

PERLINDUNGAN KONSUMEN PADA PLATFORM E-COMMERCE DI INDONESIA: PERSPEKTIF HUKUM POSITIF DAN TEORI HUKUM

(Consumer Protection on E-Commerce Platforms in Indonesia: The Positive Law and Legal Theory Perspective)

Silverius Yoseph Soeharso,¹ Sufiarina,² Iwan Dewantoro,³ Muhammad Alfri Wibowo⁴, Syafrida⁵

¹ Fakultas Psikologi Universitas Pancasila, Jakarta, Indonesia

^{2, 3, 4, 5} Program Studi Magister Ilmu Hukum Universitas Tama Jagakarsa, Jakarta, Indonesia

E-mail: sonny.soeharso@gmail.com

Abstrak

E-commerce atau perdagangan elektronik di Indonesia semakin membuat ketergantungan dan tak bisa dipisahkan dari kehidupan masyarakat di Indonesia terutama sejak lima tahun terakhir. Seiring dengan kemajuan pesat di bidang teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perkembangan platform belanja *online*, yang memberikan kemudahan bagi konsumen untuk membeli barang dan jasa tanpa perlu bertatap muka langsung dengan penjual. Namun demikian, dengan melonjaknya volume transaksi dan jumlah pengguna, muncul sejumlah persoalan hukum yang perlu diperhatikan dengan serius. Banyak konsumen yang merasa dirugikan dalam transaksi *daring*, baik terkait produk yang tidak sesuai dengan deskripsi maupun kasus penipuan yang melibatkan *platform e-commerce*. Penerapan positivisme hukum dalam perlindungan konsumen secara konsisten memberikan dasar yang kuat untuk menciptakan kepastian hukum dan menegakkan hak konsumen secara tegas. Dengan regulasi seperti UU Perlindungan Konsumen, UU Perdagangan, dan PP PMSE, dan Permendag No.72 Tahun 2020 ttg Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) pemerintah berusaha menjamin perlindungan konsumen dari praktik bisnis yang merugikan. Selain itu, penerapan hukum responsif dalam perlindungan konsumen di Indonesia wajib diterapkan melalui lembaga dan regulasi yang mengutamakan kemudahan akses, adaptasi terhadap kebutuhan masyarakat, dan solusi yang cepat dan murah. Mekanisme non litigasi melalui BPSK, serta peran pengawasan oleh Kemendag RI dan Kominfo/Komdigi dalam pengawasn platform belanja on-line mencerminkan keberhasilan pendekatan ini dalam melindungi konsumen dari berbagai tantangan, termasuk dalam perdagangan daring dan sektor jasa keuangan. Sinergitas antara OJK, Komdigi dan Kemendag RI dalam kegiatan pengawasan terhadap platform perdagangan elektronik diharapkan dapat memberikan solusi bagi perlindungan konsumen e-commerce secara berlapis dan komprehensif dari perbuatan tindak pidana penipuan ataupun penyalahgunaan data pribadi konsumen.

Kata Kunci : *E-Commerce; Online Shop; Perlindungan Konsumen; Hukum Positif; Teori Keadilan*

Abstract

E-commerce or electronic commerce in Indonesia has become increasingly important and inseparable from the lives of Indonesian people in the last five years. Along with the rapid advancement in information and communication technology, the development of online

shopping platforms has made it easier for consumers to purchase goods and services without the need for direct face-to-face interaction with sellers. However, with the surge in transaction volumes and the number of users, a number of legal issues have emerged that need to be taken seriously. Many consumers feel disadvantaged in online transactions, whether related to products that do not match descriptions or cases of fraud involving e-commerce platforms. The application of legal positivism in consumer protection consistently provides a solid foundation to create legal certainty and enforce consumer rights firmly. With regulations such as the Consumer Protection Law (UUPK), the Electronic Information and Transactions Law (UU ITE), and the Government Regulation on PMSE, the government strives to ensure consumer protection from harmful business practices. Additionally, the implementation of responsive law in consumer protection in Indonesia must be carried out through institutions and regulations that prioritize easy access, adaptation to public needs, and fast and affordable solutions. Mechanisms such as BPSK, the Government Regulation on PMSE, and the role of the Financial Services Authority (OJK) in overseeing online shopping platforms reflect the success of this approach in protecting consumers from various challenges, including in e-commerce and the financial services sector. The synergy between OJK, the Ministry of Communication and Informatics (Komdigi), and the Ministry of Trade of the Republic of Indonesia (Kemendag RI) in overseeing electronic commerce platforms is expected to provide solutions for consumer protection in e-commerce from criminal acts of fraud or misuse of consumer's personal data.

Keywords: *E-Commerce; Online Shop; Consumer Protection; Positive Law; Theory of Justice*

A. PENDAHULUAN

Perdagangan elektronik atau *e-commerce* telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat Indonesia terutama sejak 5 (lima) tahun terakhir sejak pandemi Covid 2019, dan tren transaksi itu terus meningkat, namun berbagai pengaduan terkait transaksi elektronik juga banyak diterima oleh BPKN.¹ Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah memfasilitasi perkembangan *platform online shopping* (belanja *daring*), yang memungkinkan konsumen untuk membeli produk dan layanan/jasa tanpa harus bertatap muka langsung dengan penjual. Di Indonesia, sektor *e-commerce* berkembang dengan

¹ BPKN (= Badan Perlindungan Konsumen Nasional), selama Januari hingga 30 Juli 2024, menerima 381 pengaduan dengan total kerugian konsumen mencapai Rp202,6 miliar. Sektor pengaduan terbanyak adalah Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), dengan PT Tokopedia dan PT PLN menjadi pelaku usaha yang paling banyak diadukan. Meskipun dengan kewenangan terbatas, BPKN berhasil menyelamatkan potensi kerugian konsumen sebesar Rp42,8 miliar. (diunduh dari website BPKN, tgl.1 Desember 2024, pukul 21:04).

sangat pesat, mencatatkan pertumbuhan yang signifikan baik dalam hal jumlah pengguna maupun volume transaksi.

Menurut laporan Google-Temasek tahun 2023², sektor *e-commerce* Indonesia diperkirakan akan mencapai USD 83 miliar atau setara Rp. 1,343 triliun (kurs 15,800/USD) pada tahun 2025, menjadikannya salah satu pasar *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara. Dalam lima tahun terakhir keterlibatan konsumen Indonesia dalam transaksi online semakin meningkat, terutama di kalangan generasi muda yang terbiasa dengan teknologi digital. Data BPS³ menunjukkan bahwa pada tahun 2023, lebih dari 180 juta orang Indonesia telah mengakses internet, dengan sebagian besar menggunakannya untuk berbelanja secara online. Hal ini menunjukkan bahwa *e-commerce* bukan hanya fenomena sementara, tetapi telah menjadi salah satu pilar utama perekonomian digital di Indonesia tren belanja masyarakat Indonesia ke depan.

Volume transaksi *e-commerce* di Indonesia diperkirakan akan menyaingi volume perdagangan konvensional, hal ini tidak mengherankan jika dilihat dari potensi margin keuntungan dari *platform ecommerce* tersebut, seperti jangkauan pasar yang luas dan dapat menekan biaya operasional atau promosi (*overhead*), karena perusahaan penyedia *platform e-commerce* tidak harus membuka gerai (*showroom*) di berbagai tempat dan memasang iklan promosi di berbagai media secara fisik, untuk memperkenalkan produknya. Mereka cukup hanya dengan membuat *homepage* atau *website* atau beriklan di media sosial yang berbiaya terjangkau, berisi informasi perusahaan beserta produk atau jasa yang ditawarkan. Industri *e-commerce* di Indonesia diharapkan mampu terus berkembang guna

² Berdasarkan rilis laporan tahunan bertajuk "e-Conomy SEA 2024" dari Google bersama Temasek dan Bain & Company; Industri ekonomi digital Indonesia ditaksir mencapai USD 90 miliar atau sebesar Rp 1.420 triliun pada tahun 2024. Country Director Google Indonesia, Veronica Utami menyebutkan rilis laporan ini menunjukkan bahwa perekonomian digital RI masih sangat sehat dengan pertumbuhan mencapai 13% (yoy). Hal ini tidak lepas dari peran 6 sektor utama termasuk E-commerce yang didalamnya ada video commerce. (Sumber CNBC, 2024).

³ Laporan BPS Survey E-Commerce, 2023. Data pengguna e-commerce di Indonesia, pada tahun 2023 mencapai 180,6 juta pengguna dan diprediksi meningkat hingga 189,6 juta pengguna pada 2024. Sejak 2017, sudah ada 70,8 juta pengguna e-commerce dan jumlahnya tiap tahun meningkat. Pada 2018, mencapai 87,5 juta pengguna e-commerce di Indonesia. Sementara pada 2020, mencapai 129,9 juta pengguna e-commerce. Pada 2021, diprediksi mencapai 148,9 juta pengguna, sedangkan pada 2022 mencapai 166,1 juta pengguna.

mendukung perekonomian masyarakat. Tak cuma sekadar mendukung perekonomian negeri ini, tapi juga menjadi tulang punggung Indonesia di era digital ekonomi.

Dalam kaitannya dengan transaksi *e-commerce*, terdapat 2 (dua) cara melakukan transaksi *e-commerce*, melalui media internet, pertama melalui aplikasi *Electronic Data Interchange* (EDI) yang digunakan untuk mentransfer dokumen secara elektronik seperti order pembelian, *invoice*, dokumen pengiriman barang, pengapalan dan korespondensi bisnis lainnya. EDI adalah cara mengganti transaksi melalui kertas ke dalam bentuk elektronik. Perkembangan internet dalam intensitas tinggi, peningkatan kapasitas, kemudahan mengakses dan semakin murahnya biaya penggunaan internet menyebabkan perubahan revolusioner dalam penggunaannya di berbagai bidang, seperti komunikasi, hiburan, pariwisata dan bidang lainnya.

Namun dari sekian banyak tersebut, bidang perdagangan elektronik yang mengalami perkembangan paling signifikan dalam penggunaan media internet di masyarakat. Perkembangan aturan-aturan perdagangan juga tidak terlepas dari pengaruh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Pengaruh teknologi tersebut semakin nyata dengan lahirnya *e-commerce*. Perkembangan yang cukup signifikan terjadi dengan melihat dari kuantitas transaksi melalui sarana *e-commerce* ini.

E-commerce mulai berkembang secara signifikan ketika internet mulai diperkenalkan. Perkembangan internet ini mendorong transaksi-transaksi perdagangan internasional semakin cepat. Dengan internet, batas-batas wilayah negara dalam melakukan transaksi dagang menjadi tidak lagi signifikan. Praktik perdagangan melalui internet digambarkan juga sebagai “final frontiers of commerce” pada abad ke-21 ini. Banyaknya kemudahan dalam mengakses internet membuat konsumen *e-commerce* meningkat tajam, beberapa alasannya antara lain: a) alasan kepraktisan; b) kemudahan sistem pembayaran; c) efisiensi waktu dan; d) banyaknya harga promo yang menarik dari pelaku usaha *online*.

Namun dibalik segala kemudahan dan keuntungan yang ditawarkan, timbul pula kekhawatiran akan tanggung jawab perusahaan online kepada konsumen *e-*

commerce mengingat begitu banyaknya perusahaan *online shop* baik yang legal maupun ilegal.

Keberadaan *e-commerce* dalam UU No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan merupakan salah satu bentuk transaksi perdagangan yang perlu diatur dalam Peraturan Pemerintah, sesuai perintah Pasal 66 dalam UU tersebut. Hal ini sangat penting, melihat potensi serta pertumbuhan bisnis *online* di Indonesia yang tumbuh pesat. Dalam konteks hukum, sangat penting melihat konsumen dalam *e-commerce* sebagai subjek hukum yang yang patut dilindungi dalam perdagangan elektronik melalui *platform online shopping* yang banyak disediakan di internet.

Perlindungan bagi para konsumen *e-commerce*, sangatlah krusial di era digital saat ini mengingat banyak sekali pengaduan yang diterima oleh Badan Perlindungan Konsumen Nasional seperti disinggung di atas. Hak Perlindungan Konsumen sesungguhnya telah di atur oleh pemerintah melalui UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU PK); Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan (UU Perdagangan) Bab VIII mengenai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) pada Pasal 65 dan 66, yang 5 (lima) tahun kemudian diterbitkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 80 Tahun 2019 tentang PMSE serta perintah dibentuknya Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) di setiap Kabupaten/Kota di seluruh Indonesia. Per-UU-an tersebut merupakan acuan bagi setiap pelaku usaha dan konsumen dalam melakukan transaksi perdagangan, baik perdagangan konvensional maupun perdagangan melalui *online* atau *e-commerce*.

Namun, seiring dengan meningkatnya volume transaksi dan semakin banyaknya pengguna, muncul berbagai masalah hukum yang perlu mendapatkan perhatian serius. Banyak konsumen yang merasa dirugikan oleh transaksi online, baik dari sisi produk yang tidak sesuai dengan deskripsi, hingga kasus penipuan yang melibatkan *platform e-commerce*. Dengan semakin pesatnya perkembangan *e-commerce* di Indonesia, perlindungan hukum konsumen menjadi semakin penting untuk memastikan hak-hak konsumen terlindungi dalam transaksi *online shop*. Saat ini *platform online shop* telah menjadi sarana utama bagi konsumen di

Indonesia untuk melakukan pembelian produk dan jasa, namun di sisi lain, *platform* ini juga menghadirkan tantangan baru terkait dengan *penipuan online*, kesalahan transaksi, dan pelanggaran terhadap data pribadi. Oleh karena itu, upaya perlindungan hukum bagi konsumen dan penegakan hukum terhadap pelaku usaha di *platform e-commerce* menjadi sangat krusial.

Perlindungan konsumen di era *digital e-commerce* ini menjadi hal yang penting dan dibutuhkan, ketika penjual dan pembeli hanya bermodalkan asas kepercayaan dalam melakukan transaksi perdagangan elektronik. Dalam rangka menghindari jangan sampai perdagangan elektronik dijadikan alat bagi orang-orang atau badan usaha yang tidak bertanggung jawab atau menipu dalam memasarkan produknya.

Merujuk pada penelitian Sutrisno (2020)⁴, perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik masih menemui berbagai tantangan, terutama dalam hal transparansi informasi dan hak-hak konsumen. Penelitian ini mengungkapkan bahwa banyak pelaku usaha di *platform online shop* yang tidak sepenuhnya mematuhi kewajiban untuk memberikan informasi yang jelas dan lengkap tentang produk atau layanan yang mereka tawarkan, yang berpotensi menyesatkan konsumen dan merugikan mereka (Sutrisno, 2020). Hal serupa juga ditemukan oleh Lestari dan Puspitasari (2021), yang menyebutkan bahwa meskipun ada regulasi yang mengatur kewajiban pelaku usaha untuk melindungi konsumen, penerapannya dalam praktik seringkali tidak efektif.

Selanjutnya, penegakan hukum terhadap pelaku usaha dalam *platform e-commerce* juga merupakan tantangan besar. Penelitian yang dilakukan Sari (2019)⁵ menemukan bahwa UU ITE memiliki kelemahan dalam hal penegakan hukum terhadap penipuan *online* dan pelanggaran hak konsumen. Meski UU ITE memberikan dasar hukum yang cukup kuat, pelaksanaan hukum dalam dunia digital sering kali terhambat oleh masalah yuridiksi dan pembuktian yang kompleks.

⁴ Sutrisno, T. "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik di Indonesia: Masalah dan Solusi." *Jurnal Hukum Ekonomi* (Vol. 18, No. 2, 2020), 204-220.

⁵ Sari, D. "Penegakan Hukum terhadap Penipuan Elektronik di Indonesia: Tantangan dan Solusi dalam Implementasi UU ITE." *Jurnal Hukum & Teknologi* (Vol. 20, No. 3, 2019), 199-215.

Selain itu, Wicaksono (2022)⁶ juga menegaskan bahwa banyak kasus penipuan elektronik di platform e-commerce yang tidak ditindaklanjuti dengan serius, baik oleh pihak berwajib maupun oleh pihak penyedia platform itu sendiri, yang berakibat pada hilangnya kepercayaan konsumen.

Dalam konteks perlindungan data pribadi, keberadaan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UU No. 27 Tahun 2023) memberikan harapan baru untuk memperkuat regulasi terkait dengan keamanan data konsumen. Namun, pada praktiknya, Dewi dan Ramadhani (2023) menunjukkan bahwa implementasi UU ini masih menemui berbagai kendala, termasuk kurangnya pemahaman di kalangan konsumen dan pelaku usaha tentang hak-hak mereka serta penegakan hukum yang belum optimal. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa meskipun banyak platform e-commerce yang sudah mematuhi kewajiban perlindungan data pribadi, masih banyak konsumen yang tidak mendapatkan informasi yang jelas terkait dengan pengelolaan data mereka.

Penelitian yang dilakukan oleh Darmawan (2020) juga menyoroti pentingnya peningkatan pengawasan terhadap platform digital dan penguatan mekanisme penyelesaian sengketa online. Dalam hal ini, Darmawan mengusulkan perlunya adanya peraturan pelaksana yang lebih spesifik mengenai penyelesaian sengketa dalam transaksi e-commerce serta pentingnya peran Regulator dan Ombudsman dalam memastikan bahwa hak-hak konsumen terlindungi secara lebih komprehensif dan tepat sasaran.

Dari latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, terdapat hal harus diperhatikan yaitu masalah pengawasan terhadap penjual atau penyelenggaraan platform *e-commerce* dan pembinaan atau edukasi publik kepada konsumen/pembeli *online shop*. Sudah menjadi rahasia umum masalah pengawasan merupakan kendala yang amat sulit dikarenakan kondisi geografis dan kondisi infrastruktur serta sumber daya manusia aparatur pemerintah di Indonesia yang memang dirasa belum mencukupi.

⁶ Wicaksono, A. "Perlindungan Hukum Konsumen dalam E-Commerce dan Tantangan Penegakan Hukum Pelaku Usaha." *Jurnal Hukum Perdagangan dan Bisnis* (Vol. 14, No. 1, 2022), 34-47.

Maka berdasarkan data-data pengaduan yang diterima oleh Badan Perlindungan Konsumen Nasional sampai dengan bulan Juli 2024 maka permasalahan yang hendak diangkat dalam studi ini adalah bagaimanakah perlindungan hukum konsumen pada *platform e-commerce* di Indonesia dari perspektif Hukum Positif dan Teori Hukum ?

B. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah yuridis normatif, yaitu merupakan penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder. Tommy Hendra Purwaka (2011)⁷ menyatakan terdapat beberapa ciri-ciri penelitian yuridis normatif antara lain: Obyek penelitiannya antara lain adalah norma-norma, kaedah-kaedah, asas-asas, dan prinsip-prinsip yang dikandung suatu peraturan perundang-undangan, landasan filosofis, sosiologis, dan yuridis dari suatu peraturan perundang-undangan, latar belakang pemikiran dan sejarah pembentukan suatu peraturan perundang-undangan, serta sistematika hukum, harmonisasi hukum, sejarah hukum, dan perbandingan hukum dari suatu peraturan perundang-undangan; Metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi kepustakaan atau *library research*, serta penelusuran dokumen; Metode analisis data yang digunakan adalah metode kualitatif, yaitu menggunakan tafsir hukum, nalar hukum, dan argumentasi rasional.

C. PEMBAHASAN

Perlindungan konsumen merupakan aspek fundamental dalam sistem hukum modern, termasuk di Indonesia. Konsumen, sebagai pihak yang sering kali berada pada posisi lemah dalam transaksi dengan pelaku usaha, memerlukan perlindungan yang tidak hanya bersifat normatif tetapi juga fungsional. Dalam konteks ini, teori hukum menjadi landasan penting untuk menganalisis dan mengembangkan kerangka hukum perlindungan konsumen. Teori hukum dalam

⁷ Tommy Hendra Puwaka (2011): Buku Metodologi Penelitian Hukum; Penerbit Universitas Katolik Atma Jaya, Jakarta. Hal. 33 – 34.

perlindungan konsumen di Indonesia berfokus pada analisis teori positivisme hukum, dan teori keadilan.

Pengguna *E-Commerce* di Indonesia, menurut laporan “We Are Social dan Hootsuite” pada tahun 2024, Indonesia memiliki lebih dari 200 juta pengguna internet, dengan 78% di antaranya menggunakan internet untuk berbelanja secara online. Beberapa data lainnya mengenai perilaku belanja online di Indonesia adalah sebagai berikut:

- a. Peningkatan Pengguna *e-commerce* : Di tahun 2023, sekitar 88 juta orang di Indonesia melakukan transaksi belanja online melalui smartphone. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai pasar terbesar kedua di Asia Tenggara untuk transaksi *e-commerce* setelah Thailand.
- b. Tingkat Pertumbuhan *e-commerce* : Berdasarkan laporan Google-Temasek (2023), sektor *e-commerce* Indonesia tumbuh 28% per tahun dan diperkirakan akan mencapai USD 83 miliar pada 2025, dengan kontribusi *e-commerce* terhadap PDB Indonesia sebesar 4,5%.
- c. Platform *e-commerce* Terpopuler : Platform seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee, dan Lazada mendominasi pasar *e-commerce* Indonesia, dengan berbagai kategori produk yang ditawarkan, mulai dari fashion, elektronik, hingga makanan dan barang kebutuhan sehari-hari.

Namun, meskipun ada pertumbuhan pesat dalam sektor ini, tantangan dalam perlindungan konsumen tetap menjadi perhatian. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Lembaga Perlindungan Konsumen Indonesia (LPKI), sekitar 30% konsumen yang berbelanja online mengaku pernah mengalami masalah, seperti tidak menerima barang, barang yang tidak sesuai dengan deskripsi dan spesifikasi barang yang ditawarkan, dan atau kesulitan dalam pengembalian barang.

1. Teori Positivisme Hukum dan Penerapan Perlindungan Konsumen

Teori positivisme hukum menempatkan hukum sebagai sistem aturan yang bersumber dari otoritas formal negara. Teori ini dipelopori oleh pemikir seperti John Austin (1832)⁸, yang berpendapat bahwa hukum adalah

⁸John Austin merupakan sosok ahli hukum asal Inggris yang terkenal dengan tulisannya dengan judul *The Province of Jurisprudence Determined* (1832). John Austin menyarankan definisi hukum dan

"perintah" dari otoritas yang berdaulat. Dalam positivisme hukum, aturan harus ditaati bukan karena moralitasnya, melainkan karena keberadaannya sebagai hukum yang sah berlaku. Dalam konteks perlindungan konsumen, teori ini mendukung pentingnya peraturan yang tegas, tertulis, dan dibuat oleh Lembaga negara yang berwenang untuk memberikan kepastian hukum. Konsumen dan pelaku usaha dapat merujuk langsung pada norma hukum yang mengatur hak, kewajiban, dan sanksi terkait kegiatan transaksi. Positivisme hukum menekankan pada tiga elemen utama:

- 1) Keberadaan hukum tertulis yang jelas: Konsumen dilindungi oleh undang-undang (UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen) yang memberikan pedoman atas hak-hak mereka.
- 2) Penegakan hukum melalui institusi formal: Lembaga seperti Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), pengadilan, dan aparat penegak hukum termasuk Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS) bertugas memastikan pelaksanaan hukum perlindungan konsumen diterapkan secara konsisten dan tegas.
- 3) Kepastian hukum bagi semua pihak: Baik konsumen maupun pelaku usaha mengetahui batasan-batasan hukum yang berlaku.

Prinsip-Prinsip Positivisme Hukum dalam Perlindungan Konsumen adalah bahwa:

- 1) Hukum Sebagai Alat Pengendalian (*Control Tool*) : Hukum positif dirancang untuk mengendalikan perilaku pelaku usaha agar tidak melakukan praktik yang merugikan konsumen, seperti penipuan, monopoli, atau penyalahgunaan posisi dominan.

membedakan hukum positif dari moralitas yang berkaitan juga dengan pendapat Jeremy Bentham. Kontribusinya dalam perkembangan ilmu hukum terasa hingga kini. Pemikirannya yang analitis dan kejujuran intelektualnya membuat rekan-rekannya terkesan. Karyanya pun mempengaruhi para ahli hukum berikutnya termasuk Oliver Wendell Holmes, Jr. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat diketahui John Austin memiliki peran yang besar dalam perkembangan ilmu hukum dan mempengaruhi ahli hukum setelah dirinya. Berkaitan dengan itu, tentu menarik membahas biografi John Austin hingga menjadi sosok ahli hukum terkemuka, karyanya masih dirujuk hingga saat ini.

- 2) Hukum yang Berdiri Sendiri (*Law as it is*) : Peraturan perlindungan konsumen tidak bergantung pada nilai-nilai moral, melainkan pada keberadaan hukum itu sendiri. Contohnya, pelaku usaha yang melanggar Pasal 8 UU PK (larangan memberikan informasi menyesatkan) dapat dikenai sanksi, terlepas dari niat baiknya.
- 3) Hukum yang Universal dan Netral : Hukum perlindungan konsumen berlaku untuk semua pihak tanpa diskriminasi. Hal ini memastikan konsumen memiliki perlindungan yang sama, baik dalam transaksi konvensional maupun daring.

Teori positivisme hukum memberikan landasan kuat untuk membangun sistem perlindungan konsumen yang terstruktur dan dapat ditegakkan. Melalui undang-undang yang tegas, konsumen memiliki kepastian hukum untuk melindungi hak-haknya. Namun, kekakuan pendekatan ini menuntut integrasi dengan teori hukum lain, seperti teori hukum responsif melalui cara-cara nonlitigasi seperti melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) seperti diamanatkan oleh UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UU PK) Pasal 45 yang menyatakan bahwa penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan melalui proses litigasi atau nonlitigasi. Proses nonlitigasi dapat dilakukan melalui BPSK dengan cara mediasi, konsiliasi, atau arbitrase.

BPSK adalah lembaga yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. Beberapa tugas dan wewenang BPSK, antara lain:

- 1) Menerima pengaduan dari konsumen
- 2) Melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa
- 3) Memanggil pelaku usaha yang diduga melanggar ketentuan
- 4) Menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan

Meskipun demikian, positivisme hukum tetap menjadi pilar penting dan utama dalam perlindungan konsumen, terutama dalam memberikan kepastian

hukum dan menegakkan keadilan melalui aturan yang jelas dan sanksi yang tegas.

2. Penerapan Perlindungan Konsumen dari Teori Positivisme Hukum

1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).

- a. Hak Konsumen : UU PK menetapkan secara tegas hak-hak konsumen, seperti hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam menggunakan barang/jasa, diatur dalam Pasal 4 UU PK.
- b. Kewajiban Pelaku Usaha : Pelaku usaha diwajibkan memberikan informasi yang benar dan tidak menyesatkan terkait produk, diatur dalam Pasal 8 UU PK.
- c. Sanksi : Pasal 62 UU PK mengatur sanksi pidana bagi pelaku usaha yang melanggar hak konsumen, seperti hukuman penjara maksimal 5 (lima) tahun atau denda hingga Rp.2 miliar.
- d. Mekanisme Penyelesaian Sengketa: UU PK mengatur penyelesaian sengketa melalui pengadilan (litigasi atau di luar pengadilan nonlitigasi), diatur dalam Pasal 45 UU PK. Lembaga seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dibentuk untuk memberikan solusi cepat dan murah.

Contoh Kasus: Kasus Produk Kesehatan Palsu (2016): Badan POM menemukan peredaran obat palsu yang merugikan konsumen. Berdasarkan UU PK, produsen dan distributor dikenai sanksi pidana.

2) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)

- a. Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik : Pasal 28 UU ITE melarang penyebaran informasi palsu atau menyesatkan dalam transaksi elektronik, termasuk *e-commerce*.
- b. Penyalahgunaan Data Pribadi : Pasal 26 UU ITE memberikan perlindungan terhadap data pribadi konsumen, mewajibkan pelaku usaha memperoleh persetujuan sebelum menggunakan data tersebut.

- c. Sanksi : UU ITE mengatur hukuman pidana hingga 6 tahun penjara atau denda maksimal Rp 1 miliar untuk pelanggaran yang merugikan konsumen secara elektronik.

Contoh Kasus: Kasus Penipuan E-Commerce (2021): Konsumen membeli barang secara daring, tetapi barang tidak dikirimkan. Pelaku dihukum berdasarkan Pasal 28 UU ITE karena menyebarkan informasi palsu.

3) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE)

- a. Kewajiban Platform E-Commerce : Platform seperti Tokopedia dan Shopee diwajibkan menyediakan informasi produk yang jelas dan mekanisme pengaduan konsumen, diatur pada Pasal 60 PP PMSE.
- b. Rekening Bersama (*Escrow Account*) : Pasal 65 PP PMSE mewajibkan platform menggunakan sistem rekening bersama untuk melindungi dana konsumen hingga barang diterima.
- c. Sanksi Administratif : Pelanggaran terhadap kewajiban ini dapat dikenai sanksi administratif, seperti pencabutan izin usaha.

Contoh Kasus: Kasus Barang Tidak Sesuai (2022): Konsumen menerima barang palsu dari platform daring. Berdasarkan PP PMSE, platform bertanggung jawab memfasilitasi pengembalian dana.

Kelebihan Teori Positivisme Hukum dalam Perlindungan Konsumen

- 1) Kepastian Hukum : Konsumen dan pelaku usaha memiliki panduan yang jelas mengenai hak dan kewajiban mereka.
- 2) Imparsialitas: Hukum diterapkan secara objektif tanpa mempertimbangkan faktor eksternal, seperti tekanan sosial atau kepentingan kelompok tertentu.
- 3) Penegakan Hukum yang Efektif : Adanya sanksi tegas, baik pidana maupun administratif, memberikan efek jera bagi pelaku usaha yang melanggar.

Kelemahan Teori Positivisme Hukum dalam Perlindungan Konsumen

- 1) Kaku dan Tidak Fleksibel : Hukum tertulis sering kali tidak dapat mengikuti perkembangan teknologi atau dinamika sosial secara cepat, seperti dalam kasus penipuan e-commerce yang terus berkembang.
- 2) Kurangnya Pendekatan Moral dan Etis : Pendekatan ini hanya fokus pada aturan formal, sehingga kurang mempertimbangkan aspek moral atau nilai-nilai sosial.
- 3) Akses Terbatas : Banyak konsumen, terutama di daerah terpencil, masih kesulitan mengakses mekanisme hukum formal seperti pengadilan atau BPSK.

3. Teori Hukum Responsif dan Penerapan Perlindungan Konsumen

Teori hukum responsif adalah pendekatan yang menempatkan hukum sebagai alat untuk merespons kebutuhan sosial masyarakat yang dinamis. Dikembangkan oleh Philippe Nonet dan Philip Selznick dalam karya mereka *Law and Society in Transition* (1978)⁹, teori ini mengusulkan bahwa hukum tidak hanya menjadi alat kontrol sosial, tetapi juga instrumen yang adaptif terhadap perubahan sosial, politik, ekonomi dan teknologi. Dalam konteks perlindungan konsumen, teori hukum responsif menekankan pentingnya hukum yang berorientasi pada kebutuhan konsumen, fleksibel dan adaptif terhadap perubahan, mampu memberikan solusi yang praktis dan relevan. Prinsip-Prinsip Teori Hukum Responsif dalam Perlindungan Konsumen adalah :

- 1) Partisipasi Aktif Konsumen dan Pelaku Usaha

Konsumen dianggap sebagai subjek hukum yang aktif, bukan sekadar objek perlindungan. Mereka memiliki hak untuk berpartisipasi dalam

⁹Dalam karya "*Law and Society in Transition*" (1978), Philippe Nonet dan Philip Selznick mengembangkan sebuah pemikiran mengenai hubungan antara hukum dan masyarakat dalam konteks perubahan sosial (*social change*). Mereka menekankan bahwa hukum tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk mengatur dan menegakkan norma sosial, tetapi juga sebagai bagian integral dalam proses perubahan sosial yang lebih luas. Dalam perspektif ini, hukum dianggap sebagai refleksi dari nilai-nilai dan kepentingan yang ada dalam masyarakat, yang terus berubah seiring dengan dinamika sosial, ilmu pengetahuan dan teknologi.

pembuatan kebijakan atau peraturan yang menyangkut perlindungan konsumen.

2) Adaptasi terhadap Dinamika Sosial

Hukum harus mampu mengikuti perkembangan zaman, termasuk perubahan teknologi, pola konsumsi, dan tren perdagangan digital.

3) Pemecahan Masalah yang Efektif dan Cepat

Hukum responsif menitikberatkan pada penyelesaian sengketa yang cepat, efisien, dan berorientasi pada kepuasan konsumen.

4) Integrasi Nilai Moral dan Sosial

Hukum tidak hanya berdasarkan aturan formal, tetapi juga mempertimbangkan nilai-nilai moral, keadilan, dan kebutuhan masyarakat.

Teori hukum responsif memberikan pendekatan yang adaptif dan relevan untuk melindungi konsumen, terutama di era digital dan globalisasi. Dengan menekankan fleksibilitas, kecepatan, dan orientasi pada kebutuhan masyarakat, teori ini melengkapi kelemahan pendekatan hukum yang kaku seperti positivisme hukum. Namun, untuk mewujudkan hukum responsif yang efektif dalam perlindungan konsumen, pemerintah perlu memperluas akses ke mekanisme hukum non-litigasi, mengembangkan regulasi yang adaptif terhadap teknologi, meningkatkan kesadaran konsumen akan hak-haknya. Pendekatan responsif harus terus dikembangkan agar hukum perlindungan konsumen di Indonesia mampu menghadapi tantangan baru dan memenuhi kebutuhan masyarakat secara berkelanjutan.

BPSK adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen memiliki tugas dan wewenang untuk penyelesaian sengketa konsumen meliputi antara lain:

- 1) Melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi.
- 2) Memberikan konsultasi perlindungan konsumen.
- 3) Melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam Undang-undang ini.

- 4) Menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis, dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen.
- 5) Melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen.
- 6) Memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen.
- 7) Memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap Undang-undang ini.
- 8) Meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana dimaksud pada huruf g dan huruf h, yang tidak bersedia memenuhi panggilan badan penyelesaian sengketa konsumen.
- 9) Memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen.
- 10) Memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen.
- 11) Menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undang-undang ini.

Penerapan Perlindungan Konsumen dari Perspektif Teori Hukum Responsif

1) Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)

a. Fungsi BPSK

BPSK adalah lembaga alternatif penyelesaian sengketa di luar pengadilan yang memberikan akses cepat, murah, dan sederhana bagi konsumen. Berdasarkan Pasal 52 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), BPSK memiliki kewenangan menyelesaikan sengketa konsumen melalui mediasi, konsiliasi, atau arbitrase.

b. Kelebihan BPSK

- a) Tidak memerlukan biaya tinggi.
- b) Proses penyelesaian lebih cepat dibandingkan pengadilan.

- c) Mengedepankan solusi win-win antara konsumen dan pelaku usaha.

Contoh Kasus: Kasus Produk Elektronik Rusak (2020), Seorang konsumen mengajukan pengaduan ke BPSK setelah membeli perangkat elektronik yang tidak sesuai deskripsi. BPSK berhasil menyelesaikan sengketa melalui mediasi, di mana pelaku usaha memberikan penggantian produk baru tanpa perlu melalui pengadilan.

2. Pengaturan Perdagangan Digital melalui PP PMSE

a. Konteks

Dengan meningkatnya transaksi daring, pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE) untuk melindungi konsumen dalam transaksi e-commerce.

b. Ketentuan Responsif

- a) Mekanisme Pengaduan: Pasal 60 PP PMSE mewajibkan platform e-commerce menyediakan mekanisme pengaduan yang mudah diakses oleh konsumen.
- b) Keamanan Konsumen: Pasal 21 PP PMSE mengatur bahwa pelaku usaha harus memastikan keamanan data konsumen dan memberikan informasi produk secara transparan.
- c) Rekening Bersama: Untuk menghindari penipuan, platform e-commerce diwajibkan menggunakan sistem escrow (rekening bersama) untuk menjamin pembayaran konsumen hingga barang diterima.

Contoh Kasus: Kasus Barang Palsu di Platform E-Commerce (2022), Seorang konsumen menerima barang palsu setelah membeli dari marketplace. Berdasarkan mekanisme yang diatur PP PMSE, platform *e-commerce* memfasilitasi pengembalian dana kepada konsumen melalui sistem *escrow*.

3) Peran Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

a. Konteks

Dalam sektor jasa keuangan, konsumen sering menghadapi masalah seperti bunga tinggi, praktik tidak transparan, atau penagihan yang tidak manusiawi, terutama pada layanan pinjaman daring (*online lending*).

b. Tindakan OJK

OJK mengadopsi mekanisme pengaduan dan penyelesaian sengketa yang mengedepankan perlindungan konsumen, termasuk:

- a) Sistem Layanan Konsumen OJK: Konsumen dapat mengajukan keluhan melalui consumer complaint service yang tersedia daring atau langsung.
- b) Penyelesaian Sengketa Alternatif: Melalui Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa Sektor Jasa Keuangan (LAPS SJK), sengketa antara konsumen dan lembaga keuangan dapat diselesaikan dengan biaya rendah dan waktu singkat.

c. Tindakan Preventif

OJK juga rutin mengedukasi masyarakat tentang produk keuangan yang aman dan terdaftar, terutama untuk mencegah kerugian akibat pinjaman daring ilegal.

Contoh Kasus: Kasus Penagihan Tidak Etis oleh Fintech Ilegal (2021), Banyak konsumen mengeluh tentang penagihan intimidatif oleh fintech ilegal. OJK menindak fintech tersebut dengan menutup operasionalnya dan memfasilitasi konsumen untuk mengajukan sengketa melalui LAPS SJK.

Kelebihan Teori Hukum Responsif dalam Perlindungan Konsumen

- 1) Adaptif terhadap Perkembangan Teknologi: Regulasi seperti PP PMSE menunjukkan kemampuan hukum responsif dalam menyesuaikan diri dengan kebutuhan transaksi digital yang terus berkembang.

- 2) Kemudahan Akses bagi Konsumen: Lembaga seperti BPSK dan LAPS SJK memberikan alternatif penyelesaian sengketa yang lebih sederhana dibandingkan pengadilan.
- 3) Perlindungan yang Lebih Progresif: Melalui pendekatan partisipatif, hukum responsif mengutamakan solusi yang mencerminkan kebutuhan nyata konsumen.
- 4) Edukasi dan Pencegahan: Peran OJK dalam memberikan literasi keuangan kepada masyarakat menunjukkan bahwa hukum responsif juga berfungsi preventif, bukan hanya represif.

Kelemahan Teori Hukum Responsif dalam Perlindungan Konsumen

- 1) Ketergantungan pada Implementasi: Hukum responsif memerlukan implementasi yang konsisten, sementara di Indonesia, tantangan seperti birokrasi dan korupsi sering kali menghambat efektivitasnya.
- 2) Kurangnya Kesadaran Konsumen: Banyak konsumen yang belum memahami keberadaan mekanisme seperti BPSK atau LAPS SJK, sehingga perlindungan hukum sering kali tidak dimanfaatkan secara maksimal.
- 3) Belum Merata di Seluruh Indonesia: Mekanisme seperti BPSK dan layanan OJK lebih mudah diakses di kota besar, sementara konsumen di daerah terpencil sering kali tidak mendapatkan akses yang sama.

4. Teori Keadilan (*Justice Theory*) dan Penerapan Perlindungan Konsumen

Teori keadilan berfokus pada bagaimana distribusi hak, kewajiban, dan sumber daya dilakukan secara adil di dalam masyarakat. Dalam konteks hukum, keadilan berarti memberikan hak yang sesuai kepada setiap individu tanpa diskriminasi dan memastikan perlindungan terhadap yang lemah atau rentan. Salah satu pemikir utama teori ini adalah John Rawls dalam *A Theory of Justice* (1971), yang mengusulkan dua prinsip keadilan, yaitu:

- 1) Setiap individu memiliki hak yang sama atas kebebasan dasar.
- 2) Ketidaksetaraan hanya dapat diterima jika memberikan manfaat terbesar bagi mereka yang paling tidak diuntungkan.

Dalam perlindungan konsumen, teori ini mendorong regulasi dan kebijakan yang memberikan perlakuan setara kepada semua konsumen, memastikan kelompok rentan (misalnya, konsumen di daerah terpencil, atau dengan akses literasi rendah) mendapatkan perlindungan khusus. Prinsip-Prinsip Teori Keadilan dalam Perlindungan Konsumen adalah:

1) Keadilan Distributif

Fokus pada distribusi hak, kewajiban, dan sumber daya yang adil antara konsumen dan pelaku usaha. Contohnya, semua konsumen, terlepas dari status sosial atau ekonomi, berhak mendapatkan informasi produk yang jelas dan tidak menyesatkan.

2) Keadilan Prosedural

Menjamin bahwa setiap konsumen memiliki akses yang setara ke mekanisme penyelesaian sengketa, seperti pengadilan, mediasi, atau arbitrase.

3) Keadilan Restoratif

Menekankan pengembalian hak konsumen yang dirugikan, seperti ganti rugi untuk kerugian materiil dan immateriil akibat pelanggaran pelaku usaha.

4) Keadilan Korektif

Bertujuan memperbaiki ketidakseimbangan antara konsumen (sebagai pihak lemah) dan pelaku usaha (sebagai pihak yang lebih kuat). Contohnya, memberikan sanksi kepada pelaku usaha yang melakukan praktik tidak adil (*unfair trade practices*).

Teori keadilan memberikan perspektif yang mendalam dalam perlindungan konsumen dengan menekankan distribusi hak dan kewajiban yang setara, perlindungan terhadap konsumen rentan, dan penyelesaian sengketa secara adil. Dalam konteks Indonesia, penerapan teori ini terlihat melalui regulasi yang mengedepankan hak konsumen, akses yang setara ke mekanisme penyelesaian sengketa, dan pemberian sanksi kepada pelaku usaha yang merugikan konsumen. Namun, penerapan teori keadilan membutuhkan dukungan penuh dari pemerintah, pelaku usaha, dan

masyarakat untuk memastikan bahwa hukum tidak hanya menjadi teks, tetapi juga memberikan keadilan nyata bagi konsumen.

Penerapan Perlindungan Konsumen dari Teori Keadilan

1) Peraturan yang Memberikan Hak Setara kepada Konsumen

- a. Pasal 4 UU PK : Pasal ini mengatur hak-hak dasar konsumen, yang mencakup hak atas informasi yang benar dan jujur tentang barang dan jasa yang dikonsumsi, hak untuk memilih, hak untuk memperoleh barang/jasa yang aman, serta hak untuk mendapatkan ganti rugi apabila hak-hak tersebut dilanggar. Dalam konteks teori keadilan, peraturan ini memastikan bahwa setiap konsumen, tanpa terkecuali, memiliki hak yang sama dalam mendapatkan informasi yang tepat dan akses terhadap barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan mereka.
- b. Pasal 19 UU PK: Pasal ini mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan kompensasi atau ganti rugi kepada konsumen yang dirugikan oleh barang atau jasa yang tidak sesuai. Ini merupakan penerapan prinsip keadilan distributif, yang memastikan bahwa konsumen yang dirugikan mendapatkan apa yang seharusnya mereka terima sebagai kompensasi atas kerugian yang dialami.

Contoh Kasus: Kasus Penjualan Barang Palsu (2018), Seorang konsumen membeli produk kecantikan dari platform e-commerce, tetapi setelah diterima, produk tersebut terbukti palsu. Berdasarkan Pasal 19 UUPK, konsumen berhak mendapatkan ganti rugi berupa pengembalian uang atau produk yang sesuai. Penyelesaian sengketa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) memastikan konsumen mendapatkan kompensasi yang adil dan layak.

2) Perlindungan Konsumen Rentan

- a. Konsumen dengan Akses Terbatas: Konsumen yang tinggal di daerah terpencil atau memiliki akses terbatas ke informasi sering kali tidak memiliki kemampuan untuk memahami hak-hak mereka dalam transaksi atau produk yang mereka beli. UU Perlindungan

Konsumen mengamanatkan pemerintah untuk meningkatkan kesadaran dan literasi konsumen, termasuk melalui program pendidikan dan informasi yang lebih luas.

- b. Peningkatan Literasi Konsumen: Pemerintah Indonesia, melalui berbagai lembaga, mengadakan program edukasi kepada konsumen untuk meningkatkan kesadaran mereka tentang hak-hak mereka dan mekanisme penyelesaian sengketa yang ada.

Contoh Kasus: Kasus Penyalahgunaan Produk di Daerah Terpencil (2020) : Seorang petani di daerah terpencil membeli alat pertanian yang dijanjikan dapat meningkatkan hasil pertanian. Namun, alat tersebut tidak berfungsi sebagaimana mestinya. Sebagian besar konsumen di daerah tersebut tidak mengetahui hak mereka untuk mendapatkan ganti rugi. Melalui program literasi konsumen yang digalakkan pemerintah, konsumen ini akhirnya memperoleh informasi yang memungkinkan dia mengajukan pengaduan ke BPSK.

3) Penyelesaian Sengketa yang Berkeadilan

- a. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK): BPSK menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa yang murah, cepat, dan tidak berpihak. BPSK memungkinkan konsumen yang dirugikan untuk mendapatkan keadilan tanpa harus mengeluarkan biaya tinggi dan menunggu lama, seperti yang terjadi dalam proses pengadilan biasa.
- b. Keadilan Prosedural: Proses yang cepat dan biaya rendah memungkinkan konsumen kecil atau konsumen dengan sumber daya terbatas untuk mendapatkan perlindungan yang adil. Dalam hal ini, teori keadilan diimplementasikan melalui akses yang lebih mudah terhadap proses penyelesaian sengketa.

Contoh Kasus: Kasus Sengketa Jasa Pengiriman (2021) : Seorang konsumen mengajukan pengaduan kepada BPSK karena paket yang dipesan tidak sampai sesuai waktu yang dijanjikan. Setelah mediasi yang

berlangsung singkat dan tanpa biaya besar, konsumen mendapatkan pengembalian dana penuh dari penyedia jasa pengiriman.

Selain BPSK, lembaga perlindungan konsumen lainnya di Indonesia adalah BPKN dan LPKSM (Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat). LPKSM adalah lembaga non-pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah untuk menangani perlindungan konsumen. Selain BPSK Dan LPKSM, lembaga lain yang membantu pemerintah dalam memperjuangkan perlindungan konsumen, yaitu: Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). Lembaga pemerintah yang dibentuk untuk merespon kebutuhan perlindungan konsumen yang berkembang pesat di masyarakat.

4) Perlindungan Data Pribadi Konsumen

- a. UU No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP): UU PDP memberikan hak kepada konsumen untuk mengontrol penggunaan data pribadi mereka. Pelanggaran terhadap hak perlindungan data pribadi ini dapat dikenakan sanksi pidana, memberikan keadilan bagi konsumen yang dirugikan akibat penyalahgunaan data mereka.
- b. Keadilan Distribusi dan Proses: Konsumen yang merasa dirugikan karena penyalahgunaan data pribadi mereka memiliki hak untuk menuntut ganti rugi atau tindakan hukum. UU PDP mengatur hak-hak konsumen untuk meminta pertanggungjawaban apabila data mereka digunakan tanpa izin atau bocor.

Contoh Kasus: Kasus Penyalahgunaan Data Pribadi (2023) : Sebuah platform e-commerce menggunakan data pribadi konsumen untuk kepentingan komersial tanpa izin. Konsumen yang datanya disalahgunakan dapat mengajukan pengaduan dan menuntut ganti rugi berdasarkan UU PDP, yang memberikan mereka hak untuk mendapat keadilan atas pelanggaran privasi.

Kelebihan Teori Keadilan dalam Perlindungan Konsumen

- 1) Kesetaraan Akses: Teori keadilan memastikan bahwa semua konsumen, tanpa terkecuali, mendapatkan hak yang sama, termasuk konsumen dari kelompok rentan.
- 2) Proses Penyelesaian Sengketa yang Adil: Lembaga seperti BPSK dan sistem pengaduan OJK memberikan konsumen akses untuk menyelesaikan sengketa dengan cara yang adil, murah, dan cepat.
- 3) Perlindungan Data yang Lebih Kuat: Dengan adanya UU PDP, konsumen kini memiliki hak yang jelas atas data pribadi mereka, menciptakan rasa aman dan adil dalam transaksi digital.

Kelemahan Teori Hukum Responsif dalam Perlindungan Konsumen

- 1) Tantangan Implementasi di Daerah Terpencil: Meski ada upaya meningkatkan literasi konsumen, implementasi perlindungan konsumen di daerah terpencil masih menjadi tantangan, mengingat keterbatasan akses informasi.
- 2) Keterbatasan dalam Penegakan Hukum: Terkadang, penegakan hukum terhadap pelanggaran hak konsumen masih lemah, khususnya dalam kasus yang melibatkan pelaku usaha besar dengan pengaruh politik atau ekonomi.

Penerapan positivisme hukum dalam perlindungan konsumen di Indonesia memberikan dasar yang kuat untuk menciptakan kepastian hukum dan menegakkan hak konsumen secara tegas. Dengan regulasi seperti UU PK, UU ITE, dan PP PMSE, pemerintah berusaha menjamin perlindungan konsumen dari praktik bisnis yang merugikan.

Hukum responsif dalam perlindungan konsumen di Indonesia diterapkan melalui lembaga dan regulasi yang mengutamakan kemudahan akses, adaptasi terhadap kebutuhan masyarakat, dan solusi yang cepat dan murah. Mekanisme seperti BPSK, PP PMSE, dan peran OJK mencerminkan keberhasilan pendekatan ini dalam melindungi konsumen dari berbagai tantangan, termasuk dalam perdagangan daring dan sektor jasa keuangan.

Penerapan teori keadilan dalam perlindungan konsumen di Indonesia berfokus pada pemberian hak yang setara dan adil bagi semua konsumen, dengan memperhatikan kebutuhan khusus bagi mereka yang rentan. Melalui peraturan-peraturan seperti UU Perlindungan Konsumen, UU Perlindungan Data Pribadi, serta mekanisme penyelesaian sengketa melalui BPSK dan OJK, Indonesia berusaha untuk memastikan perlindungan yang adil dan dapat diakses oleh semua lapisan masyarakat. Namun, agar prinsip keadilan ini dapat diterapkan secara maksimal, diperlukan peningkatan literasi konsumen, penegakan hukum yang lebih konsisten, serta perluasan akses ke lembaga perlindungan konsumen di seluruh wilayah Indonesia.

D. SIMPULAN

Penerapan positivisme hukum dalam perlindungan konsumen di Indonesia memberikan dasar yang kuat untuk menciptakan kepastian hukum dan menegakkan hak konsumen secara tegas. Dengan regulasi seperti UUPK, UU ITE, dan PP PMSE, pemerintah berusaha menjamin perlindungan konsumen dari praktik bisnis yang merugikan.

Hukum responsif dalam perlindungan konsumen di Indonesia diterapkan melalui lembaga dan regulasi yang mengutamakan kemudahan akses, adaptasi terhadap kebutuhan masyarakat, dan solusi yang cepat dan murah. Mekanisme seperti BPSK, PP PMSE, dan peran OJK mencerminkan keberhasilan pendekatan ini dalam melindungi konsumen dari berbagai tantangan, termasuk dalam perdagangan daring dan sektor jasa keuangan.

Penerapan teori keadilan dalam perlindungan konsumen di Indonesia berfokus pada pemberian hak yang setara dan adil bagi semua konsumen, dengan memperhatikan kebutuhan khusus bagi mereka yang rentan. Melalui peraturan-peraturan seperti UU Perlindungan Konsumen, UU Perlindungan Data Pribadi, serta mekanisme penyelesaian sengketa melalui BPSK dan OJK, Indonesia berusaha untuk memastikan perlindungan yang adil dan dapat diakses oleh semua lapisan masyarakat. Namun, agar prinsip keadilan ini dapat diterapkan secara maksimal, diperlukan peningkatan literasi konsumen, penegakan hukum yang

lebih konsisten, serta perluasan akses ke lembaga perlindungan konsumen di seluruh wilayah Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

Marpi, Y., & Kom, S. *Perlindungan hukum terhadap konsumen atas keabsahan kontrak elektronik dalam transaksi e-commerce*. PT. Zona Media Mandiri, 2020.

Sri, W. W. *Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Pangan Kadaluwarsa*. Depok: PT Komodo Books, 2016.

Zulham, S. H. *Hukum perlindungan konsumen*. Prenada Media, 2017.

2. Internet

Ananda, Thamrin. "Aceh Menuju Jalan Baru." <<http://www.acehkita.net/koran/beritadetail.asp?Id=1864&Id2=&berita=Kheunda>>. Diakses pada tanggal 3 Januari 2007, 15.00 WIB.

CNBC.com. "e-Conomy SEA 2024" dari Google bersama Temasek dan Bain & Company; Diakses pada 25 November 2024, 19.35 WIB.

3. Majalah dan Surat Kabar

AIK/DIK. "RUU PA Harus Aplikatif, Komite Persiapan Partai Lokal Pertama di Aceh Dideklarasikan." *Kompas* (17 Maret 2006).

4. Makalah

Hoessein, Bhenyamin. "Penyempurnaan UU. No. 22 Tahun 1999 menurut Konsepsi Otonomi Daerah Hasil Amandemen UUD 1945." Makalah disampaikan pada Seminar Pembangunan Hukum Nasional VIII, diselenggarakan oleh Badan Pembinaan Hukum Nasional, Departemen Kehakiman dan Hak Asasi Manusia, di Denpasar, Bali, tanggal 14-18 Juli 2003.

5. Jurnal

A'yun, I. Q., Anggraini, L., Asmara, G. D., & Khoirunnisa, R. M. "Analysis of the Development of E-Commerce Transactions in the 6 Highest Transaction Countries in Southeast Asia." *Journal of Economics Research and Social Sciences* (Vol. 8, No. 2, 2024), 207-221.

- Darmawan, D. "Penyelesaian Sengketa dalam E-Commerce: Penguatan Regulasi dan Pengawasan bagi Perlindungan Konsumen di Indonesia." *Jurnal Hukum dan Kebijakan Publik* (Vol. 19, No. 2, 2020), 89-106.
- Dewi, A. N., & Ramadhani, F. "Perlindungan Data Pribadi dalam E-Commerce: Tantangan Implementasi Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi di Indonesia." *Jurnal Hukum Teknologi* (Vol. 25, No. 4, 2023), 101-115.
- Fista, Y. L., Machmud, A., & Suartini, S. "Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen." *Binamulia Hukum* (Vol. 12, No. 1, 2023), 177-189.
- Harland, D. The United Nations guidelines for consumer protection. *Journal of Consumer Policy*, (Vol. 10, No. 3, 1987), 245-266.
- Lestari, S., & Puspitasari, D. "Efektivitas Implementasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam E-Commerce di Indonesia." *Jurnal Hukum Bisnis* (Vol. 22, No. 1, 2021), 132-150.
- Rohmah, R. N. "Upaya membangun kesadaran keamanan siber pada konsumen e-commerce di Indonesia." *Cendekia Niaga* (Vol. 6, No. 1, 2022), 1-11.
- Sari, D. "Penegakan Hukum terhadap Penipuan Elektronik di Indonesia: Tantangan dan Solusi dalam Implementasi UU ITE." *Jurnal Hukum & Teknologi* (Vol. 20, No. 3, 2019), 199-215.
- Ponjaert, F. "GRAND THEORY AND MIDDLE-RANGE THEORY." *Research Methods in the Social Sciences: an AZ of Key Concepts* (2021), 131.
- Social, W. A. "Digital 2020: Indonesia." *Powerpoint Presentation*, 2020.
- Sutrisno, T. "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik di Indonesia: Masalah dan Solusi." *Jurnal Hukum Ekonomi* (Vol. 18, No. 2, 2020), 204-220.
- Wicaksono, A. "Perlindungan Hukum Konsumen dalam E-Commerce dan Tantangan Penegakan Hukum Pelaku Usaha." *Jurnal Hukum Perdagangan dan Bisnis* (Vol. 14, No. 1, 2022), 34-47.

6. Peraturan Perundang-Undangan

- Indonesia, Y. L. K. (2001). Undang-Undang Republik Indonesia nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Yayasan tsb..*
- , Undang-Undang Republik Indonesia No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (sebagaimana diubah dengan UU No. 19 Tahun 2016)
- , Undang-Undang Republik Indonesia No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi
- , Undang-Undang Republik Indonesia No. 7 Tahun 2004 tentang Perdagangan.

BIODATA PENULIS

Silverius Y. Soeharso. Dr. Soeharso menyelesaikan program doktoralnya di Fakultas Psikologi Universitas Indonesia (UI) pada tahun 2006 dengan spesialisasi Psikologi Ekonomi dan Bisnis, Psikologi Industri dan Organisasi, MSDM dan Psikologi Lingkungan. Saat ini sedang mendalami Psikologi Hukum Lingkungan Universitas Tama Jagakarsa, Jakarta. Saat ini mengampu sebagai Dosen Tetap di Fakultas Psikologi Universitas Pancasila, Jakarta.

Sufiarina. Dr. Sufiana, SH, M.Hum saat ini adalah Dekan Fakultas Hukum Universitas Tama Jagakarsa Jakarta dan merupakan Dosen Tetap untuk S1 Ilmu Hukum dan S2 Ilmu Hukum. Beliau juga merupakan Praktisi Hukum dan beberapa kali menjadi “Ahli” dalam berbagai kasus di Pengadilan. Tulisan dan Penelitian Ilmiah beliau banyak dimuat di berbagai Jurnal Nasional maupun Internasional.

Iwan Dewantoro. Iwan saat ini sedang menyelesaikan pendidikan Magister Ilmu Hukum di Universitas Tama Jagakarsa Jakarta. Sebelumnya ia telah menyelesaikan pendidikan Magister Teknik (MT) Sistem dan Teknik Jalan Raya di Institut Teknologi Bandung (ITB) tahun 2002, Sarjana Teknik Sipil (ST) dari Universitas Katolik Soegijapranata Semarang tahun 1996, dan Sarjana Hukum (SH) di Universitas Tama Jagakarsa Jakarta tahun 2024. Beberapa Sertifikat Kompetensi Keahlian (SKK) dari BNSP yang dimiliki antara lain *Construction Contract Expert*, *Senior Expert in Construction Management*, *Main Expert in Road Engineering*, dan *Master Bridge Engineering*.

M. Alfri Wibowo, SE.As. Alfri saat ini sedang menyelesaikan pendidikan Sarjana Hukum di Sekolah Tinggi Ilmu Hukum (STIH) Profesor Gayus

Lumbuun Jakarta, dan pendidikan Magister Ilmu Hukum di Universitas Tama Jagakarsa Jakarta, sekaligus mendapat beasiswa dari Lembaga Hukum Asuransi Indonesia. Beberapa Program Beasiswa diraihinya sejak menjadi alumni dari Fakultas Sastra Universitas Indonesia jurusan Sastra Arab, diantaranya di Akademi Asuransi Indonesia (Afiliasi LM-FEUI dan Dewan Asuransi Indonesia) Jakarta sekarang menjadi STIMRA (Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Risiko dan Asuransi).