi konsumen dalam transaksi elektronik sering kali berada pada pihak yang lebih lemah dibandingkan pelaku usaha. Kondisi tersebut menyebabkan konsumen rentan mengalami kerugian akibat tindak penipuan, penyalahgunaan data pribadi, maupun ketidaksesuaian barang dan jasa yang diperjualbelikan secara online.

Meskipun pemerintah telah melakukan berbagai upaya dalam menanggulangi kejahatan e-commerce serta Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) turut berperan dalam memperjuangkan hak-hak konsumen, pada kenyataannya pelanggaran terhadap hak konsumen dalam transaksi digital masih sering terjadi.<sup>6</sup> Oleh karena itu, diperlukan perlindungan hukum yang efektif guna memberikan kepastian hukum dan rasa aman bagi konsumen dalam melakukan transaksi di pasar digital.<sup>7</sup>

Perlindungan konsumen di Indonesia hadir guna melindungi hak konsumen dalam bertransaksi dalam pasar digital. Hal ini diatur secara komprehensif di dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen,

---

<sup>5</sup> PrimaDoc, *Potensi Pangsa Pasar Ekonomi Digital Indonesia Terus Meningkat*, diakses dari <https://primadoc.id/potensi-pangsa-pasar-ekonomi-digital-indonesia-terus-meningkat/>, diakses pada 30 Oktober 2025.

<sup>6</sup> Ridwan Arifin, Juan Anthonio Kambuno, Wasipah dan Dian Latifiani, *Protecting the Consumer Rights in the Digital Economic Era: Future Challenges in Indonesia*, Jambura Law Review, Vol.3, Special Issue (2021), p.150.

yang bertujuan untuk menciptakan keseimbangan antara kepentingan konsumen dan pelaku usaha. Menurut Undang – Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) Perlindungan konsumen melibatkan semua tindakan untuk memastikan kepastian hukum agar konsumen dilindungi.<sup>8</sup>

Menurut Ahmadi Miru, Perlindungan Konsumen adalah segala usaha yang menjamin kepastian hukum dan dianggap sebagai benteng untuk mencegah tindakan sewenang-wenang yang merugikan pelaku usaha demi perlindungan konsumen. Maka pentingnya penegakan perlindungan konsumen berkaitan dengan kewajiban dan hak konsumen serta produsen.<sup>9</sup>

Zulham mengkategorikan hukum perlindungan konsumen ke dalam dua aspek:<sup>10</sup>

1. Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang sebelumnya sudah disepakati dan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan konsumen.
2. Perlindungan terhadap implementasi persyaratan yang ditetapkan Tidak adil bagi pelanggan.

Kehadiran hukum perlindungan konsumen timbul karena posisi konsumen yang melemah. Salah satu karakteristik dan tujuan hukum perlindungan konsumen ini adalah memberikan perlindungan dan pengayoman kepada masyarakat. Hukum perlindungan konsumen hadir dan mengatur mengenai asas-asas dan kaidah-kaidah untuk melindungi kepentingan konsumen. Hukum perlindungan konsumen ini juga harus terintegrasi dalam sistem perekonomian dan bisnis bersama para pelaku usaha.<sup>11</sup>

Kebijakan perlindungan konsumen yang kuat memberikan rasa aman kepada konsumen, kepercayaan dan keamanan data pribadi merupakan faktor penting sebagai konsumen. Konsumen lebih cenderung bertransaksi jika mereka merasa informasi pribadinya aman dan terlindungi. Kualitas produk ataupun jasa yang ditawarkan secara online sangat mempengaruhi keputusan konsumen.

---

<sup>8</sup> Indonesia, *Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen*, Pasal 1 ayat (1) UU No.8 Tahun 1999, LN Tahun 1999 No.22, TLN No.3821.

<sup>9</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2011, p.1.

<sup>10</sup> Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Kencana Prenada Media Grup, Jakarta, 2013, p.22.

<sup>11</sup> Wiwik Sri Widiarty, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT Komodo Books, Depok, 2016, p.11.

Seperti jaminan uang kembali, penggantian barang rusak dan mekanisme penyelesaian sengketa merupakan elemen penting. Ulasan pelanggan, testimonial dan reputasi merek menjadi referensi penting. Pengalaman belanja online yang positif, seperti waktu pengiriman yang cepat dan dukungan pelanggan yang cepat, dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.<sup>12</sup>

Metode yang digunakan dalam pengambilan data informasi dalam penelitian ini adalah dengan memanfaatkan data sekunder, yakni dengan mencari data secara tidak langsung melalui studi terhadap subjek yang relevan. Setelah mengumpulkan beberapa jurnal dan buku yang relevan, langkah berikutnya adalah menganalisis materi melalui studi pustaka, yang menghasilkan deskripsi dari analisis tersebut.

## **B. PEMBAHASAN**

Perlindungan hukum terhadap konsumen merupakan kewajiban negara dalam menjamin hak-hak masyarakat, khususnya dalam aktivitas transaksi elektronik di pasar digital. Perlindungan tersebut diperlukan untuk mencegah terjadinya kerugian konsumen akibat penyalahgunaan data pribadi, penipuan transaksi elektronik, maupun pelanggaran hak-hak konsumen dalam penggunaan layanan digital.<sup>13</sup>

Di Indonesia sendiri peraturan yang mengatur perlindungan konsumen terdapat dalam beberapa undang – undang:

- a. Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 5 ayat (1), Pasal 21 ayat (1), Pasal 27 dan Pasal 33.
- b. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia tahun 1999 No. 42 Tambahan lembaran Negara Republik Indonesia No. 3821.
- c. Undang-Undang No. 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Usaha Tidak Sehat.

---

<sup>12</sup> Alfia Utami dan Muhammad Irwan Padli Nasution, *Perkembangan Pasar Online (E-Commerce) di Era Modern dan Pengaruhnya terhadap Kepercayaan Konsumen*, Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis, Vol.1, No.2 (2023), p.127.

<sup>13</sup> Rahma Diana, Annisa Nurussa'adah, Desi Melani Salsabila, Putri Adelia Ramadhani, Fitriyani, Dilla Anggraini dan Ika Dwimaya Roza, *Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Digital: Tantangan dan Upaya Hukum berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*, Doktrin: Jurnal Dunia Ilmu Hukum dan Politik, Vol.4, No.1 (2026), p.48.

- d. Undang-Undang No. 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.
- e. Peraturan Pemerintah No. 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan Pengawasan dan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.
- f. Surat Edaran Dirjen Perdagangan Dalam Negeri No. 235/DJPDN/VII/2001 tentang Penangan pengaduan konsumen yang ditujukan kepada Seluruh dinas Indag Prop/Kab/Kota.
- g. Surat Edaran Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri No. 795 /DJPDN/SE/12/2005 tentang Pedoman Pelayanan Pengaduan Konsumen.

Dalam pasal 2 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengatur tentang Asas – asas perlindungan konsumen:<sup>14</sup>

- 1. Asas Manfaat, bertujuan untuk menekankan bahwa semua usaha dalam melindungi konsumen harus memberikan manfaat maksimal bagi kedua belah pihak, yaitu konsumen dan pelaku usaha.
- 2. Asas Keadilan, bertujuan untuk memastikan partisipasi penuh dari seluruh penduduk dan memberikan kesempatan yang sama bagi konsumen dan pengusaha untuk mendapatkan hak-hak mereka dan memenuhi kewajiban mereka dengan adil.
- 3. Asas Keseimbangan, bertujuan untuk menciptakan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah baik secara materiil maupun spiritual.
- 4. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen, bertujuan untuk menjamin perlindungan terhadap konsumen saat menggunakan barang dan/atau jasa.
- 5. Asas Kepastian Hukum, bertujuan agar para pelaku usaha dan konsumen mematuhi hukum serta mendapatkan perlakuan yang adil dalam perlindungan konsumen dan negara menjamin kepastian hukum.

Asas – asas tersebut haruslah memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada konsumen. Namun saat ini dindonesia sendiri masih menghadapi banyak tantangan seperti kurangnya kepercayaan konsumen dalam melakukan pembelian online dan bertransaksi serta terbatasnya akses pilihan pembayaran serta banyaknya kejahatan yang terjadi dalam dunia pasar digital.

---

<sup>14</sup> Indonesia, *Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen*, Pasal 2 UU No.8 Tahun 1999, LN Tahun 1999 No.22, TLN No.3821.

Untuk itu dalam mencapai tujuan perlindungan hukum bagi konsumen, negara wajib melakukan pembinaan dan penyelenggaraan perlindungan hukum. Meningkatkan perlindungan hukum melalui hubungan yang baik antara pelaku usaha dan konsumen, pembentukan lembaga perlindungan hukum, serta peningkatan kualitas sumber daya manusia termasuk dalam penelitian.<sup>15</sup>

### **1. Tantangan Utama yang Dihadapi Konsumen dalam Pasar Digital**

Dalam kehidupan di dunia pasar digital, sudah banyak bermunculan toko online. Banyak orang memanfaatkannya untuk mendapatkan keuntungan pribadi dengan melakukan penipuan dengan menjanjikan harga yang lebih murah. Selain itu Fokus utama dalam kejahatan siber di pasar digital dunia ini adalah privasi data dan keamanan.<sup>16</sup>

Berikut ini beberapa tantangan yang di hadapi konsumen dalam perkembangan di pasar digital

#### **a. Kurangnya Transparansi Informasi**

Konsumen sering kali tidak mendapatkan informasi yang jelas dan akurat mengenai produk atau layanan yang ditawarkan secara online. Hal ini mencakup berbagai hal seperti, Deskripsi produk yang kurang jelas, Banyak produk tidak dijelaskan dengan baik, menyebabkan konsumen salah memahami spesifikasi dan kualitas barang. Kemudian kondisi jaminan, ketidakjelasan mengenai garansi dan kebijakan pengembalian barang dapat merugikan konsumen saat mereka mengalami masalah dengan produk.<sup>17</sup>

#### **b. Tanggung Jawab Pelaku Usaha**

Meski UUPK dan PP No.58 Tahun 2001 mengatur tanggung jawab bagi pelaku usaha, implementasinya sering kali tidak konsisten dimana hal ini menjadi suatu tantangan bagi konsumen. Tanggung jawab pelaku usaha yang dimaksud dalam hal ini mendapatkan ganti rugi yang adil ketika terjadi masalah, seperti barang cacat atau tidak sesuai deskripsi.

---

<sup>15</sup> Abdul Halim Barkatullah, *Framework Sistem Perlindungan Hukum bagi Konsumen di Indonesia*, Nusa Media, Bandung, 2016, p.17.

<sup>16</sup> Alexandra Exelsia Saragih, Muhammad Fadhil Bagaskara dan Mulyadi, *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce*, Civilia: Jurnal Kajian Hukum dan Pendidikan Kewarganegaraan, Vol.2, No.1 (2023), p.145-155.

<sup>17</sup> Abdul Halim, *Tanggung Jawab Penyedia Platform E-Commerce dalam Melindungi Transaksi Jual Beli melalui Platform E-Commerce*, Jurnal Notarius, Vol.2, No.1 (2023).

Dalam transaksi digital juga, sering kali ada kebingungan mengenai siapa yang bertanggung jawab apakah itu penjual atau platform e-commerce terutama ketika terjadi sengketa.<sup>18</sup>

**c. Keamanan Data Pribadi**

Keamanan data yang terancam menjadi salah satu tantangan terbesar konsumen dalam era digital. Konsumen berisiko kehilangan informasi pribadi mereka akibat serangan siber atau kelalaian dalam perlindungan data oleh pelaku usaha. Serta Kurangnya regulasi yang ketat mengenai bagaimana data konsumen yang dikelola tersebut dapat menyebabkan penyalahgunaan informasi pribadi.<sup>19</sup>

**d. Praktik Penipuan**

Pasar digital juga rentan terhadap praktik penipuan seperti iklan menyesatkan dimana banyak iklan online yang tidak sesuai dengan kenyataan, sehingga konsumen tertipu untuk membeli produk yang tidak memenuhi harapan mereka. Serta beberapa penjual mungkin menghilang setelah transaksi, meninggalkan konsumen tanpa solusi ketika masalah muncul. Potensi dampak terhadap hak dan kesejahteraan konsumen juga perlu dipertimbangkan. Adapun tantangan bagi para konsumen juga dapat terbagi menjadi dua bagian dampak positif dan dampak negatif:<sup>20</sup>

1. Dampak positifnya, Meningkatkan pengalaman belanja konsumen dan efisiensi pencarian produk dengan personalisasi data yang menawarkan produk dan promosi sesuai preferensi dan kebutuhan mereka.
2. Dampak Negatifnya, Adanya kecemasan akan privasi karena penggunaan data konsumen yang luas untuk tujuan personalisasi dapat menimbulkan ketidaknyamanan bagi konsumen.

---

<sup>18</sup> Linton Satria Hanas dan I Gusti Ngurah Dharma Laksana, *Pengaturan Tenggang Waktu Pemberian Ganti Kerugian oleh Pelaku Usaha kepada Konsumen*, Jurnal Kertha Negara, Vol.10, No.2 (2022), p.204-214.

<sup>19</sup> Nur Hidayatul Istiqomah, *Transformasi Pemasaran Tradisional ke E-Marketing: Tinjauan Literatur tentang Dampak Penggunaan Teknologi Digital terhadap Daya Saing Pemasaran Bisnis*, Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam, Vol.4, No.2 (2023), p.73.

<sup>20</sup> Irfan Rahman, Rina Eka Mayasari dan Tuti Nurapriyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen di Era E-Commerce: Menavigasi Tantangan Perlindungan Konsumen dalam Lingkungan Perdagangan Digital*, Jurnal Hukum dan HAM Wara Sains, Vol.2, No.12 (2023), p.683-691.

Personalisasi yang berlebihan dapat mengarah pada manipulasi pembelian, yang dapat memengaruhi keputusan pembelian secara negatif.

Diperlukan kebijakan privasi yang kuat juga penting untuk melindungi hak dan data pribadi konsumen dari kemungkinan penyalahgunaan. Oleh karena itu, penerapan evolusi personalisasi berbasis data memerlukan pendekatan yang seimbang untuk memastikan konsumen tetap mendapatkan manfaat tanpa kehilangan hak dan privasi mereka.<sup>21</sup>

## **2. Peran dan Tanggung Jawab Pemerintah dalam Memberikan Perlindungan Konsumen**

Dalam melihat tantangan yang terjadi dalam pasar digital, peran dan tanggung jawab pemerintah sangat penting dimana pemerintah harus dapat memberikan perlindungan terhadap warga negaranya karena perlindungan konsumen merupakan hal yang sangat penting bagi warga negara.

Pemerintah dalam memberikan perlindungan hukum terhadap masyarakat harus memperhatikan beberapa unsur utama yaitu keadilan, karena keadilan harus dibangun sesuai dengan cita hukum (*Rechtidee*) dalam negara hukum (*Rechtsstaat*), bukan negara kekuasaan (*Machtsstaat*). Hukum sendiri berfungsi sebagai perlindungan kepentingan manusia, penegakkan hukum harus memperhatikan 4 unsur:<sup>22</sup>

- a) Kepastian hukum (*Rechtssicherheit*);
- b) Kemanfaatan hukum (*Zweckmassigkeit*);
- c) Keadilan hukum (*Gerechtigkeit*);
- d) Jaminan hukum (*Doelmatigkeit*).

Dengan empat unsur tersebut, maka terdapat perlindungan hukum bagi konsumen atas segala hak yang dimiliki konsumen setelah memenuhi kewajibannya sebagai konsumen dari pelaku usaha dan terhadap segala sesuatu yang merugikan dirinya karena tindakan dan pedoman pelaku usaha.

---

<sup>21</sup> Taufik Dwi Pohan dan Muhammad Irwan Padli Nasution, *Perlindungan Hukum Data Pribadi Konsumen dalam Platform E-Commerce*, Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen, Vol.1, No.3 (2023), p.42-48.

<sup>22</sup> Ishaq, *Dasar-Dasar Ilmu Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, p.43.

Penerapan perlindungan data pribadi, dalam pasar digital, banyak menimbulkan kesenjangan. Kurangnya kesadaran masyarakat seringkali berujung pada pengabaian praktik dalam perlindungan data, baik oleh konsumen maupun pelaku ekonomi.<sup>23</sup>

Oleh karena itu, pelanggan juga perlu memahami hak-hak mereka sebagai konsumen. Supaya masyarakat dapat menjadi konsumen yang bijak yang dapat membela hak-hak mereka ketika hak-hak mereka dilanggar oleh pelaku usaha atau produsen. Ada empat hak asasi konsumen, yaitu:<sup>24</sup>

1. Hak untuk mendapatkan keamanan (the right to safety), adalah hak untuk mendapat perlindungan barang dan jasa yang diberikan oleh pemerintah. Barang dan jasa yang dihasilkan dan dipasarkan oleh pelaku usaha harus aman untuk dikonsumsi agar konsumen tidak mengalami kerugian fisik maupun mental. Dalam hal ini pengawasan pemerintah sangat perlu untuk menjaga kepentingan konsumen.
2. Hak untuk mendapatkan informasi (the right to be informed) adalah hak untuk dapat mengetahui informasi akurat yang disertakan dalam setiap produk dari pelaku usaha kepada konsumen, baik melalui ujaran, iklan di berbagai media, maupun pada kemasan produk. Tujuannya adalah agar konsumen tidak salah paham terhadap produk barang dan jasa.
3. Hak untuk memilih (the right to choose) yaitu, hak untuk memilih produk yang akan mereka konsumsi. Konsumen juga tidak boleh dipaksa oleh pihak luar ataupun pelaku usaha sehingga konsumen mempunyai kebebasan memilih untuk membeli atau tidak membeli.
4. Hak untuk didengar (the right to be heard), yaitu Hak ini berkaitan dengan hak untuk memperoleh informasi. Hal ini terjadi karena seringkali informasi yang diberikan oleh pihak yang berkepentingan tidak memenuhi harapan konsumen. Oleh karena itu, penting bagi

---

<sup>23</sup> Rizky P.P. Karo Karo dan Teguh Prasetyo, *Pengaturan Perlindungan Data Pribadi di Indonesia Perspektif Teori Keadilan Bermartabat*, Nusa Media, Bandung, 2020, p.267.

<sup>24</sup> Ketut Ardika dan Muhammad Bagus Firmansyah, *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen di dalam Membeli Barang Bekas/Barang Second*, Jurnal Pacta Sunt Servanda, Vol.2, No.1 (2021), p.18.

konsumen untuk memiliki hak yang memastikan bahwa kebutuhan dan klaim mereka dapat didengarkan, baik oleh perusahaan terkait maupun oleh badan perlindungan konsumen yang memperjuangkan hak-hak mereka.

Dalam penerapan hak – hak tersebut dibutuhkan juga kerangka kerja lembaga legislasi yang kuat dan jelas untuk melindungi privasi data konsumen. Sama halnya dengan regulasi tentang keamanan data pribadi dalam transaksi elektronik seperti adanya UU ITE yang bertujuan untuk melindungi konsumen dari potensi eksploitasi data, penyebaran informasi pribadi tanpa izin dan pengancaman privasi. Peraturan-peraturan ini meliputi beberapa bidang keamanan data, persetujuan pengguna, tanggung jawab penyedia sistem elektronik dan konsekuensi hukum bagi pelanggaran perlindungan data pribadi.<sup>25</sup>

Serta tanggung jawab dan Tugas negara dalam melindungi konsumen dimana negara dapat menciptakan kepercayaan saat membeli barang dan jasa, serta harus berlandaskan pada prinsip dan regulasi yang mencerminkan kesetaraan dan ketidakterikatan. Dalam peran dan tanggung jawab negara sendiri sudah membuat peraturan yang mengatur tentang perlindungan konsumen, hukum perlindungan konsumen di Indonesia diatur oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan peraturan-perundang lainnya yang mengatur perlindungan konsumen. Kewenangan diberikan kepada konsumen untuk mengatur data pribadi, menetapkan standar keamanan untuk penyedia layanan e-commerce, serta menegakkan sanksi terhadap pelanggaran privasi dan keamanan data.

Pengujian terhadap perlindungan hak privasi dan data pribadi juga pernah dilakukan oleh Mahkamah Konstitusi melalui Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 20/PUU-XIV/2016 terkait pengujian Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).<sup>26</sup> Dalam putusan tersebut,

---

<sup>25</sup> Cindy Vania, Markoni, Horadin Saragih dan Joko Widarto, *Tinjauan Yuridis terhadap Perlindungan Data Pribadi dari Aspek Pengamanan Data dan Keamanan Siber*, Jurnal Multidisiplin Indonesia, Vol.2, No.3 (2023), p.660.

<sup>26</sup> Sagdiyah Fitri Andani Tambunan dan Muhammad Irwan Padli Nasution, *Perlindungan Hukum terhadap Data Pribadi Konsumen dalam Melakukan Transaksi di E-Commerce*, Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB), Vol.2, No.1 (2023), p.5.

Mahkamah Konstitusi menegaskan bahwa informasi dan data pribadi merupakan bagian dari hak privasi warga negara yang harus dilindungi oleh negara sebagaimana dijamin dalam Pasal 28G ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.<sup>27</sup>

Mahkamah Konstitusi menilai bahwa penggunaan maupun penyebarluasan data pribadi seseorang tanpa persetujuan dapat bertentangan dengan hak konstitusional warga negara. Oleh karena itu, negara memiliki kewajiban untuk memberikan perlindungan hukum terhadap data pribadi masyarakat, termasuk dalam transaksi elektronik dan aktivitas di pasar digital.

Putusan tersebut menunjukkan bahwa perlindungan data pribadi tidak hanya berkaitan dengan aspek teknologi dan transaksi elektronik, tetapi juga merupakan bagian dari perlindungan hak asasi manusia, khususnya hak atas privasi dan rasa aman dalam penggunaan teknologi digital.

Dalam Undang – Undang Dasar 1945 Pasal 28G Ayat (1) menegaskan perlindungan konstitusional terhadap informasi pribadi, Dalam Pasal ini menekankan perlindungan individu terhadap diri sendiri, keluarga, reputasi, harta benda, serta menjamin keamanan dan pertahanan dari ancaman ketika menggunakan hak-hak fundamental.<sup>28</sup> Dalam hal tersebut pemerintah telah memnuhi peran dan tanggung jawabnya dalam bentuk membuat kebijakan peraturan perundang – undangan dalam melindungi hak dan kepentingan serta memberikan perlindungan kepada konsumen dari para pelaku kejahatan dalam transaksi online.

Perlindungan terhadap data pribadi dan privasi konsumen juga merupakan bagian dari hak asasi manusia yang diakui dalam instrumen HAM internasional. Dalam Pasal 12 Universal Declaration of Human Rights (UDHR) ditegaskan bahwa tidak seorang pun boleh menjadi sasaran campur tangan sewenang-wenang terhadap privasi, keluarga, rumah tangga,

---

<sup>27</sup> Hanifan Niffari, *Perlindungan Data Pribadi sebagai Bagian dari Hak Asasi Manusia atas Perlindungan Diri Pribadi (Suatu Tinjauan Komparatif dengan Peraturan Perundang-Undangan di Negara Lain)*, Jurnal Yuridis, Vol.7, No.1 (2020), p.105.

<sup>28</sup> Pasal 28G ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

maupun korespondensinya.<sup>29</sup> Selain itu, Pasal 17 International Covenant on Civil and Political Rights (ICCPR) juga memberikan perlindungan terhadap hak privasi setiap individu dari tindakan yang bersifat sewenang-wenang atau melawan hukum.<sup>30</sup>

Dalam konteks pasar digital, perlindungan terhadap data pribadi konsumen menjadi penting karena aktivitas transaksi elektronik melibatkan pertukaran informasi pribadi yang rentan disalahgunakan. Perlindungan konsumen dalam pasar digital tidak hanya terbatas pada perlindungan terhadap kerugian materiil, tetapi juga mencakup perlindungan terhadap hak privasi, hak atas informasi, serta hak untuk memperoleh rasa aman dalam menggunakan layanan digital. Oleh karena itu, perlindungan hukum terhadap konsumen di era digital harus dilakukan secara komprehensif agar hak-hak fundamental masyarakat tetap terlindungi di tengah perkembangan teknologi yang semakin pesat.

### **C. PENUTUP**

Individu memiliki hak atas perlindungan hukum yang harus disediakan oleh pemerintah dalam menghadapi dunia pasar digital yaitu perlindungan konsumen. Perlindungan konsumen adalah tindakan untuk memastikan kepastian hukum agar konsumen dilindungi. Perlindungan konsumen tugas penting untuk melindungi konsumen dari penyalahgunaan atau penyalahgunaan produk di dunia digital.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen bertujuan untuk memastikan bahwa semua bisnis yang terlibat dalam perlindungan konsumen memberikan perlakuan yang adil kepada konsumen dan pelaku usaha. Hal ini juga bertujuan untuk menciptakan keseimbangan antara kepentingan konsumen, kepentingan bisnis dan pemerintah dan untuk melindungi konsumen dari penyalahgunaan barang dan jasa. Undang-Undang Perlindungan Konsumen bertujuan untuk memastikan bahwa pelaku usaha dan konsumen memahami hukum, membuat keputusan yang efektif dalam perlindungan konsumen dan pemerintah mempertahankan perlindungan hukum.

---

<sup>29</sup> Sudjana, *Pembocoran Rahasia Bank sebagai Pelanggaran Hak Privasi dan Data Pribadi Elektronik Nasabah Bank*, Refleksi Hukum: Jurnal Ilmu Hukum, Vol.6, No.2 (2022), p.248.

<sup>30</sup> Andi Ismayana Wahid, Jamaluddin, Herman, Muh. Fachrur Razy Mahka dan Karman Jaya, *Tanggung Jawab Perdata terhadap Platform Digital terhadap Kerugian Konsumen*, Jurnal Kolaboratif Sains, Vol.8, No.12 (2025), p.48

Untuk mencapai perlindungan konsumen, pemerintah harus menerapkan hukum dan peraturan yang meningkatkan perlindungan konsumen melalui hubungan yang baik antara pelaku usaha dan konsumen, pembentukan lembaga hukum dan kualitas sumber daya manusia dalam penelitian.

Peran pemerintah dalam mengelola hak-hak dan kepercayaan konsumen menjadi sangat penting di era digital. Pemerintah harus memberikan perlindungan hukum kepada konsumen, memastikan mereka memiliki hak untuk mengakses dan menggunakan data mereka tanpa takut akan adanya pelanggaran.

Konsumen menghadapi tantangan dalam mengakses dan menggunakan data pribadi. Untuk memastikan konsumen memiliki hak untuk mengakses dan menggunakan data mereka, mereka harus sadar akan hak-hak mereka sebagai konsumen dan memiliki hak untuk menggunakan hak-hak mereka ketika ditanyai oleh perwakilan bisnis atau produsen.

Perlindungan hukum terhadap konsumen merupakan tanggung jawab negara untuk melindungi masyarakat dari risiko yang muncul dalam dunia pasar digital, seperti penipuan dan kebocoran data. Di Indonesia, perlindungan konsumen diatur oleh berbagai undang-undang, termasuk UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Untuk itu, diperlukan peran aktif pemerintah dan pemahaman yang baik dari konsumen mengenai hak-hak mereka. Keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan negara perlu dijaga melalui kebijakan yang menjamin keadilan, keamanan dan perlindungan hukum yang memadai.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Buku**

- Barkatullah, Abdul Halim. 2016. *Framework Sistem Perlindungan Hukum bagi Konsumen di Indonesia*. (Bandung: Nusa Media).
- Ishaq. 2009. *Dasar-Dasar Ilmu Hukum*. (Jakarta: Sinar Grafika).
- Karo Karo, Rizky P.P. dan Teguh Prasetyo. 2020. *Pengaturan Perlindungan Data Pribadi di Indonesia Perspektif Teori Keadilan Bermartabat*. (Bandung: Nusa Media).
- Miru, Ahmadi dan Sutarman Yodo. 2011. *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: RajaGrafindo Persada).
- Ratumbusang, Monry Fraick Nicky Gillian, dkk.. 2021. *Digital Marketing Mastery: Strategi Unggul di Era Internet*. (Bandung: CV. Jendela Hasanah).
- Setiawan, Zainal, dkk.. 2023. *Perilaku Konsumen: Panduan Praktis untuk Pemasaran yang Sukses*. (Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia).
- Shidarta. 2006. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia).
- Widiarty, Wiwik Sri. 2016. *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Depok: PT Komodo Books).
- Zulham. 2013. *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup).

### **Publikasi**

- Ardika, Ketut dan Muhammad Bagus Firmansyah. *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen di dalam Membeli Barang Bekas/Barang Second*. Jurnal Pacta Sunt Servanda. Vol.2. No.1 (2021).
- Arifin, Ridwan, Juan Anthonio Kambuno, Waspiah dan Dian Latifiani. *Protecting the Consumer Rights in the Digital Economic Era: Future Challenges in Indonesia*. Jambura Law Review. Vol.3. Special Issue (2021).
- Diana, Rahma, Annisa Nurussa'adah, Desi Melani Salsabila, Putri Adelia Ramadhani, Fitriyani, Dilla Anggraini dan Ika Dwimaya Roza. *Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Digital: Tantangan dan Upaya Hukum berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*. Doktrin: Jurnal Dunia Ilmu Hukum dan Politik. Vol.4. No.1 (2026).
- Halim, Abdul. *Tanggung Jawab Penyedia Platform E-Commerce dalam Melindungi Transaksi Jual Beli melalui Platform E-Commerce*. Jurnal Notarius. Vol.2. No.1 (2023).
- Hanas, Linton Satria dan I Gusti Ngurah Dharma Laksana. *Pengaturan Tenggang Waktu Pemberian Ganti Kerugian oleh Pelaku Usaha kepada Konsumen*. Jurnal Kertha Negara. Vol.10. No.2 (2022).
- Istiqomah, Nur Hidayatul. *Transformasi Pemasaran Tradisional ke E-Marketing: Tinjauan Literatur tentang Dampak Penggunaan Teknologi Digital terhadap Daya Saing Pemasaran Bisnis*. Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam. Vol.4. No.2 (Agustus 2023).
- Niffari, Hanifan. *Perlindungan Data Pribadi sebagai Bagian dari Hak Asasi Manusia atas Perlindungan Diri Pribadi (Suatu Tinjauan Komparatif dengan Peraturan Perundang-Undangan di Negara Lain)*. Jurnal Yuridis. Vol.7. No.1 (2020).

- Pohan, Taufik Dwi dan Muhammad Irwan Padli Nasution. *Perlindungan Hukum Data Pribadi Konsumen dalam Platform E-Commerce*. Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen. Vol.1. No.3 (2023).
- Pramono, Sigit, Titi Nur Khasanah dan Kuat Ismanto. *Pemanfaatan Teknologi E-Commerce dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Kreatif: Studi Kasus Toko Online Messi Shop di Pekalongan*. Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Akuntansi (JEBISMA). Vol.2. No.2 (2024).
- Pratiwi, Anggun Cahaya, Fitri Ayu Nofirda dan Ikhbal Akhmad. *Pengaruh Pemasaran Digital, Kepercayaan Merek dan Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Produk Import pada Perdagangan Elektronik Aliexpress*. DeReMa (Development of Research Management): Jurnal Manajemen. Vol.17. No.2 (2022).
- Rahman, Irfan, Rina Eka Mayasari dan Tuti Nurapriyanti. *Hukum Perlindungan Konsumen di Era E-Commerce: Menavigasi Tantangan Perlindungan Konsumen dalam Lingkungan Perdagangan Digital*. Jurnal Hukum dan HAM Wara Sains. Vol.2. No.12 (2023).
- Saragih, Alexandra Exelsia, Muhammad Fadhil Bagaskara dan Mulyadi. *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce*. Civilia: Jurnal Kajian Hukum dan Pendidikan Kewarganegaraan. Vol.2. No.1 (2023).
- Sudjana. *Pembocoran Rahasia Bank sebagai Pelanggaran Hak Privasi dan Data Pribadi Elektronik Nasabah Bank*. Refleksi Hukum: Jurnal Ilmu Hukum. Vol.6. No.2 (2022).
- Tambunan, Sagdiyah Fitri Andani dan Muhammad Irwan Padli Nasution. *Perlindungan Hukum terhadap Data Pribadi Konsumen dalam Melakukan Transaksi di E-Commerce*. Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB). Vol.2. No.1 (2023).
- Utami, Alfia dan Muhammad Irwan Padli Nasution. *Perkembangan Pasar Online (E-Commerce) di Era Modern dan Pengaruhnya terhadap Kepercayaan Konsumen*. Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis. Vol.1. No.2 (2023).
- Vania, Cindy, Markoni, Horadin Saragih dan Joko Widarto. *Tinjauan Yuridis terhadap Perlindungan Data Pribadi dari Aspek Pengamanan Data dan Keamanan Siber*. Jurnal Multidisiplin Indonesia. Vol.2. No.3 (2023).
- Wahid, Andi Ismayana, Jamaluddin, Herman, Muh. Fachrur Razy Mahka dan Karman Jaya. *Tanggung Jawab Perdata terhadap Platform Digital terhadap Kerugian Konsumen*. Jurnal Kolaboratif Sains. Vol.8. No.12 (2025).

### **Website**

- PrimaDoc. *Potensi Pangsa Pasar Ekonomi Digital Indonesia Terus Meningkat*. diakses dari <https://primadoc.id/potensi-pangsa-pasar-ekonomi-digital-indonesia-terus-meningkat/>. diakses pada 30 Oktober 2025.
- Sasana Digital. *Seluk-Beluk Pengertian Pasar Digital dan 7 Model Bisnisnya*. diakses dari <https://sasanadigital.com/pasar-digital-adalah/>. diakses pada 30 Oktober 2025.

### **Sumber Hukum**

- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Usaha Tidak Sehat.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821.

Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.

Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan Pengawasan dan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.

Surat Edaran Dirjen Perdagangan Dalam Negeri Nomor 235/DJPDN/VII/2001 tentang Penangan pengaduan konsumen yang ditujukan kepada Seluruh dinas Indag Prop/Kab/Kota.

Surat Edaran Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Nomor 795 /DJPDN/SE/12/2005 tentang Pedoman Pelayanan Pengaduan Konsumen.

Putusan Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia Nomor 20/PUU-XIV/2016.

