

# HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN DI ERA DIGITAL

## Tim Penulis:

Afrizal Mukti Wibowo | Muhammad Usman Syahirul Azmani  
Ana Tasia Pase | Khairunnisa | David Novan Setyawan  
Sofwan Rizko Ramadoni | Salma Nur Hanifah | Dara Puspitasari  
Zahwa Maulidina Afwija | Mega Ayu Ningtyas | Yeni Oktafia  
Husni Kurniawati | Susilowardani | Devin Irwan Jinoto  
Miko Aditiya Suharto | Nur Chasanah | Yenny Eta Widyanti  
Sylvia Setjoatmadja | Chairul Bariah | Rustan  
Vegitya Ramadhani Putri | Dinda Bhawika Wimala Pastika  
Kalen Sanata



# **HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN DI ERA DIGITAL**

**Afrizal Mukti Wibowo  
Muhammad Usman Syahirul Azmani  
Ana Tasia Pase  
Khairunnisa  
David Novan Setyawan  
Sofwan Rizko Ramadoni  
Salma Nur Hanifah  
Dara Puspitasari  
Zahwa Maulidina Afwija  
Mega Ayu Ningtyas  
Yeni Oktafia  
Husni Kurniawati  
Susilowardani  
Devin Irwan Jinoto  
Miko Aditya Suharto  
Nur Chasanah  
Yenny Eta Widyanti  
Sylvia Setjoatmadja  
Chairul Bariah  
Rustan  
Vegitya Ramadhani Putri  
Dinda Bhawika Wimala Pastika  
Kalen Sanata**

**Editor: Andi Mohammad Agus Mustam, S.E., M.M., S.H., M.H.**



# HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN DI ERA DIGITAL

## Tim Penulis:

Afrizal Mukti Wibowo	Husni Kurniawati
Muhammad Usman Syahirul Azmani	Susilowardani
Ana Tasia Pase	Devin Irwan Jinoto
Khairunnisa	Miko Aditiya Suharto
David Novan Setyawan	Nur Chasanah
Sofwan Rizko Ramadoni	Yenny Eta Widyanti
Salma Nur Hanifah	Sylvia Setjoatmadja
Dara Puspitasari	Chairul Bariah
Zahwa Maulidina Afwija	Rustan
Mega Ayu Ningtyas	Vegitya Ramadhani Putri
Yeni Oktafia	Dinda Bhawika Wimala Pastika
Husni Kurniawati	Kalen Sanata

<b>Editor</b>	: Andi Mohammad Agus Mustam, S.E., M.M., S.H., M.H.
<b>Tata Letak</b>	: Lilis Khalisatul Karimah, S.H.
<b>Desain Cover</b>	: Asep Nugraha, S.Hum.
<b>Ukuran</b>	: UNESCO 15,5 x 23 cm
<b>Halaman</b>	: xi, 449
<b>ISBN</b>	: 978-634-7522-61-0
<b>Terbit Pada</b>	: Juni 2026
<b>Anggota IKAPI</b>	: No. 073/BANTEN/2023

## Hak Cipta 2026 @ Sada Kurnia Pustaka dan Penulis

*Hak cipta dilindungi undang-undang dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit dan penulis.*

## PENERBIT PT SADA KURNIA PUSTAKA

Jl. Kramat, Panenjoan Kec. Carenang, Kab. Serang – Banten, 42195  
Email : sadapenerbit@gmail.com  
Website : sadapenerbit.com & repository.sadapenerbit.com  
Telpon/WA : +62 838 1281 8431

# KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga buku yang berjudul "**Hukum Perlindungan Konsumen di Era Digital**" ini dapat diselesaikan dengan baik. Buku ini hadir sebagai respons terhadap pesatnya perkembangan teknologi digital yang telah mengubah secara fundamental cara bertransaksi, berinteraksi, dan berperilaku antara pelaku usaha dan konsumen.

Perkembangan ekonomi digital, seperti *e-commerce*, *fintech*, *marketplace*, dan *platform on-demand services*, telah melahirkan pola hubungan hukum baru yang sering kali tidak terakomodasi secara optimal dalam kerangka hukum perlindungan konsumen konvensional. Permasalahan seperti kebocoran data pribadi, klausula baku elektronik yang merugikan, transaksi lintas batas negara tanpa yurisdiksi yang jelas, hingga maraknya *cyber notary* dan *digital signature* yang belum sepenuhnya dipahami konsumen menjadi tantangan serius bagi penegakan hukum di Indonesia.

Buku ini disusun untuk memberikan pemahaman komprehensif mengenai dinamika dan urgensi perlindungan konsumen di ranah digital. Pembahasan dimulai dari landasan filosofis dan yuridis Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), kemudian dikaitkan dengan perkembangan regulasi terkini, seperti Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UUPDP), serta Peraturan Pemerintah dan Peraturan Menteri yang relevan.

Selain itu, buku ini juga mengupas isu-isu krusial seperti tanggung jawab pelaku usaha *platform* digital, perlindungan konsumen dalam *peer-to-peer lending*, *e-payment*, *e-wallet*, serta mekanisme penyelesaian sengketa konsumen secara daring (*online dispute resolution*). Kami berharap buku ini dapat menjadi referensi bagi akademisi, praktisi hukum, pelaku usaha digital, mahasiswa, serta

masyarakat umum yang ingin memahami hak dan kewajibannya sebagai konsumen di era serba digital.

Tak lupa, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan buku ini, terutama para kolega, peneliti, serta tenaga pengajar di bidang hukum bisnis dan teknologi informasi. Akhir kata, semoga buku ini memberikan manfaat nyata dalam upaya menciptakan ekosistem digital yang adil, aman, dan berpihak pada kepentingan konsumen di Indonesia.

Penulis

# DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>BAB 1 PARADIGMA BARU HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN 1</b> (Afrizal Mukti Wibowo)	
Pendahuluan .....	2
Sejarah dan Konsep Dasar .....	2
Paradigma Baru .....	5
Tantangan dan Prospek di Indonesia.....	8
Daftar Pustaka.....	10
Profil Penulis.....	14
<b>BAB 2 SEJARAH DAN GERAKAN KONSUMERISME.....</b>	<b>15</b>
(Muhammad Usman Syahirul Azmani)	
Pendahuluan .....	16
Fase Awal: Perlindungan Konsumen yang Fragmentaris .....	17
Pengaruh Global dan Prinsip Dasar Konsumerisme.....	20
Gerakan Konsumerisme Indonesia Pra-UUPK.....	22
Kodifikasi: Lahirnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.....	25
Perkembangan Kelembagaan dan Implementasi Perlindungan Konsumen.....	27
Konsumerisme di Era Digital .....	30
Daftar Pustaka.....	33
Profil Penulis.....	35
<b>BAB 3 TEORI, ASAS, DAN PRINSIP HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN .....</b>	<b>36</b>
(Ana Tasia Pase)	
Pendahuluan .....	37
Teori, Asas, dan Prinsip Hukum Perlindungan Konsumen.....	39
Kesimpulan.....	47
Daftar Pustaka.....	49
Profil Penulis.....	51

<b>BAB 4 REGULASI DAN DASAR HUKUM PERLINDUNGAN</b>	
<b>KONSUMEN DI INDONESIA.....</b>	<b>52</b>
(Khairunnisa)	
Dasar Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia.....	53
Regulasi Pendukung Perlindungan Konsumen .....	63
Regulasi Sektor Tertentu .....	66
Daftar Pustaka.....	67
Profil Penulis.....	69
<b>BAB 5 FUNGSI DAN PERAN LEMBAGA PERLINDUNGAN</b>	
<b>KONSUMEN .....</b>	<b>70</b>
(David Novan Setyawan)	
Pendahuluan .....	71
Fungsi Dari Lembaga Perlindungan Konsumen.....	76
Peran Dari Lembaga Perlindungan Konsumen .....	84
Daftar Pustaka.....	93
Profil Penulis.....	94
<b>BAB 6 HUKUM, ETIKA, DAN MORAL BISNIS DIGITAL DALAM</b>	
<b>PERSPEKTIF PERLINDUNGAN KONSUMEN .....</b>	<b>95</b>
(Sofwan Rizko Ramadoni)	
Pendahuluan .....	96
Pemisahan dan Persinggungan Hukum, Etika, dan Moral .....	97
Kedudukan Hukum Positif ( <i>Ius Constitutum</i> ) dalam Lanskap	
Perlindungan Konsumen Digital .....	99
Diskursus Etika Praktis dan Reflektif Kees Bertens pada Model	
Bisnis Digital .....	101
Asas Itikad Baik ( <i>Good Faith</i> ) sebagai Titik Temu Moralitas dan	
Hukum Bisnis Digital.....	103
Fungsi Integral Hukum Sebagai Penjaga Marwah Etika dan	
Moral Bisnis Digital.....	108
Daftar Pustaka.....	113
Profil Penulis.....	115
<b>BAB 7 HAK DAN KEWAJIBAN KONSUMEN DIGITAL.....</b>	<b>116</b>
(Salma Nur Hanifah)	
Konsep Konsumen Digital dalam Kegiatan Ekonomi Digital..	117
Hak-Hak Konsumen Digital.....	119
Kewajiban Konsumen Digital.....	122


Daftar Pustaka.....	126
Profil Penulis.....	131
<b>BAB 8 HAK DAN KEWAJIBAN PELAKU USAHA (PLATFORM/ MERCHANT) .....</b>	<b>132</b>
(Dara Puspitasari)	
Kedudukan Hukum Pelaku Usaha dalam Ekosistem Perdagangan Digital .....	133
Hak-Hak Pelaku Usaha (Platform/ <i>Merchant</i> ) dalam Transaksi Konsumen.....	141
Kewajiban dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha terhadap Konsumen.....	145
Daftar Pustaka.....	150
Profil Penulis.....	152
<b>BAB 9 IKLAN DIGITAL DAN PROMOSI MENYESATKAN: REGULASI DAN PENEGAKAN HUKUM.....</b>	<b>153</b>
(Zahwa Maulidina Afwija)	
Konsep Iklan Digital dan Promosi dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen.....	154
Iklan dan Promosi Menyesatkan sebagai Pelanggaran Hak Konsumen.....	156
Regulasi Larangan Iklan dan Promosi Menyesatkan.....	159
Penegakan Hukum terhadap Iklan Digital dan Promosi Menyesatkan .....	162
Daftar Pustaka.....	165
Profil Penulis.....	166
<b>BAB 10 SERTIFIKASI HALAL DAN KEAMANAN PANGAN .....</b>	<b>167</b>
(Mega Ayu Ningtyas)	
Pendahuluan .....	168
Urgensi Sertifikasi Halal sebagai Hak Konstitusi Konsumen..	168
Manfaat Sertifikasi .....	171
Tantangan Pengawasan Pangan di Era Digital .....	173
Keamanan Pangan dalam Perlindungan Konsumen.....	173
Peluang dan Inovasi Digitalisasi Halal.....	174
Penegakan Hukum dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha di Platform.....	176
Daftar Pustaka.....	181

Profil Penulis.....	183
<b>BAB 11 ASPEK HUKUM TANDA TANGAN DIGITAL DAN</b>	
<b>PEMBUKTIAN ELEKTRONIK.....</b>	<b>184</b>
(Yeni Oktafia)	
Pendahuluan .....	185
Konsep dan Definisi Tanda Tangan Digital .....	186
Dasar Hukum Tanda Tangan Digital di Indonesia .....	189
Validitas dan Keabsahan Tanda Tangan Digital dalam Transaksi	
Konsumen.....	191
Konsep Pembuktian Elektronik dalam Hukum Indonesia.....	193
Kekuatan Pembuktian Dokumen dan Informasi Elektronik...	195
Perlindungan Konsumen dalam Sengketa Digital.....	197
Perbandingan Hukum Internasional.....	198
Tantangan dan Perkembangan di Era Digital .....	201
Kesimpulan.....	203
Daftar Pustaka.....	205
Profil Penulis.....	207
<b>BAB 12 ASPEK HUKUM DALAM PROMOSI DAN LABEL</b>	
<b>PRODUK.....</b>	<b>208</b>
(Husni Kurniawati)	
Kerangka Regulasi Promosi dan Pelabelan Produk di	
Indonesia .....	209
Persyaratan Hukum Informasi pada Label Produk.....	212
Tanggung Jawab Hukum dalam Kegiatan Promosi Produk ...	215
Daftar Pustaka.....	219
Profil Penulis.....	221
<b>BAB 13 PERLINDUNGAN KONSUMEN PADA SEKTOR KEUANGAN</b>	
<b>DIGITAL .....</b>	<b>222</b>
(Susilowardani)	
Layanan Jasa Keuangan Digital di Indonesia.....	223
Perlindungan Konsumen Layanan Jasa Keuangan Digital di	
Indonesia .....	226
Daftar Pustaka.....	234
Profil Penulis.....	236

<b>BAB 14 PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI LINTAS NEGARA .....</b>	<b>237</b>
(Devin Irwan Jinoto)	
Konsep dan Dasar Hukum Perlindungan Konsumen .....	239
Permasalahan Hukum dalam Transaksi Lintas Negara .....	244
Penyelesaian Sengketa Konsumen Lintas Negara .....	246
Daftar Pustaka .....	248
Profil Penulis .....	249
<b>BAB 15 PERLINDUNGAN KONSUMEN PADA TRANSAKSI ASET KRIPTO DAN <i>NON-FUNGIBLE TOKEN</i> (NFT) .....</b>	<b>250</b>
(Miko Aditiya Suharto)	
Fenomena Aset Kripto Dan <i>NFT</i> Dalam Ekonomi Digital .....	251
Karakteristik <i>Cryptocurrency</i> Dan <i>NFT</i> Sebagai Aset Digital Unik .....	253
<i>Cryptocurrency</i> dan <i>NFT</i> Sebagai Aset Digital Dalam Sistem Hukum Indonesia.....	255
Perlindungan Konsumen Pada Aspek Investasi <i>Cryptocurrency</i> Dan <i>NFT</i> .....	256
Penutup .....	261
Daftar Pustaka .....	262
Profil Penulis .....	264
<b>BAB 16 TANGGUNG JAWAB PRODUK (<i>PRODUCT LIABILITY</i>) DALAM CACAT BARANG.....</b>	<b>265</b>
(Nur Chasanah)	
Pengertian dan Konsep Tanggung Jawab Produk.....	266
Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha atas Cacat Barang.....	272
Perlindungan Konsumen dalam Kasus Cacat Barang di Era Digital .....	278
Daftar Pustaka .....	283
Profil Penulis .....	285
<b>BAB 17 LOGISTIK DAN PENGIRIMAN: ASPEK HUKUM KETERLAMBATAN DAN KERUSAKAN BARANG .....</b>	<b>286</b>
(Yenny Eta Widyanti)	
Aspek Hukum Keterlambatan dan Kerusakan Barang .....	288
Pertanggungjawaban dan Penyelesaian Sengketa atas Keterlambatan dan Kerusakan Barang .....	295

Daftar Pustaka.....	301
Profil Penulis.....	302
<b>BAB 18 SISTEM PEMBUKTIAN TERBALIK DALAM SENGKETA TRANSAKSI ELEKTRONIK .....</b>	<b>303</b>
(Sylvia Setjoatmadja)	
Konsep Dasar Sistem Pembuktian Terbalik dalam Sengketa Transaksi Elektronik.....	304
Kedudukan dan Mekanisme Pembuktian Terbalik dalam Penyelesaian Sengketa Elektronik .....	311
Tantangan dan Implikasi Penerapan Sistem Pembuktian Terbalik dalam Transaksi Elektronik.....	316
Daftar Pustaka.....	323
Profil Penulis.....	325
<b>BAB 19 PEMBINAAN, PENGAWASAN, DAN PERANAN BPOM ....</b>	<b>326</b>
(Chairul Bariah)	
Pembinaan Badan Pengawas Obat Dan Makanan (BPOM).....	327
Pengawasan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) ...	330
Peranan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) .....	333
Daftar Pustaka.....	336
Profil Penulis.....	338
<b>BAB 20 PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN .....</b>	<b>339</b>
(Rustan)	
Urgensi Hubungan Antarmanusia dan Timbulnya Sengketa..	340
Tinjauan Umum Mengenai Sengketa.....	343
Sengketa antara Konsumen dan Pelaku Usaha .....	346
Mekanisme Penyelesaian Sengketa Konsumen di Indonesia .	350
Tata Cara Permohonan Penyelesaian Sengketa Konsumen....	354
Tata Cara Persidangan dengan Cara Konsiliasi, Mediasi, dan Arbitrase .....	354
Jangka Waktu Penyelesaian Sengketa .....	358
Kewenangan BPSK Menyangkut Ganti Rugi .....	363
Majelis dan Panitia .....	364
Alat Bukti .....	365
Putusan .....	367
Eksekusi Putusan.....	367
Daftar Pustaka.....	369

Profil Penulis.....	370
<b>BAB 21 MEMBANGUN EKOSISTEM DIGITAL YANG AMAN: LITERASI HUKUM BAGI KONSUMEN CERDAS.....</b>	<b>372</b>
(Vegitya Ramadhani Putri)	
Evolusi Paradigma Literasi Hukum: Dari Pengetahuan Prosedural ke Pemberdayaan Digital .....	373
Kedaulatan Data Konsumen: Perlindungan Hak Privasi sebagai Hak Konstitusional di Ruang Siber.....	375
Anatomi Manipulasi Digital: Menggugat Dark Patterns dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen.....	379
Mekanisme Penyelesaian Sengketa Lintas Batas: Tantangan <i>Online Dispute Resolution</i> (ODR).....	383
Regulasi Adaptif dan Etika Kecerdasan Buatan (AI): Menuju Perlindungan Konsumen Masa Depan.....	387
Perlindungan Rahasia Dagang vs Hak Transparansi: Mencari Keadilan Digital, Bukan Salah Satu Menang Total .....	389
Daftar Pustaka.....	392
Profil Penulis.....	410
<b>BAB 22 REFORMASI REGULASI PERLINDUNGAN KONSUMEN..</b>	<b>411</b>
(Dinda Bhawika Wimala Pastika)	
Disparitas antara Regulasi Konvensional dan Praktik Perlindungan Konsumen Modern.....	413
Urgensi Reformasi Regulasi Perlindungan Konsumen sebagai Respons atas Transformasi Ekonomi Digital .....	418
Daftar Pustaka.....	426
Profil Penulis.....	429
<b>BAB 23 DISHARMONI REGULASI INFORMASI HALAL DALAM PERDAGANGAN ELEKTRONIK.....</b>	<b>430</b>
(Kalen Sanata)	
Pendahuluan .....	431
Konstruksi Hukum Jaminan Produk Halal.....	434
Penutup .....	444
Daftar Pustaka.....	446
Profil Penulis.....	449



# **BAB 1**

# **PARADIGMA BARU**

# **HUKUM PERLINDUNGAN**

# **KONSUMEN**

---

**Afrizal Mukti Wibowo, S.H., M.H.**  
Universitas Brawijaya



## Pendahuluan

Hukum perlindungan konsumen merupakan salah satu cabang hukum yang mengalami perkembangan paling dinamis dalam sistem hukum modern. Seiring dengan akselerasi transformasi digital, globalisasi ekonomi, dan perubahan pola perilaku masyarakat sebagai konsumen, terjadi pergeseran paradigma yang fundamental dalam cara pandang terhadap hukum perlindungan konsumen. Tidak lagi sekadar dipahami sebagai instrumen hukum yang bersifat reaktif dan remediatif, hukum perlindungan konsumen kini bertransformasi menjadi kerangka normatif yang proaktif, preventif, dan berorientasi pada pemberdayaan konsumen.

Di Indonesia, hukum perlindungan konsumen secara formal diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) (Hamid 2017). Lebih dari dua dekade sejak undang-undang tersebut diundangkan, lanskap konsumsi dan perdagangan di Indonesia telah berubah secara dramatis. Platform digital seperti *e-commerce*, *fintech*, dan layanan berbasis aplikasi telah menciptakan ekosistem konsumsi baru yang tidak sepenuhnya terakomodasi dalam konstruksi normatif UUPK 1999 (Ismantara dan Prianto 2022). Kondisi ini memunculkan urgensi pemikiran mengenai paradigma baru hukum perlindungan konsumen yang responsif terhadap realitas kontemporer.

Paradigma baru tersebut tidak hanya berkaitan dengan pembaruan substansi normatif, tetapi juga menyangkut reorientasi filosofis dan epistemologis mengenai posisi konsumen dalam sistem hukum dan ekonomi. Konsumen tidak lagi dipandang semata-mata sebagai pihak yang lemah dan perlu dilindungi secara paternalistik, melainkan sebagai subjek hukum yang berdaya, berpengetahuan, dan mampu berpartisipasi aktif dalam mekanisme pasar yang adil dan transparan (Wibowo 2022a).

## Sejarah dan Konsep Dasar

Secara etimologis, istilah "konsumen" berasal dari bahasa Inggris *consumer* dan bahasa Belanda *consument*, yang secara harfiah berarti setiap orang yang menggunakan barang atau jasa (Miru 2000). Dalam

konteks yuridis, A.Z. Nasution mendefinisikan konsumen sebagai setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa yang digunakan untuk tujuan tertentu (Nasution 2002:116). Definisi ini membedakan antara konsumen akhir (*end consumer*) dan konsumen antara (*intermediate consumer*), di mana UUPK 1999 hanya memberikan perlindungan kepada konsumen akhir.

Pasal 1 angka 2 UUPK menegaskan bahwa:

*“Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”*

Hukum perlindungan konsumen sebagai suatu bidang hukum dapat dipahami dari dua perspektif. Pertama, dari perspektif sempit, hukum perlindungan konsumen merupakan keseluruhan peraturan perundang-undangan yang mengatur hak-hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha. Kedua, dari perspektif luas, hukum perlindungan konsumen mencakup seluruh instrumen hukum baik hukum privat maupun publik yang berpengaruh terhadap kedudukan dan kepentingan konsumen dalam hubungan ekonomi dengan pelaku usaha (Yusri 2019).

Hukum perlindungan konsumen merupakan keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang atau jasa konsumen dalam kehidupan bermasyarakat. Definisi ini mengedepankan pendekatan relasional yang memposisikan hukum perlindungan konsumen tidak sekadar sebagai hukum yang melindungi satu pihak, tetapi sebagai pengatur hubungan yang berimbang di antara para pihak dalam transaksi konsumen.

AZ. Nasution membedakan antara hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen, sebagai berikut (Nasution 1999:34): Hukum konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang dan/atau jasa) antara penyedia dan penggunaannya dalam kehidupan masyarakat.

Hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam

## Daftar Pustaka

- Akbareldi, Alfian, Hanif Nur Widhiyanti, dan Afrizal Mukti Wibowo. 2024. "Urgensi Pembentukan Hukum Penggunaan Algoritma Rekomendasi Dalam Menciptakan Persaingan Usaha Sehat Di Ranah PMSE." *RechtJiva* 187–209.
- Ali Garba, Mahamadou. 2025. "China's Model of Consumer Rights Protection in E-Commerce: A Cross-Border E-Commerce Case Study."
- Apriani, Desi. 2020. "Hak-Hak Konsumen Dalam Bingkai Hak Asasi Manusia."
- Brenncke, M. 2024. "A Theory of Exploitation for Consumer Law: Online Choice Architectures, Dark Patterns, and Autonomy Violations." *Journal of Consumer Policy* 47(1):127–64. doi:10.1007/s10603-023-09554-7.
- Cheong, Inkyo. 2025. "Consumer Protection in Cross-Border E-Commerce." Pp. 215–39 in *Facilitating Digital Trade in ASEAN and East Asia*, edited by L. Chen, F. Kimura, and M. Nakatomi. Singapore: Springer Nature Singapore.
- Dajaan, Susilowati S., Agus Suwandono, and Devi Yuanitasari. 2021. *Ruang Lingkup Hukum Perlindungan Konsumen*. Tangerang: Universitas terbuka.
- Fejős, Andrea. 2019. "Social Justice in EU Financial Consumer Law." *Tilburg Law Review* 24(1). doi:10.5334/tilr.138.
- Hamid, Abd Haris. 2017. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Vol. 1. Makassar: Sah Media.
- Heriani, Fitri Novia. 2024. "Urgensi Revisi UU Perlindungan Konsumen Guna Menjawab Problematika Perlindungan Konsumen." <https://www.hukumonline.com/berita/a/urgensi-revisi-uu-perlindungan-konsumen-guna-menjawab-problematika-perlindungan-konsumen-lt6746b4af23e15/>.
- Ismantara, Stefany, and Yuwono Prianto. 2022. "Relevansi Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia Di Era Ekonomi Digital." *Prosiding Serina* 2(1):321–30.

- Li, Qian. 2026. "China's Top-Heavy Model of Digital Platform Governance: An Assessment of User Governance Responsibilities of Digital Platforms in Chinese Law." *Humanities and Social Sciences Communications*. doi:10.1057/s41599-026-07333-6.
- Miru, Ahmadi. 2000. "Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia." PhD Thesis, UNIVERSITAS AIRLANGGA.
- Musataklima, Musataklima, M. Syamsudin, and Adi Sulistiyono. 2023. "Konstitusionalisasi Pelindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Hak Asasi Manusia Dan Hukum Profetik Islam." *Jurnal HAM* 14(2):137-54.
- Namysłowska, M. 2025a. "The Silent Death of EU Consumer Law and Its Resilient Revival: Reinventing Consumer Protection Against Unfair Digital Commercial Practices." *Journal of Consumer Policy* 48(3):317-36. doi:10.1007/s10603-025-09590-5.
- Namysłowska, M. 2025b. "The Silent Death of EU Consumer Law and Its Resilient Revival: Reinventing Consumer Protection Against Unfair Digital Commercial Practices." *Journal of Consumer Policy* 48(3):317-36. doi:10.1007/s10603-025-09590-5.
- Nasution, Az. 1999. "Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar."
- Nasution, Az. 2002. "Perlindungan Konsumen: Tinjauan Singkat UU No. 8/1999-LN 1999 No. 42." *Jurnal Hukum Dan Pembangunan* (2):116.
- Njatrijani, Rinitami. 2025. "Posisi Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Dalam Upaya Perlindungan Terhadap Konsumen." *Diponegoro Private Law Review* 1(1).
- Pashya, M. Habib, Yeta Purnama, and Muhammad Zulfikar Rakhmat. 2024. "China and India in Indonesia: Trilateral or 2 Versus 1?" Pp. 237-61 in *India and China in Southeast Asia*, edited by A. Ranjan, D. Chattoraj, and A. A. Ullah. Singapore: Springer Nature Singapore.
- Putra, Chandra Adi Gunawan, I. Nyoman Putu Budiarta, and Ni Made Puspasutari Ujianti. 2023. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perspektif Kesadaran Hukum Masyarakat."

- Jurnal Konstruksi Hukum* 4(1): 13–19.
- Shidarta, Shidarta. 2006. “Pemetaan Kelembagaan Perlindungan Konsumen.” *Jurnal Hukum Pro Justitia* 24(1).
- Shidarta. 2004. *Hukum perlindungan konsumen Indonesia*. Grasindo.
- Sidauruk, Alvaro Deleon, Bonaraja Purba, Jesaya Kemalamenta Karo-Karo, Syaila Azzahraini Siregar, and Tuti Yani. 2024. “Analisis Hukum Atas Perjanjian Bisnis Dalam Era Digital.” *Innovative: Journal of Social Science Research* 4(3):16608–16.
- Simanungkalit, Alex. 2024. “Teknologi Blockchain: Solusi Untuk Keamanan Data Dalam Transaksi Digital.” *Circle Archive* 1(6).
- Sukarmi. 2008. *Cyber Law: Kontrak Elektronik Dalam Bayang-Bayang Pelaku Usaha (Cyberlaw Indonesia)*. Pustaka Sutra.
- Sylviana, Glory, Diah Pawestri Maharani, and Afrizal Mukti Wibowo. 2025. “Keabsahan Praktik Dark Patterns Terhadap Pemerolehan Persetujuan Pemrosesan Data Pribadi Di Indonesia.” *RechtJiva*.
- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (beserta perubahannya).
- Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- United Nations guidelines for consumer protection | UN Trade and Development (UNCTAD). n.d. Retrieved May 11, 2026. <https://unctad.org/topic/competition-and-consumer-protection/un-guidelines-for-consumer-protection>.
- Wibowo, Afrizal Mukti. 2022 a. “Legal Protection for Consumers in Conducting Electronic Transactions.” Pp. 7–12 in *1st Virtual Workshop on Writing Scientific Article for International Publication Indexed in SCOPUS*, edited by A. L. Sari, Irwandi, and R. Rahim. Sciendo.
- Wibowo, Afrizal Mukti. 2022b. “Legal Protection of Consumer

Freedom of Opinion in Indonesia:" Jember, Indonesia.

Wibowo, Afrizal Mukti. 2025. "CONSUMER VULNERABILITY AND CHALLENGES IN THE DEVELOPMENT OF CONSUMER PROTECTION LAW IN INDONESIA." *Syah Kuala Law Journal* 9(1).

Yusri, Muhammad. 2019. "Kajian Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam." *Jurnal Justisia Ekonomika: Magister Hukum Ekonomi Syariah* 3(1).

## PROFIL PENULIS




### **Afrizal Mukti Wibowo, S.H., M.H.**

Penulis merupakan alumni Program Studi Sarjana Ilmu Hukum (Lulus Tahun 2016) dan Magister Ilmu Hukum (Lulus Tahun 2019) Fakultas Hukum Universitas Brawijaya, Malang. Penulis merupakan dosen yang tergabung di Kompartemen Hukum Ekonomi dan Bisnis Fakultas Hukum Universitas Brawijaya. Penulis merupakan pengurus Divisi Konsultasi di Badan Konsultasi dan Bantuan Hukum Fakultas Hukum Universitas Brawijaya (BKBH FH UB). Selain itu, penulis juga tergabung dalam beberapa pusat studi yang berada di Fakultas Hukum Universitas Brawijaya, antara lain Pusat Pendidikan Keahlian Perancangan Peraturan Perundang-Undangan Fakultas Hukum Universitas Brawijaya (P2KP3 FH UB), dan Pusat Pengembangan Studi Sosio-Legal Fakultas Hukum Universitas Brawijaya (PPSL FH UB).

Penulis memiliki beberapa publikasi buku dan jurnal mengenai hukum perlindungan konsumen, hukum perbankan dan lembaga pembiayaan dan beberapa topik yang lain. Selain melakukan publikasi, penulis juga sering melakukan pengabdian kepada masyarakat. Sebelum berkarir sebagai dosen di Fakultas Hukum Universitas Brawijaya, penulis merupakan advokat yang tergabung dalam Perhimpunan Advokat Indonesia (PERADI).

Email Penulis: [afrizalwibowo@ub.ac.id](mailto:afrizalwibowo@ub.ac.id)



# **BAB 2**

# **SEJARAH DAN**

# **GERAKAN**

# **KONSUMERISME**

---

**Muhammad Usman Syahirul Azmani, S.H., M.H.**  
Universitas Islam Malang



## Pendahuluan

Perlindungan konsumen menempati posisi sentral dalam konstelasi perkembangan hukum ekonomi kontemporer. Eksistensi cabang hukum ini berakar pada kesadaran teoretis bahwa mekanisme pasar tidak serta-merta beroperasi secara adil, khususnya dalam situasi di mana konsumen menghadapi pelaku usaha yang menguasai keunggulan struktural berupa kekuatan finansial, akses informasi, kapasitas teknologi, serta keahlian kontraktual yang secara signifikan melebihi posisi tawar konsumen. Oleh karena itu, dalam konteks ketimpangan asimetris tersebut, hukum tidak dapat diposisikan sebagai entitas yang netral secara formalistik belaka, melainkan harus bertransformasi menjadi instrumen korektif yang berfungsi merestorasi keseimbangan relasi hukum antara para pihak dalam hubungan konsumsi.

Perlindungan konsumen dalam sistem hukum Indonesia dibangun di atas fondasi konstitusional yang solid. Pembukaan UUD NRI Tahun 1945 secara tegas merumuskan bahwa negara Indonesia dibentuk dengan tujuan melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia. Konstruksi normatif ini kemudian diperkuat melalui jaminan hak asasi manusia dalam Pasal 28H ayat (1) UUD NRI Tahun 1945 yang mengafirmasi hak setiap individu atas kesejahteraan fisik dan mental, hak atas hunian, hak atas lingkungan hidup yang berkualitas dan sehat, serta hak atas akses pelayanan kesehatan. Berdasarkan kerangka konstitusional tersebut, perlindungan konsumen dapat dipahami sebagai manifestasi operasional dari tanggung jawab negara dalam mengawal kualitas hidup warga negara dalam relasi transaksi ekonomi sehari-hari.

Konsumen pada dasarnya adalah setiap orang yang memakai barang dan/atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, baik kebutuhan pribadi, keluarga, maupun rumah tangga, dan tidak untuk diperdagangkan kembali. Dengan pengertian yang demikian, maka hampir seluruh warga negara pada satu titik adalah konsumen. Karena itu, perlindungan konsumen sesungguhnya adalah perlindungan terhadap masyarakat secara luas. Perspektif ini penting untuk dipahami mahasiswa, karena hukum perlindungan konsumen

bukan hanya mengatur persoalan transaksi jual beli, melainkan juga menyangkut kesehatan publik, keselamatan, akses terhadap informasi, keadilan ekonomi, dan martabat manusia dalam pasar (Shidarta, 2006).

Bab ini membahas sejarah dan gerakan konsumerisme sebagai fondasi lahirnya hukum perlindungan konsumen. Uraian dimulai dari fase awal ketika perlindungan konsumen masih tersebar secara fragmentaris dalam hukum perdata, hukum dagang, dan hukum pidana. Selanjutnya dibahas pengaruh perkembangan global, terutama setelah lahirnya empat hak dasar konsumen dan pedoman internasional PBB. Setelah itu, pembahasan diarahkan pada tumbuhnya gerakan konsumerisme di Indonesia, terutama melalui peran YLKI, hingga mencapai momentum kodifikasi melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pada bagian akhir, dianalisis perkembangan kelembagaan dan tantangan baru di era digital agar pembaca memahami bahwa sejarah konsumerisme bukan sekadar kajian masa lalu, melainkan terus bergerak mengikuti perubahan teknologi dan model bisnis.

Pendekatan historis merupakan prasyarat esensial agar mahasiswa mampu memahami Undang-Undang Perlindungan Konsumen bukan sebagai instrumen hukum yang terbentuk secara instan. Setiap konstruksi norma hukum senantiasa berakar pada konteks sosial, politik, ekonomi, dan intelektual tertentu yang membentuk substansinya. Trajektori konsumerisme membuktikan bahwa kemunculan sistem perlindungan konsumen merupakan resultante dari proses dialektis yang panjang antara asimetri pasar, dinamika gerakan masyarakat sipil, perkembangan doktrin hukum, serta respons intervensi negara. Oleh karena itu, studi mengenai sejarah perlindungan konsumen secara substantif juga merupakan penelusuran terhadap pergeseran paradigma hukum dalam mengkonstruksi relasi antara pasar dengan warga negara yang terlibat di dalamnya.

### **Fase Awal: Perlindungan Konsumen yang Fragmentaris**

Sebelum lahirnya peraturan khusus mengenai perlindungan konsumen, sistem hukum Indonesia sebenarnya telah mengenal

## Daftar Pustaka

- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011, hlm. 1-3.
- Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar*, Jakarta: Diadit Media, 2007, hlm. 33-35.
- Badan Pembinaan Hukum Nasional, *Naskah Akademik Rancangan Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Kemenkumham, 2020, hlm. 3-6.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2009, hlm. 1-4.
- Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, Jakarta: Rajawali Press, 2004, hlm. 316-320.
- Fajar Nugraha, "Perlindungan Hukum Data Pribadi Konsumen dalam Transaksi Elektronik," *Jurnal Pengabdian Kreativitas Masyarakat*, Vol. 2, No. 1, 2025, hlm. 77-81; lihat juga Rizky Amalia dan Reni Dwi Purnomowati, *loc.cit.*
- Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003, hlm. 16-18.
- Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014, hlm. 1-3.
- Jimly Asshiddiqie, *Konstitusi Ekonomi*, Jakarta: Kompas, 2010, hlm. 234-235.
- John F. Kennedy, *Special Message to the Congress on Protecting the Consumer Interest*, 15 Maret 1962; lihat juga Shidarta, *Op.cit.*, hlm. 16.
- N.H.T. Siahaan, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Jakarta: Panta Rei, 2005, hlm. 20-24.
- Reza Maulana, "Perlindungan Konsumen dalam Era Digital: Analisis Hukum atas Transaksi E-Commerce di Indonesia," *Mandalika Law Journal*, Vol. 4, No. 2, 2025, hlm. 212-218.
- Rizky Amalia dan Reni Dwi Purnomowati, "Tantangan dan Peran Hukum Perlindungan Konsumen pada Era Digital," *Soedirman Law*

*Review*, Vol. 7, No. 1, 2025, hlm. 88-92.

Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: Grasindo, 2006, hlm. 1-5.

Siti Nuzulul Chabibah dan Indri Dwi Apriliani, "Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Era Digital," *Jurnal Penegakan Hukum dan Keadilan*, Vol. 5, No. 2, 2024, hlm. 145-149.

United Nations Conference on Trade and Development, *United Nations Guidelines for Consumer Protection*, New York and Geneva: UN, 2016, hlm. 1-4.

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, "Sejarah," <https://ylki.or.id/profil/sejarah/>, diakses 3 Mei 2026.


## PROFIL PENULIS



### **Muhammad Usman Syahirul Azmani, S.H., M.H.**

Ketertarikan Muhammad Usman Syahirul Azmani, S.H., M.H. terhadap Hukum Perlindungan Konsumen tumbuh dari keprihatinan atas maraknya praktik perdagangan yang tidak seimbang antara pelaku usaha dan konsumen di Indonesia, khususnya dalam transaksi elektronik dan peredaran produk yang tidak memenuhi standar keamanan. Pengalaman mengajar Hukum Perdata dan Hukum Hak Kekayaan Intelektual di Fakultas Hukum Universitas Islam Malang semakin menguatkan minat tersebut dan mendorongnya untuk menekuni riset yang berkaitan dengan aspek keperdataan dalam hubungan hukum konsumen. Pendidikan tinggi hukum ditempuh di Universitas Brawijaya untuk jenjang Sarjana Hukum dan dilanjutkan pada Program Magister Hukum di Universitas Islam Malang. Saat ini, penulis mengabdikan sebagai dosen pada Fakultas Hukum Universitas Islam Malang dengan bidang kepakaran utama Hukum Perdata dan Hukum Hak Kekayaan Intelektual. Penulis juga aktif berpraktik sebagai advokat untuk mengimplementasikan prinsip-prinsip perlindungan konsumen dalam penanganan sengketa. Orientasi akademiknya adalah mengembangkan kajian Hukum Perlindungan Konsumen yang relevan dengan dinamika praktik perdagangan modern, sehingga dapat memperkuat literasi hukum konsumen dan mendorong terciptanya relasi transaksi yang berkeadilan.

*E-mail* Penulis: [usman\\_syahirul@unisma.ac.id](mailto:usman_syahirul@unisma.ac.id)



**BAB 3**

**TEORI, ASAS, DAN**

**PRINSIP HUKUM**

**PERLINDUNGAN**

**KONSUMEN**

---

**Ana Tasia Pase, S.H., M.H.**  
Universitas Dehasen Bengkulu



## Pendahuluan

Perkembangan kegiatan ekonomi modern telah menempatkan konsumen sebagai salah satu subjek hukum yang memiliki posisi penting dalam lalu lintas perdagangan barang dan jasa. Hubungan antara pelaku usaha dan konsumen pada dasarnya merupakan hubungan hukum yang melahirkan hak dan kewajiban bagi masing-masing pihak. Dalam praktiknya, hubungan tersebut tidak selalu berjalan seimbang karena pelaku usaha umumnya memiliki keunggulan dari sisi informasi, modal, teknologi, serta kemampuan menentukan syarat transaksi. Ketimpangan posisi ini menimbulkan kebutuhan akan suatu sistem hukum yang mampu memberikan perlindungan terhadap kepentingan konsumen agar tidak dirugikan dalam kegiatan konsumsi sehari-hari (Shidarta, 2000).

Transformasi pasar dari pola perdagangan konvensional menuju sistem digital semakin memperluas bentuk transaksi dan ragam risiko yang dihadapi konsumen. Konsumen tidak lagi berhadapan secara langsung dengan penjual, melainkan melalui platform elektronik, aplikasi, maupun media sosial yang sering kali memuat informasi produk secara sepihak. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan permasalahan berupa iklan menyesatkan, barang tidak sesuai spesifikasi, penyalahgunaan data pribadi, klausula baku yang merugikan, hingga sulitnya mekanisme pengaduan. Oleh sebab itu, hukum perlindungan konsumen tidak cukup dipahami sebagai aturan sektoral semata, melainkan sebagai instrumen keadilan sosial dalam menjamin keamanan dan kenyamanan masyarakat (Kristiyanti, 2016).

Keberadaan hukum perlindungan konsumen di Indonesia memperoleh landasan yang kuat melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang tersebut lahir sebagai respons atas kebutuhan masyarakat terhadap kepastian hukum dalam transaksi barang dan jasa. Pengaturan ini menegaskan bahwa perlindungan konsumen bertujuan meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri, sekaligus mendorong tanggung jawab pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan ekonomi secara sehat. Dengan demikian,

perlindungan konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan dunia usaha, tetapi menciptakan hubungan usaha yang adil dan berkelanjutan (*Undang-Undang No. 8 Tahun 1999*, 1999).

Pembahasan mengenai teori perlindungan konsumen menjadi penting karena teori berfungsi sebagai dasar konseptual dalam memahami mengapa negara perlu campur tangan dalam relasi antara pelaku usaha dan konsumen. Teori keadilan, teori perlindungan hukum, teori keseimbangan para pihak, dan teori tanggung jawab merupakan beberapa pendekatan yang menjelaskan bahwa hukum harus hadir untuk mengoreksi ketimpangan struktural dalam pasar. Tanpa dasar teoritis yang memadai, kebijakan perlindungan konsumen berisiko dipandang sekadar pembatasan terhadap kebebasan berusaha. Padahal, perlindungan terhadap konsumen justru merupakan syarat terciptanya pasar yang sehat dan terpercaya (Sinamo & Darmawansyah, 2024).

Asas perlindungan konsumen juga memiliki posisi strategis karena menjadi pedoman dalam pembentukan norma maupun penyelesaian sengketa. Asas manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum merupakan nilai dasar yang telah diakomodasi dalam hukum positif Indonesia. Asas-asas tersebut memberikan arah bahwa kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah harus ditempatkan secara proporsional. Melalui asas tersebut, penegakan hukum tidak hanya berorientasi pada penghukuman, tetapi juga pada pemulihan hak dan pencegahan kerugian di masa mendatang (Miru & Yodo, 2004).

Prinsip hukum perlindungan konsumen berkembang sebagai pedoman operasional dalam praktik hubungan dagang. Prinsip itikad baik, prinsip keterbukaan informasi, prinsip tanggung jawab pelaku usaha, prinsip keamanan produk, dan prinsip ganti rugi menjadi ukuran perilaku yang wajib dijalankan dalam transaksi. Prinsip-prinsip ini menunjukkan bahwa kegiatan usaha tidak semata-mata mengejar keuntungan, melainkan harus disertai tanggung jawab sosial dan hukum. Dalam konteks perdagangan digital, prinsip-prinsip tersebut semakin relevan karena konsumen sangat bergantung pada informasi yang diberikan pelaku usaha (Widjaja & Yani, 2008).

## Daftar Pustaka

- Atmoko, D., & Saputri, A. S. (2022). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Literasi Nusantara.
- Atsar, A., & Apriani, R. (2019). *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*. Deepublish.
- Dewi, E. W. (2015). *Hukum Perlindungan Konsumen* (Cet. 1). Graha Ilmu.
- Endipradja, F. T. (2016). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Setara Press.
- Handayani, F. N., & Harahap, A. R. (2021). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bintang Semesta Media.
- Harmono, & Sudiantini, D. (2025). *Hukum Perlindungan Konsumen: Hak Dan Kewajiban Dalam Transaksi* (Cet. 1). PT. Dewangga Energi Internasional.
- Holijah. (2015). Keadilan Bagi Konsumen: Membedah Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999. *Nurani: Jurnal Kajian Syari'ah Dan Masyarakat*, 15(1), 1–25. <https://doi.org/10.19109/nurani.v15i1.272>
- Indradewi, A. A. S. N. (2020). *Hukum Perlindungan Konsumen: Hubungan Konsumen Produsen, Asas, Tujuan Dan Aspek Hukum Perdata, Administrasi, Pidana* (Cet. 1). Udayana University Press.
- Karinda, R. A., Wahongan, A. S., & Umboh, K. Y. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Bisnis Pembiayaan Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. *Lex Privatum*, 8(4), 47–57. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/lexprivatum/article/view/30967>
- Kristiyanti, C. T. S. (2016). *Hukum Perlindungan Konsumen* (Cet. 5). Sinar Grafika.
- Kriswandaru, A. S. (2024). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Yayasan Prima Agus Teknik.
- Miru, A., & Yodo, S. (2004). *Hukum Perlindungan Konsumen*. RajaGrafindo Persada.
- Mirza, F. R. A. (2025). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Angkasa Media.

- Muthiah, A. (2018). *Hukum Perlindungan Konsumen: Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah* (Cet. 1). Pustaka Baru Press.
- Nasution. (2014). *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar* (Cet. 1). Diadit Media.
- Panjaitan, H. (2021). *Hukum Perlindungan Konsumen: Reposisi dan Penguatan Kelembagaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam Memberikan Perlindungan dan Menjamin Keseimbangan dengan Pelaku Usaha*. Jala Permata Aksara.
- Sadar, M., Makarao, T., & Mawadi, H. (2012). *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia* (Cet. 1). Akademia.
- Sakti, M. (2024). *Hukum Perlindungan Konsumen*. LPPM Press UPN Veteran Jakarta.
- Shidarta. (2000). *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. PT. Grasindo.
- Sidabalok, J. (2014). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Citra Aditya Bakti.
- Sinamo, N., & Darmawansyah, A. (2024). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Permata Aksara.
- Siregar, S. P. (2024). Kepastian Hukum Perlindungan Konsumen Sesuai Dengan Ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Journal of Law, Administration, and Social Science*, 4(2), 228–233. <https://doi.org/10.54957/jolas.v4i2.619>
- Syafrida, & Sinulingga, S. M. (2022). *Hukum Perlindungan Konsumen dan Persaingan Usaha*. Suluh Media.
- Undang-Undang No. 8 Tahun 1999*. (1999).
- Widjaja, G., & Yani, A. (2008). *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen* (Cet. 4). Gramedia.
- Wulandari, A. S. R., & Tadjuddin, N. (2018). *Hukum Perlindungan Konsumen* (Edisi 1). Mitra Wacana Media.
- Zulham. (2013). *Hukum Perlindungan Konsumen* (Edisi 4). Kencana Prenada Media Group.
- Zulham. (2023). *Hukum Perlindungan Konsumen: Edisi Revisi* (Cet. 3).

## PROFIL PENULIS




### **Ana Tasia Pase, S.H., M.H.**

Penulis lahir di Bengkulu, 17 Januari 1990, Pendidikan SD Negeri 68 Bengkulu (1995-2001), SMP Negeri 17 Bengkulu (2001-2004), SMA Plus Negeri 7 Bengkulu (2004-2007), dan menempuh pendidikan sarjana (S-1) di Fakultas Hukum Universitas Bengkulu (2007-2011), dan juga melanjutkan program di Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Bengkulu (2014-2016). Penulis juga aktif di organisasi semasa sekolah dan kuliah, yaitu sebagai ketua OSIS di SMPN 17 Bengkulu (2002-2003), sekretaris OSIS SMAN 7 Bengkulu (2005-2006), ketua OSIS SMA Plus Negeri 7 Bengkulu (2006-2007), serta bendahara BEM Fakultas Hukum (2008-2009).

Penulis, sebagai praktisi hukum, aktif sebagai konsultan hukum PT Sarana Samudra Floresma; pimpinan Kantor Hukum Ana Tasia Pase dan Rekan (2017-sekarang); dan dosen di Fakultas Hukum Dahasen (2017-sekarang), serta aktif menulis karya ilmiah/jurnal nasional, sebagai dosen luar biasa di Universitas Fatmawati Sukarno Bengkulu, sebagai tim ahli DPRD Kota Bengkulu, penasihat hukum pemerintah provinsi Bengkulu, serta konsultan hukum gubernur Bengkulu H. Helmi Hasan, SE, serta di beberapa perusahaan sebagai konsultan hukum. Buku yang terbaru berjudul Etika Profesi Hukum (2025), Pengantar Hukum Dagang (2025), Pengantar Kriminologi sebagai editor (2025), Hukum Perjanjian (2026), Hukum Agraria Indonesia (2026),

E-mail Penulis: [paseanatasia.safii@yahoo.com](mailto:paseanatasia.safii@yahoo.com)



**BAB 4**  
**REGULASI DAN DASAR**  
**HUKUM PERLINDUNGAN**  
**KONSUMEN DI**  
**INDONESIA**

---

**Khairunnisa, S.H., M.H., C. PLA.**  
Universitas Borneo Lestari



## Dasar Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia

Perlindungan konsumen di Indonesia memiliki dasar hukum yang kuat melalui UUPK serta berbagai regulasi pendukung lainnya. Pengaturan tersebut bertujuan menciptakan keseimbangan antara kepentingan konsumen dan pelaku usaha, menjamin kepastian hukum, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan adanya perlindungan hukum yang baik, konsumen memperoleh hak atas keamanan, kenyamanan, dan keadilan dalam penggunaan barang dan/atau jasa. Dasar hukum perlindungan konsumen di Indonesia bersumber dari konstitusi, undang-undang, peraturan pemerintah, hingga aturan teknis lainnya.

### 1. Dasar Hukum Utama

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini menjadi landasan utama perlindungan konsumen di Indonesia. UUPK mengatur:

- a. Hak dan kewajiban konsumen
- b. Hak dan kewajiban pelaku usaha
- c. Larangan bagi pelaku usaha
- d. Tanggung jawab pelaku usaha
- e. Penyelesaian sengketa konsumen
- f. Pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)

Menurut Pasal 3 UUPK, perlindungan konsumen bertujuan:

- a. Meningkatkan kesadaran konsumen;
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen;
- c. Menciptakan sistem perlindungan konsumen;
- d. Menumbuhkan sikap jujur dan tanggung jawab pelaku usaha;
- e. Meningkatkan kualitas barang dan jasa.

UUPK mengatur:

- a. Hak dan kewajiban konsumen;
- b. Hak dan kewajiban pelaku usaha;
- c. Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha;
- d. Tanggung jawab pelaku usaha;
- e. Penyelesaian sengketa konsumen;
- f. Pembinaan dan pengawasan perlindungan konsumen.

## 2. Dasar Hukum Konstitusional

Dasar hukum konstitusional perlindungan konsumen di Indonesia bersumber dari Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 sebagai hukum tertinggi negara. Konstitusi memberikan landasan bahwa negara wajib melindungi hak-hak warga negara, termasuk hak konsumen dalam memperoleh keamanan, kenyamanan, keadilan, dan kesejahteraan dalam kegiatan ekonomi.

Beberapa pasal dalam UUD 1945 menjadi dasar perlindungan konsumen, antara lain:

a. Pasal 27 Ayat (2) UUD 1945

Pasal ini menyatakan bahwa:

*“Tiap-tiap warga negara berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan.”*

Makna pasal ini berkaitan dengan perlindungan konsumen karena negara harus menjamin masyarakat memperoleh barang dan jasa yang layak, aman, dan tidak merugikan kehidupan masyarakat. Konsumen sebagai warga negara berhak mendapatkan kualitas hidup yang baik melalui sistem perdagangan yang sehat.

b. Pasal 28D Ayat (1) UUD 1945

Pasal ini menyebutkan bahwa:

*“Setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil...”*

Ketentuan ini menjadi dasar penting bagi perlindungan konsumen karena konsumen berhak memperoleh perlindungan hukum apabila mengalami kerugian akibat barang atau jasa yang diproduksi atau diperdagangkan oleh pelaku usaha. Negara wajib menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa dan penegakan hukum yang adil.

c. Pasal 28H Ayat (1) UUD 1945

Pasal ini menyatakan bahwa:

*“Setiap orang berhak hidup sejahtera lahir dan batin, bertempat tinggal, dan mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat serta berhak memperoleh pelayanan kesehatan.”*

## Daftar Pustaka

- Aspek Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Grasindo, 2021.
- Etika Bisnis dan Perlindungan Konsumen. Jakarta: Gramedia, 2020.
- Hukum Bisnis dan Perlindungan Konsumen. Bandung: Nusa Media, 2021.
- Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2020.
- Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Kencana, 2020.
- Hukum Perlindungan Konsumen. Yogyakarta: Laksbang Pressindo, 2021.
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- Kitab Undang-Undang Hukum Pidana.
- Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.
- Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.
- Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
- Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2022.ka, 2019.
- Perlindungan Konsumen dan Instrumen Hukumnya. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2022.
- Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Rajawali Pers, 2022.
- Tjandra, Riawan. Hukum Administrasi Negara. Jakarta: Sinar Grafi Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Sinar Grafika, 2021.
- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik beserta perubahannya.
- Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan.
- Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data

Pribadi.

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.


## PROFIL PENULIS



### **Khairunnisa, S.H., M.H., C. PLA.**

Penulis merupakan dosen tetap di Program Studi S-1 Hukum Universitas Borneo Lestari dan aktif mengajar dari tahun 2022, lahir di Banjarmasin tepatnya pada tahun 1997. Penulis merupakan lulusan dari Fakultas Hukum Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin (2015) dengan Program Kekhususan di bidang Hukum Perdata, lalu dilanjutkan dengan Pendidikan Strata II di Magister Hukum Fakultas Hukum Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin (2019) dan lulus pada tahun 2021. Penulis memiliki kepakaran di bidang Hukum Perdata, Hukum Ekonomi Bisnis, Hukum Kesehatan, dan Hukum Acara. Dan untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti di beberapa bidang kepakarannya tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi dan juga Kemenristek DIKTI. Selain peneliti, penulis juga aktif menulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini. Atas dedikasi dan kerja keras dalam menulis buku.

Email Penulis: [khairunnisasyarani@gmail.com](mailto:khairunnisasyarani@gmail.com)



**BAB 5**  
**FUNGSI DAN PERAN**  
**LEMBAGA**  
**PERLINDUNGAN**  
**KONSUMEN**

---

**David Novan Setyawan, S.H., M.H.**  
Universitas Islam Kadiri



## Pendahuluan

Pertumbuhan dunia perdagangan, industri, serta teknologi pada masa globalisasi sudah bawa akibat yang sangat besar terhadap kehidupan warga, khususnya dalam bidang ekonomi serta mengkonsumsi. Kemajuan teknologi data serta komunikasi sudah mendesak terciptanya sistem perdagangan yang terus menjadi modern, kilat, serta luas. Berbagai wujud transaksi saat ini bisa dicoba secara langsung ataupun lewat media elektronik, semacam perdagangan daring (*online*), *marketplace*, aplikasi digital, serta bermacam platform teknologi yang lain. Keadaan tersebut membagikan kemudahan untuk warga buat mendapatkan benda serta jasa yang cocok dengan kebutuhan serta keinginannya. Konsumen bisa dengan gampang menyamakan harga, mutu, ataupun tipe produk yang ada di pasaran cuma lewat fitur elektronik semacam telepon genggam ataupun PC.

Di satu sisi, pertumbuhan tersebut membagikan akibat positif berbentuk meningkatnya efisiensi perdagangan, tersedianya banyak opsi produk, dan terbukanya akses pasar yang lebih luas. Konsumen jadi lebih gampang mendapatkan benda serta jasa dari bermacam wilayah, apalagi dari luar negara. Persaingan antar pelaku usaha pula mendesak kenaikan mutu produk serta pelayanan demi menarik atensi warga. Dengan terdapatnya pertumbuhan teknologi serta industri, kebutuhan hidup warga modern bisa terpenuhi dengan lebih kilat serta instan.

Tetapi, di sisi lain, pertumbuhan perdagangan serta teknologi pula memunculkan bermacam perkara hukum yang berkaitan dengan proteksi konsumen. Konsumen kerap kali terletak pada posisi yang lemah dibanding pelaku usaha. Ketidakseimbangan tersebut terjalin sebab pelaku usaha mempunyai kekuatan ekonomi yang lebih besar, kemampuan data yang lebih luas, dan keahlian penciptaan serta distribusi yang lebih baik dibanding konsumen. Dalam praktiknya, konsumen kerap kali cuma jadi pihak penerima benda serta jasa tanpa mempunyai keahlian buat mengendalikan mutu, keamanan, ataupun kejelasan data dari produk yang disantap.

Keadaan ini diperparah dengan rendahnya tingkatan pemahaman hukum warga menimpa hak-haknya selaku konsumen. Banyak

konsumen yang belum menguasai kalau mereka mempunyai hak buat mendapatkan kenyamanan, keamanan, keselamatan, serta data yang benar atas benda ataupun jasa yang digunakan. Dampaknya, kala hadapi kerugian, sebagian konsumen tidak mengenali langkah hukum yang bisa ditempuh buat mendapatkan proteksi ataupun ubah rugi. Tidak sedikit pula warga yang memilah diam sebab menyangka kerugian yang dirasakan ialah perihal biasa ataupun merasa proses penyelesaian sengketa sangat rumit serta membutuhkan bayaran besar.

Dalam aplikasi perdagangan tiap hari, kerap ditemui bermacam aksi pelaku usaha yang merugikan konsumen. Misalnya penjualan benda cacat tanpa pemberitahuan yang jelas, pemakaian bahan berisiko pada santapan serta minuman, pemberian label yang tidak cocok dengan isi produk, manipulasi harga, promosi palsu, sampai iklan yang menyesatkan warga. Tidak hanya itu, ada pula pelaku usaha yang membagikan pelayanan jasa tidak cocok dengan perjanjian ataupun standar yang dijanjikan kepada konsumen. Dalam transaksi elektronik, konsumen apalagi kerap hadapi penipuan berbentuk benda yang diterima tidak cocok pesanan, keterlambatan pengiriman, penyalahgunaan informasi individu, ataupun ketidakjelasan bukti diri pelaku usaha.

Fenomena tersebut menampilkan bahwa posisi konsumen sangat rentan menghadapi kerugian baik secara materiil ataupun immateriil. Kerugian materiil bisa berbentuk kehabisan duit, rusaknya benda, ataupun bayaran bonus akibat pemakaian produk yang tidak layak. Sebaliknya, kerugian immateriil bisa berbentuk rasa kecewa, ketidaknyamanan, kendala kesehatan, apalagi ancaman terhadap keselamatan jiwa konsumen. Oleh karena itu, proteksi terhadap konsumen jadi perihal yang sangat berarti dalam menghasilkan sistem perdagangan yang sehat, adil, serta bertanggung jawab.

Proteksi konsumen pada hakikatnya ialah bagian dari upaya penegakan hukum serta proteksi hak asasi manusia dalam bidang ekonomi. Konsumen selaku bagian dari warga mempunyai hak untuk memperoleh perlakuan yang adil serta tidak dirugikan oleh aksi pelaku usaha. Proteksi konsumen pula bertujuan buat menghasilkan penyeimbang antara kepentingan pelaku usaha serta konsumen

## Daftar Pustaka

- Indonesia. (1847). *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*.
- Indonesia. (1999). *Undang-Undang Nomor 42 Tahun 1999 tentang Jaminan Fidusia*.
- Indonesia. (1999). *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*.
- Indonesia. (2009). *Peraturan Presiden Nomor 9 Tahun 2009 tentang Lembaga Pembiayaan*.
- Lestari, E. S. (2017). Asas keseimbangan dalam perjanjian baku. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 47(2), 215–231
- Otoritas Jasa Keuangan. (2018). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 35/POJK.05/2018 tentang Penyelenggaraan Usaha Perusahaan Pembiayaan*.
- Prasetyo, T. (2018). Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam perjanjian pembiayaan konsumen. *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, 25(1), 1–18.
- Putra, I. G. A. (2021). Penyelesaian sengketa pembiayaan konsumen dan perlindungan hukum bagi konsumen. *Jurnal Magister Hukum Udayana*, 10(1), 88–102.
- Rahman, F. (2020). Peran Otoritas Jasa Keuangan dalam pengawasan perusahaan pembiayaan. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 17(3), 345–360.
- Sari, N. K. A. (2019). Klausula baku dalam perjanjian pembiayaan konsumen ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal RechtsVinding*, 8(2), 233–248.

## PROFIL PENULIS




### **David Novan Setyawan, S.H., M.H.**

Penulis adalah akademisi dan praktisi hukum yang memiliki minat dan keahlian dalam bidang hukum perdata, khususnya hukum perjanjian, pembiayaan konsumen, dan perlindungan konsumen. Pendidikan Sarjana Hukum (S.H.) ditempuh pada Fakultas Hukum Universitas Brawijaya, dengan konsentrasi hukum perdata bisnis, kemudian dilanjutkan dengan pendidikan Magister Hukum (M.H.) di Fakultas Hukum Universitas Brawijaya yang memperdalam kajian hukum perdata dan ekonomi.

Penulis aktif melakukan kajian ilmiah dan penulisan akademik yang berfokus pada perjanjian pembiayaan konsumen, klausula baku, jaminan fidusia, serta aspek perlindungan hukum bagi konsumen dalam praktik pembiayaan modern. Karya-karyanya disusun dengan pendekatan normatif dan konseptual, menggabungkan analisis peraturan perundang-undangan, doktrin hukum, dan praktik penerapannya di Indonesia.

Melalui buku *Perjanjian Pembiayaan Konsumen*, penulis berupaya memberikan kontribusi akademis dalam pengembangan ilmu hukum, sekaligus menyediakan referensi praktis bagi mahasiswa hukum, akademisi, praktisi, serta masyarakat umum yang ingin memahami secara komprehensif konstruksi hukum pembiayaan konsumen. Penulis meyakini bahwa pemahaman yang baik terhadap perjanjian pembiayaan konsumen merupakan kunci terciptanya hubungan hukum yang adil, seimbang, dan berlandaskan perlindungan hukum bagi seluruh pihak.



**BAB 6**

**HUKUM, ETIKA, DAN**

**MORAL BISNIS DIGITAL**

**DALAM PERSPEKTIF**

**PERLINDUNGAN**

**KONSUMEN**

---

**Sofwan Rizko Ramadoni, S.H., M.H.**  
Universitas Mulawarman



## Pendahuluan

Hukum, etika, dan moral seyogyanya merupakan sebuah dimensi yang berbeda-beda namun memiliki keterkaitan satu dengan yang lainnya. Pada implementasinya terkadang hampir tidak ada sekat di antara dimensi tersebut, mengingat sifat alamiah dari ketiga dimensi ini yang saling melengkapi dan mendukung secara sistematis. Meskipun demikian, ketiga dimensi ini tetap harus dipahami dalam bentuk dan fungsi yang berbeda secara hakikatnya (ontologis), maka dari itu perlu dipahami satu per satu terlebih dahulu mengenai apa itu dimensi hukum, etika, dan moral baik secara umum maupun spesifik pada implementasinya dalam ekosistem bisnis digital.

Lebih lanjut, terkait dimensi hukum, seyogyanya perlu dipahami terlebih dahulu mengenai definisi operasional hukum yang digunakan pada bab ini. Bagi mahasiswa dan sarjana hukum yang telah menempuh baik mata kuliah Pengantar Ilmu Hukum (PIH) dan Pengantar Hukum Indonesia (PHI), memahami pengertian hukum dalam beberapa bentuk, yang pertama berkaitan dengan hukum yang berlaku saat ini (*ius constitutum*), yang kedua berkaitan dengan hukum yang dicita-citakan di masa mendatang (*ius constituendum*), dan yang ketiga berkaitan dengan hukum kodrati atau alamiah (*ius naturals* atau *natural law*) (Imaniyati & Adam, 2021; Mochtar Kusumaatmadja, 2021). Terkait hal tersebut, dalam hal ini definisi operasional hukum yang digunakan pada bab ini adalah hukum positif atau hukum yang berlaku saat ini sebagaimana pengertian hukum dalam konteks *ius constitutum*.

Kemudian, selanjutnya, terkait definisi operasional dalam dimensi etika dan moral yang digunakan pada bab ini perlu dipahami dalam pengertian “praktis” dan “reflektif” khususnya dalam kontekstualisasinya pada implementasi bisnis digital. Mengapa pada poin ini penulis menggabungkan antara dimensi etika dan moral, sebab etika dalam pengertian yang “praktis” dan “reflektif” tersebut membutuhkan moralitas sebagai penilaian normatif (Bertens, 2024). Selanjutnya pada subbab akhir, penulis akan melakukan *recall-back* terkait fungsi dari hukum itu sendiri yang juga memiliki peran penting dalam menjaga marwah dimensi etika dan moral pada model bisnis digital. Sehingga dengan demikian, pembaca akan memahami

bagaimana *interplay* antar dimensi ini bertemu dalam satu ruang yang sama, yakni pada model bisnis digital yang tidak hanya ideal, namun juga realistis untuk dijalankan.

Tidak dapat dimungkiri bahwa pertumbuhan digital yang eksponensial seyogyanya telah mengubah lanskap transaksi komersial secara radikal, menggeser interaksi fisik menjadi ruang-ruang virtual tanpa batas yang kerap kali mengaburkan yurisdiksi tradisional (Fathoni et al., 2026). Transisi ini membawa implikasi filosofis dan yuridis yang sangat mendalam. Pelaku usaha dan konsumen kini berinteraksi melalui perantara antarmuka digital (*user interface*), algoritma, dan kecerdasan buatan, yang seringkali mereduksi tingkat transparansi dan memunculkan asimetri informasi yang tajam. Dalam situasi ketidakseimbangan kedudukan yang masif ini, diskursus mengenai hukum perlindungan konsumen tidak dapat lagi dibiarkan berdiri sendiri hanya bersandarkan pada teks undang-undang semata. Kehadiran dimensi etika dan moral menjadi krusial sebagai fondasi substansial yang mengarahkan pembentukan dan penerapan hukum positif tersebut agar tetap relevan, berkeadilan, dan pada akhirnya memanusiasikan manusia di tengah dominasi teknologi (Ismantara & Prianto, 2022).

### **Pemisahan dan Persinggungan Hukum, Etika, dan Moral**

Untuk membedah kompleksitas perlindungan konsumen di era digital, pemahaman ontologis yang jernih mengenai perbedaan sekaligus irisan antara hukum, etika, dan moral mutlak diperlukan. Secara fundamental, ketiga entitas ini memiliki tujuan akhir yang sama, yakni mengatur tingkah laku manusia dan menciptakan ketertiban. Namun, ketiganya berangkat dari sumber legitimasi, instrumen pemaksa, dan ruang lingkup yang jauh berbeda. Pemahaman ini menjadi fondasi logis sebelum memasuki perdebatan mengenai regulasi *e-commerce* maupun inovasi teknologi finansial.

Hukum, khususnya dalam perwujudan *ius constitutum*, merupakan himpunan kaidah normatif yang diformalkan, diundangkan, dan dilegitimasi oleh otoritas negara (Imaniyati & Putra, 2010). Sifat dasar dari hukum positif adalah imperatif dan koersif; ia dilengkapi dengan instrumen pemaksa serta sanksi fisik atau materiil

## Daftar Pustaka

- Ariani, D. V., Utomo, S., & Gegana, R. P. (2025). Implementasi Hukum Atas Pembebanan Biaya Dalam Transaksi Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). *Media Hukum Indonesia (MHI)*, 3(4).
- Bertens, K. (2024). *Pengantar Etika Bisnis: Seri Filsafat Atma Jaya 21* (Edisi Revisi). Kanisius.
- Budhijanto, D. (2024a). *Hukum Keamanan Siber* (A. Gunarsa, Ed.; 1st ed.). Logoz Publishing.
- Budhijanto, D. (2024b). *Hukum Pelindungan Data Pribadi dan Data Nasional* (A. Gunarsa, Ed.; 1st ed.). Logoz Publishing. <https://www.researchgate.net/publication/384861716>
- Budhijanto, D. (2024c). *Hukum Privasi Digital Revolusi Industri 4.0* (A. Gunarsa, Ed.; 1st ed.). Logoz Publishing.
- Fathoni, L. A., Siddiq, N. K., & Wardani, N. K. (2026). Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Menghadapi Perkembangan Ekonomi Digital. *Jurnal Fundamental Justice*, 7(1), 99–112.
- Imaniyati, N. S., & Adam, P. (2021). *Pengantar Hukum Indonesia: Sejarah dan Pokok-Pokok Hukum Indonesia* (D. M. Sodik, N. Sambas, & D. M. Listianingsih, Eds.). Sinar Grafika.
- Imaniyati, N. S., & Putra, P. A. A. (2010). *Pengantar Hukum Perbankan Indonesia*. Bandung: Refika Aditama.
- Ismantara, S., & Prianto, Y. (2022). Relevansi Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia di Era Ekonomi Digital. *Prosiding Serina*, 2(1), 321–330.
- Mewu, M. Y. S., & Mahadewi, K. J. (2023). Perlindungan Konsumen dalam Pembelian Produk Online: Analisis Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia. *Jurnal Kewarganegaraan*, 7(1), 441–450.
- Mochtar Kusumaatmadja, S. H. (2021). *Pengantar Ilmu Hukum: Suatu Pengenalan Pertama Ruang Lingkup Berlakunya Ilmu Hukum: Buku I* (4th ed.). Penerbit Alumni.
- Ramadoni, S. R., Gegana, R. P., & Sanata, K. (2023). Sejarah Undang-Undang ITE: Periodisasi Regulasi Peran Negara dalam Ruang

- Digital. *Langgong: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3(2), 41–58.
- Ramadoni, S. R., Gegana, R. P., & Sanata, K. (2024). OJK Sebagai Penentu Suku Bunga dalam Kegiatan Pinjaman Online: Overlapping Kebijakan Moneter. *Prosiding Seminar Nasional Magister Ilmu Hukum Universitas Brawijaya: Peluang Dan Tantangan Perkembangan Hukum Di Era Digital*, 895–908.
- Ramadoni, S. R., Sukarmi, & Widhiyanti, H. N. (2020). Konvergensi Hukum Penentuan Suku Bunga dalam Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi. *Jurnal Magister Hukum Udayana*, 9(4), 821–837. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/JMHU.2020.v09.i04.p11>

1

## PROFIL PENULIS



### **Sofwan Rizko Ramadoni, S.H., M.H.**

Penulis adalah seorang dosen di Fakultas Hukum Universitas Mulawarman yang tertarik terhadap perkembangan penelitian interdisipliner mengenai berbagai hal, terutama yang beririsan dengan hukum, spesifiknya berkaitan dengan perubahan sosial dan teknologi. Adapun setengah perjalanan hidup penulis banyak dijalani di kota asal, Kota

Banjarmasin; di sana penulis menempuh pendidikan di SMA Negeri 1 Banjarmasin dengan jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial dan lulus pada tahun 2011. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi dan berhasil menyelesaikan studi S1 di prodi Ilmu Hukum Universitas Brawijaya pada tahun 2017. Keingintahuan penulis terhadap ilmu hukum yang lebih mendalam menjadi alasan untuk meneruskan pendidikan lebih lanjut pada Pendidikan Khusus Profesi Advokat (PKPA) di Universitas Merdeka Malang pada tahun 2019, serta pada studi S2 di prodi Magister Ilmu Hukum Universitas Brawijaya yang lulus pada tahun 2021. Penulis juga mengikuti berbagai pelatihan kompetensi di bidang hukum seperti sertifikasi perancang perundangan pada tahun 2023, dan yang terbaru, pada tahun 2025 telah kompeten di bidang konsultan hukum dan pengacara pertambangan.

Penulis memiliki kepakaran di bidang hukum ekonomi, dan penulis pun aktif sebagai peneliti di beberapa penelitian terkait, baik yang didanai internal perguruan tinggi, kemitraan, maupun secara pribadi. Harapannya, melalui penelitian tersebut, dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara ini.

Email penulis: [sofwanrizko\\_r@fh.unmul.ac.id](mailto:sofwanrizko_r@fh.unmul.ac.id)



# **BAB 7**

## **HAK DAN KEWAJIBAN KONSUMEN DIGITAL**

---

**Dr. Salma Nur Hanifah, S.H., M.H.**  
Universitas 17 Agustus 1945 Semarang



## Konsep Konsumen Digital dalam Kegiatan Ekonomi Digital

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi fundamental dalam aktivitas ekonomi global. Fenomena ini melahirkan apa yang dikenal sebagai ekonomi digital, yaitu sistem ekonomi yang berbasis pada pemanfaatan teknologi digital, internet, serta platform elektronik dalam proses produksi, distribusi, dan konsumsi. Dalam konteks ini, peran konsumen mengalami perubahan signifikan, baik dari sisi perilaku, preferensi, maupun cara berinteraksi dengan pelaku usaha. Konsumen tidak lagi hanya berfungsi sebagai penerima barang atau jasa, melainkan juga sebagai aktor aktif yang berkontribusi dalam ekosistem digital melalui data, ulasan, dan partisipasi dalam platform digital (Lubis *et al.*, 2024).

Konsep konsumen digital menjadi penting untuk dikaji karena mencerminkan perubahan paradigma dalam hubungan antara produsen dan konsumen. Jika pada ekonomi konvensional hubungan tersebut bersifat linier, maka dalam ekonomi digital hubungan tersebut menjadi lebih kompleks, interaktif, dan berbasis jaringan. Konsumen digital tidak hanya dipengaruhi oleh faktor harga dan kualitas produk, tetapi juga oleh pengalaman pengguna (*user experience*), reputasi platform, keamanan data, serta interaksi sosial dalam dunia maya (Putri, 2026).

Dengan demikian, pemahaman terhadap konsep konsumen digital tidak hanya relevan dalam perspektif ekonomi, tetapi juga dalam aspek hukum, sosial, dan teknologi. Hal ini mengingatkan bahwa aktivitas konsumen dalam ruang digital membawa implikasi terhadap perlindungan data pribadi, keamanan transaksi, serta tanggung jawab platform digital (Prayuti, 2024).

Konsumen digital dapat didefinisikan sebagai individu atau kelompok yang menggunakan teknologi digital dan jaringan internet untuk mencari, memilih, membeli, serta mengevaluasi produk atau jasa. Definisi ini menekankan bahwa aktivitas konsumsi tidak lagi terbatas pada interaksi fisik, melainkan terjadi dalam ruang virtual yang difasilitasi oleh berbagai platform digital seperti *e-commerce*, aplikasi *mobile*, dan media sosial (Dwi Yanti *et al.*, 2025). Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa konsumen digital memiliki peran yang

lebih kompleks dibandingkan konsumen konvensional, sehingga membutuhkan pendekatan baru dalam analisis ekonomi dan bisnis.

Perubahan dari konsumen tradisional menuju konsumen digital tidak terjadi secara instan, melainkan melalui proses evolusi yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi. Pada tahap awal, konsumen masih bergantung pada interaksi langsung dalam transaksi. Namun, dengan munculnya internet dan *e-commerce*, pola konsumsi mulai bergeser ke arah digital (Budiman, Iswati, dan Sitompul, 2025).

Dalam tahap selanjutnya, muncul konsep *prosumer*, yaitu konsumen yang juga berperan sebagai produsen konten atau nilai ekonomi. Konsumen tidak hanya membeli produk, tetapi juga menciptakan ulasan, rekomendasi, bahkan konten promosi yang memengaruhi konsumen lain (Fikri *et al.*, 2025).

Evolusi ini menunjukkan bahwa konsumen digital memiliki kekuatan yang lebih besar dalam menentukan arah pasar. Informasi yang dihasilkan oleh konsumen dapat memengaruhi reputasi perusahaan dan keberhasilan suatu produk di pasar. Perilaku konsumen digital dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berbeda dari konsumen konvensional.

Transformasi digital telah mengubah pola konsumsi dari transaksi konvensional menjadi berbasis elektronik (*e-commerce*), yang ditandai dengan penggunaan kontrak elektronik, pembayaran digital, dan distribusi lintas batas. Dalam konteks ini, konsumen tidak hanya berinteraksi dengan pelaku usaha, tetapi juga dengan platform digital sebagai perantara.

Karakteristik utama konsumen digital meliputi ketergantungan pada informasi elektronik, keterbatasan verifikasi fisik terhadap produk, serta kerentanan terhadap risiko seperti penipuan, kebocoran data, dan ketidaksesuaian produk. Oleh karena itu, regulasi modern menekankan pentingnya keseimbangan antara hak dan kewajiban konsumen guna menciptakan ekosistem digital yang adil dan berkelanjutan.

## Daftar Pustaka

- Badruzaman, M.D. (2001) *"Kompilasi Hukum Perikatan*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Budiman, D., Iswati, S. and Sitompul, M.K. (2025) 'Perkembangan Ekosistem Ekonomi Digital di Indonesia : Sebuah Kajian Literatur', *JUMINTAL: Jurnal Manajemen Informatika dan Bisnis Digital*, 4(1), pp. 115–126. Available at: <https://doi.org/10.55123/JUMINTAL.V4I1.5130>.
- Celestin, P. (2024) 'How E-Commerce Law Is Evolving to Address Consumer Protection and Digital Marketplace Regulations', *papers.ssrn.com* [Preprint]. Available at: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=5188089](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=5188089) (Accessed: 3 May 2026).
- Dana, H. *et al.* (2024) 'Perlindungan konsumen Dalam Perdagangan Elektronik (*e-commerce*)', *jurnal.globalscients.com*, 01(1), pp. 82–86. Available at: <http://jurnal.globalscients.com/index.php/jkhp/article/view/118> (Accessed: 3 May 2026).
- Dasa Suryantoro (2025) 'ANALISIS HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE TERHADAP TANTANGAN DAN SOLUSI NORMATIF DI INDONESIA', *Legal Studies Journal*, 5(2), pp. 109–125. Available at: <https://doi.org/10.33650/LSJ.V5I2.13094>.
- Dwi Yanti, A. *et al.* (2025) 'KONSEP DASAR DAN PEMANFAATAN E-COMMERCE', *jurnal.kolibi.id*, 124(8), pp. 124–130. Available at: <https://jurnal.kolibi.id/index.php/neraca/article/view/75> (Accessed: 3 May 2026).
- Fikri, N. *et al.* (2025) 'Evolusi Perilaku Konsumen di Era Digital dan Implikasinya Terhadap Daya Beli Masyarakat', *journal.ilmudata.co.id*, 4(3), pp. 1381–1391. Available at: <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2167>.
- Fitriani, I. (2025) 'Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Lintas Negara', *ejournal ...* [Preprint]. Available at: <https://doi.org/10.61104/alz.v3i3.1323>.

- Karimullah, S. (2024) 'Consumer Protection in the Digital Era: An Analysis of Consumer Protection in E-Commerce', *juna.nusantarajournal.com*, 3(2), pp. 68–80. Available at: <https://doi.org/10.5281/zenodo.17376951>.
- Kerti, N. (2023) 'Consumer protection institutions strengthening in the digitalization era', *ijoms.internationaljournalabs.com* [Preprint]. Available at: <https://ijoms.internationaljournalabs.com/index.php/ijoms/article/view/675> (Accessed: 3 May 2026).
- Lubis, N. *et al.* (2024) 'Dampak Perkembangan Ekonomi Digital terhadap Pertumbuhan Sektor E-commerce di Indonesia: Perspektif Teknologi, Konsumen, dan Regulasi', *Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi (JENSI)*, 8(2), pp. 348–259. Available at: <https://doi.org/10.33059/JENSI.V8I2.10649>.
- Majida, A. (2026) 'Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Perdagangan Elektronik Di Indonesia: Analisis Tanggung Jawab Platform Dan Penjual', *publikatif.com* [Preprint]. Available at: <https://publikatif.com/index.php/jcm/article/view/48> (Accessed: 3 May 2026).
- Malaka Sari Rahardjo, T. *et al.* (2025) 'Consumer protection legal frameworks in indonesia: the challenges of e-commerce and data privacy', *journal.lifescifi.com* [Preprint]. Available at: <http://journal.lifescifi.com/index.php/RH/article/view/491> (Accessed: 3 May 2026).
- Muhajirin (2019) 'IKLAN DALAM PERSPEKTIF FILSAFAT HUKUM ISLAM DAN PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN DI INDONESIA : Studi Analisis Terhadap Konsep Iklan dalam Tinjauan Teori Maqâshid Al- Syarî'ah dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen', *Al-Mashlahah: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam*, 7(01), pp. 63–82.
- Muliawan, A., Jurnal, D.M.-S. and 2026, undefined (2026) 'Consumer Protection in Electronic Commerce Reviewed from the Aspect of Contractual Liability in Marketplace Platforms', *ejournal.nusantaraglobal.ac.id*, 5(2), pp. 2963–1130. Available at:

<https://doi.org/10.55681/sentri.v5i2.5673>.

Pinasang, M., Science, C.M.-I.J.O.S. and 2025, undefined (2025) 'Perlindungan Hak-Hak Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Terhadap Produk Tidak Sesuai Deskripsi Barang', *j-innovative.org*, 5, pp. 138–162. Available at: <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/20217> (Accessed: 3 May 2026).

Prasad, S. (2025) 'IMPLIKASI HUKUM BAGI PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI PENIPUAN ONLINE', *cibangsa.com*, 15. Available at: <https://doi.org/10.3783/causa.v2i9.2461>.

Prayuti, Y. (2024) 'Dinamika perlindungan hukum konsumen di era digital: Analisis hukum terhadap praktik *e-commerce* dan perlindungan data konsumen di Indonesia', *ejurnal.warmadewa.ac.id* [Preprint]. Available at: <https://ejurnal.warmadewa.ac.id/index.php/juinhum/article/view/8482> (Accessed: 3 May 2026).

Putra, G.P. (2024) 'Permasalahan Hukum dalam Perlindungan Konsumen terhadap Produk Digital: Tantangan dan Solusi di Era E-Commerce', *Jurnal Hukum Bisnis*, 13(6), pp. 1–10. Available at: <https://doi.org/10.47709/JHB.V13I6.4930>.

Putri, R.Z. (2026) 'Perkembangan Bisnis Digital, E-Commerce, dan Ekonomi Kreatif di Indonesia', *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Kontemporer*, 1(1), pp. 8–14. Available at: <https://publikasi.feliciajurnal.com/index.php/jekb/article/view/18> (Accessed: 3 May 2026).

Rahman, I. *et al.* (2023) 'Hukum Perlindungan Konsumen di Era E-Commerce: Menavigasi Tantangan Perlindungan Konsumen dalam Lingkungan Perdagangan Digital', *Jurnal Hukum dan HAM Wara Sains*, 2(08), pp. 683–691. Available at: <https://doi.org/10.58812/JHHWS.V2I08.605>.

Saberi, R. (2022) 'The future of global E-commerce regulation: legal challenges in ensuring fair competition, consumer rights, and data protection', *jlsda.com* [Preprint]. Available at:

- <https://jlsda.com/index.php/llda/article/view/5> (Accessed: 3 May 2026).
- Sari, S. *et al.* (2024) 'Legal Aspects of Consumer Protection in E-Commerce Transactions: Implementation and Urgency of Regulations in the Digitalization Era', *justices.pdfaii.org* [Preprint]. Available at: <https://doi.org/10.58355/justices.v3i2.105>.
- Satory, A., Nuraeni Universitas Pakuan, Y. and Author, C. (2024) 'REGULASI E-COMMERCE DALAM UPAYA MENGOPTIMALKAN PERLINDUNGAN TERHADAP KONSUMEN DALAM KEGIATAN TRANSAKSI ONLINE', *ejournal.penerbitjurnal.com*, 4(4), pp. 1412-482. Available at: <https://ejournal.penerbitjurnal.com/index.php/multilingual/article/view/947> (Accessed: 3 May 2026).
- Shabrina Izazi, F. *et al.* (2024) 'Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan', *journal.myrepublikcorp.com*, 1(2). Available at: <https://journal.myrepublikcorp.com/index.php/leuser/article/view/73> (Accessed: 3 May 2026).
- Shesilia Dewi, A. *et al.* (2024) 'IKLAN E-COMMERCE DAN PREFERENSI KONSUMEN: PERSPEKTIF ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DIGITAL', *journal.ppmi.web.id* [Preprint]. Available at: <https://journal.ppmi.web.id/index.php/jogapa/article/view/1634> (Accessed: 3 May 2026).
- Triwijayati, A. (2024) *Perilaku Konsumen Digital: Saat 'Prosumer' Mendominasi Dunia Digital Dan E-Commerce*. Available at: <https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=2EYYEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=https://repository.penerbitwidina.com/media/publications/567950-perilaku-konsumen-digital-saat-prosumer-71040ee1.pdf+&ots=bSPCP-W-f2&sig=M8YudSxwn3TXuVwyMaBn3oVMo78> (Accessed: 3 May 2026).
- Widijowati, D. (2023) 'Enhancing consumer protection in electronic

commerce transactions', *lifescifi.com*, 3(4), pp. 283–290. Available at: <https://lifescifi.com/journal/index.php/RH/article/view/137> (Accessed: 3 May 2026).

## PROFIL PENULIS




### **Dr. Salma Nur Hanifah, S.H., M.H.**

Penulis menempuh pendidikan sarjana hukum (S1) di Fakultas Hukum Universitas Diponegoro dengan fokus pada Hukum Perdata Dagang. Penulis berhasil menyelesaikan studi sarjana pada awal tahun 2020, kemudian melanjutkan pendidikan magister hukum (S2) di Universitas Diponegoro dengan konsentrasi Hukum Ekonomi dan Bisnis, dan berhasil lulus pada tahun 2022. Penulis telah menyelesaikan pendidikan Program Doktor Ilmu Hukum (S3) di Universitas Islam Sultan Agung. Penulis saat ini merupakan dosen di Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.

Sebagai dosen muda, penulis memiliki keahlian dalam bidang Hukum Perdata, termasuk Hukum Perjanjian. Disertasi yang sedang ditulis berkaitan dengan Perlindungan Hukum pada Konsumen dalam Kontrak Baku Elektronik. Dalam upaya mengembangkan karier sebagai akademisi profesional, penulis terus aktif melakukan riset di bidang keilmuannya. Sejumlah hasil penelitiannya telah dipublikasikan di jurnal-jurnal ilmiah terakreditasi. Buku ini merupakan karya kolaboratif keempat yang ditulis penulis. Melalui penulisan buku ini, penulis berharap dapat memberikan kontribusi nyata terhadap pengembangan ilmu hukum, khususnya dalam ranah hukum perlindungan konsumen dalam hak dan kewajiban konsumen pada era digital.

Email penulis: [nursalma481@gmail.com](mailto:nursalma481@gmail.com)



**BAB 8**  
**HAK DAN KEWAJIBAN**  
**PELAKU USAHA**  
**(PLATFORM/*MERCHANT*)**

Dara Puspitasari, S.H., M.H.  
Universitas Gresik



## Kedudukan Hukum Pelaku Usaha dalam Ekosistem Perdagangan Digital

Pelaku usaha, dalam perspektif hukum perlindungan konsumen, merujuk pada setiap orang atau badan hukum yang melakukan kegiatan untuk tujuan perdagangan. Kegiatan tersebut bisa berupa penjualan barang maupun penyediaan jasa. Pelaku usaha ini memiliki peran yang sangat penting dalam memastikan konsumen mendapatkan hak-haknya, seperti hak atas informasi yang jelas dan perlindungan terhadap barang atau jasa yang diterima (Ridha et al., 2025). Menurut Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen), pelaku usaha adalah "setiap orang atau badan hukum yang melakukan kegiatan untuk tujuan perdagangan barang dan/atau jasa." Pelaku usaha ini bertanggung jawab untuk menjaga kualitas dan keandalan produk atau layanan yang mereka tawarkan.

Karena kemajuan teknologi yang menghasilkan platform *online* dan *merchant* digital, istilah "pelaku usaha" dalam konteks digital menjadi lebih kompleks. Meskipun mereka berada di tempat yang sama, kedua jenis pelaku usaha ini berbeda dalam ekosistem perdagangan digital. Penjual adalah pihak yang menjual barang atau jasa melalui platform, sementara platform adalah pihak yang menyediakan sistem atau sarana untuk transaksi. Misalnya, penjual bertanggung jawab atas kualitas barang atau jasa yang dijual, sedangkan platform bertanggung jawab untuk memastikan transaksi berlangsung dengan aman. Pasal 1 UU ITE mengatur transaksi elektronik dan mencakup platform sebagai penyedia sistem elektronik.

Sebagai contoh, dalam platform *e-commerce* seperti Tokopedia atau Bukalapak, platform tersebut menyediakan sistem yang memungkinkan transaksi antara pembeli dan penjual. Namun, tanggung jawab terhadap kualitas produk tetap ada pada pihak *merchant* atau penjual. Jika terdapat barang yang cacat atau tidak sesuai dengan deskripsi, konsumen bisa mengajukan klaim kepada *merchant*, bukan platform, meskipun platform memiliki peran dalam memfasilitasi transaksi dan menjaga keamanan. Ini menunjukkan perbedaan kewajiban antara platform dan *merchant* dalam ekosistem digital.

Tanggung jawab platform dalam ekosistem digital juga mencakup perlindungan data pribadi pengguna. Undang-Undang No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi mewajibkan platform digital untuk menjaga kerahasiaan dan keamanannya. Sebagai contoh, sebuah platform *e-commerce* dapat dimintai pertanggungjawaban oleh hukum jika data pelanggannya bocor. Dalam hal ini, platform bertanggung jawab untuk menjaga data pribadi. Sementara itu, penjual dalam sistem digital bertanggung jawab untuk memastikan bahwa standar kualitas yang dijanjikan untuk produk yang mereka jual telah dipenuhi. Konsumen memiliki hak untuk mengajukan klaim dan meminta ganti rugi atau pengembalian barang jika produk yang dijual secara *online* ditemukan cacat atau tidak sesuai dengan deskripsi yang ditampilkan di platform. Untuk menghindari masalah hukum di kemudian hari, penjual harus memastikan bahwa produk yang mereka jual tidak melanggar hak kekayaan intelektual atau merek dagang. Pasal 7 dan 8 UU Perlindungan Konsumen menekankan kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang akurat.

Pelaku usaha juga harus memastikan bahwa transaksi yang dilakukan melalui platform dapat berjalan dengan lancar, aman, dan tidak merugikan konsumen. Misalnya, dalam transaksi pembayaran, platform harus menjamin bahwa transaksi dilakukan dengan metode yang aman dan tidak ada penyalahgunaan data konsumen. Jika terjadi masalah dalam pembayaran, platform bertanggung jawab untuk menangani masalah tersebut dengan baik. Hal ini penting untuk memberikan rasa aman bagi konsumen dalam bertransaksi, baik itu di platform maupun *merchant*.

Selain itu, pelaku usaha juga berkewajiban untuk memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai produk atau jasa yang mereka tawarkan (Onggianto & Soemartono, 2024). Misalnya, penjual harus secara transparan memberikan informasi tentang harga, spesifikasi, dan cara penggunaan produk. Konsumen berhak untuk mengajukan pengaduan atau klaim jika informasi yang diberikan salah atau tidak akurat. Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur kepada konsumen.

## Daftar Pustaka

- Fista, Y. L., Machmud, A., & Suartini. (2023). Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Binamulia Hukum*, 12, 177–189. <https://doi.org/10.37893/jbh.v12i1.599>
- Himmah, F., & Karim, M. (2025). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-commerce di Indonesia: Tinjauan Terhadap Ketidaksesuaian Barang. *Begawan Abioso*, 16(1), 1–10.
- Jusar, R. (2023). Tanggungjawab Pelaku Usaha dan Marketplace terhadap Pelanggaran Asas Itikad Baik dalam Transaksi E-commerce. *Sultan Jurisprudance: Jurnal Riset Ilmu Hukum*, 3(1), 62–72.
- Kurniastuti, S. F., & Sinaga, N. A. (2024). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MELALUI PLATFORM E-COMMERCE BUKALAPAK. *Lex Progressium*, 1(2), 153–169.
- Maghfiroh, F. M., Natalina, S. A., & Efendi, R. (2023). Transformasi Ekonomi Digital : Connection Integration E-Commerce Dan S-Commerce Dalam Upaya Perkembangan Ekonomi Berkelanjutan. *Amic Economics, Business, and Philanthropy*, 2(1), 1–10.
- Meilika, M. (2025). TINJAUAN PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI PERDAGANGAN ELEKTRONIK BERDASARKAN UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 12(9), 4005–4012.
- Nasution, H. R., & Harris, A. (2025). Kedudukan Konsumen dalam Hubungan Hukum dengan Pelaku Usaha di Indonesia. *Locus Journal of Academic Literature Review*, 4(6), 470–484.
- Onggianto, R., & Soemartono, G. P. (2024). Pertanggungjawaban Hukum Terhadap Ketidaksesuaian Informasi Dalam Perjanjian Kredit Oleh Pelaku Usaha Jasa Keuangan. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(4), 1118–1132.
- Ridha, I., Rahmi, Y., Sofian, W. R., Nurjanah, Rinarti, Maghfirah, Y., ... Muhyi, S. H. (2025). IMPLEMENTASI PERLINDUNGAN KONSUMEN

OLEH LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN UNTUK MENEGAKKAN HAK-HAK KONSUMEN DI INDONESIA. *Pediaqu : Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 4(2), 2888–2898.

Salim, S., & Suriyati, C. (2025). Tanggung Jawab Pelaku Usaha atas Produk Cacat dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen. *BATTUTA – JURNAL ILMU HUKUM*, 1(April), 1–7.

Sejati, R. A., Trinitian, A., Amriana, N. A., Fortuna, G. M., Dewinta, H., & Kuspraningrum, E. (2024). Analisis Hak Rahasia Dagang dalam Perlindungan Informasi Bisnis untuk Mempertahankan Keunggulan Kompetitif. *NoLaj: Master of Notary, Faculty of Law, Lambung Mangkurat University*, 3(3), 152–161.

Syaifudin, A., Yahya, M., Putri, N., Angelica, R., Akbar, S., Khalil, S., & Ardina, T. (2025). E-commerce dalam transformasi digital: Menciptakan peluang baru berkelanjutan untuk bisnis modern. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 6(10), 1074–1084. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v6i4.23426>

Wulandari, Y. S., & Rismansyah, R. (2025). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ELEKTRONIK DI INDONESIA: TANTANGAN DALAM IMPLEMENTASI. *The Juris*, IX(2), 527–535.

Yuliska, E. (2024). PERAN PERLINDUNGAN BAGI KONSUMEN DAN PELAKU USAHA BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NO. 8 TAHUN 1999. *JOURNAL OF GLOBAL LEGAL REVIEW*, 2(2), 99–108.

## PROFIL PENULIS




### **Dara Puspitasari, S.H., M.H.**

Penulis merupakan anak ke-2 dari empat bersaudara yang dilahirkan tepatnya pada tanggal 19 September 1988 di Trenggalek. Menyelesaikan sarjana hukum di Universitas Brawijaya (2007-2011) dan melanjutkan program magister di Universitas Airlangga (2012-2016). Setelah lulus bekerja di beberapa perusahaan swasta dan kampus swasta di Sidoarjo dan sekarang aktif mengajar di Fakultas Hukum Universitas Gresik pada bidang Hukum Perdata dan Hukum Bisnis. Penulis juga merupakan pengajar tetap Mata Kuliah Dasar Umum Pancasila. Saat ini penulis aktif dalam penelitian dan menulis di beberapa jurnal nasional maupun internasional.

Buku yang pernah ditulis di antaranya: 'Buku Ajar Pancasila,' 'Buku Ajar Hukum Perdata, Pidana, Internasional dan HTN,' 'Buku Bunga Rampai Hukum Perdata,' dan 'Buku Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual dalam Hukum Perusahaan di Era Digital.' Penulis juga beberapa kali menjadi pembicara dalam berbagai pertemuan ilmiah dan menjadi presenter karya ilmiah yang dituangkan dalam prosiding. Diantaranya *Procedia of Social Science and Humanities* dalam 1st SENARA Universitas Muhammadiyah Sidoarjo dengan judul "*Legal Protection Against Workers/Labors Who Are Not Participants of Work Accident Guarantee Program.*"

*E-mail* Penulis: [darapuspitasari@unigres.ac.id](mailto:darapuspitasari@unigres.ac.id).



**BAB 9**

**IKLAN DIGITAL DAN**

**PROMOSI MENYESATKAN:**

**REGULASI DAN**

**PENEGAKAN HUKUM**

---

**Zahwa Maulidina Afwija, S.H., M.Kn.**  
Universitas Brawijaya



## **Konsep Iklan Digital dan Promosi dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah lanskap periklanan secara mendasar. Iklan yang semula hanya dikenal dalam bentuk konvensional seperti media cetak, radio, dan televisi kini telah bermigrasi ke ranah digital dengan karakteristik yang jauh berbeda dan tantangan hukum yang semakin kompleks. Pergeseran ini bukan sekadar pergantian medium penyampaian, melainkan transformasi fundamental dalam cara pelaku usaha menjangkau dan memengaruhi keputusan pembelian konsumen (AZ Nasution, 2014).

Dalam konteks Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK), iklan pada dasarnya merupakan bagian integral dari kegiatan penawaran yang dilakukan oleh pelaku usaha kepada konsumen. Pasal 1 angka 6 UUPK mendefinisikan promosi sebagai kegiatan pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu barang dan/atau jasa untuk menarik minat beli konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang akan dan sedang diperdagangkan. Definisi ini bersifat luas dan pada prinsipnya mencakup segala bentuk komunikasi komersial, termasuk iklan digital, meskipun pada saat UUPK disahkan ekosistem digital belum berkembang sebagaimana sekarang.

Iklan digital memiliki sejumlah karakteristik yang secara kualitatif membedakannya dari iklan konvensional. Kemampuan *targeting* berbasis data perilaku pengguna (*behavioral targeting*) memungkinkan pelaku usaha menasar segmen konsumen yang sangat spesifik berdasarkan riwayat penelusuran, preferensi pembelian, bahkan kondisi emosional yang terdeteksi melalui interaksi digital. Sifat interaktif dua arah dan kecepatan penyebaran yang masif (*viral*) menjadikan iklan digital jauh lebih efisien sekaligus berpotensi lebih merusak apabila mengandung informasi yang menyesatkan. Kemampuan personalisasi konten, di mana setiap konsumen dapat menerima pesan iklan yang berbeda berdasarkan profilnya, juga mempersulit pengawasan regulatif karena pelanggaran dapat berlangsung secara tersembunyi dan sangat tertarget (Shidarta, 2006).

Bentuk-bentuk iklan digital yang saat ini berkembang pesat meliputi *banner ads* dan *display advertising* yang tampil di situs web dan aplikasi; *sponsored content* atau konten bersponsor yang tampil menyerupai konten editorial sehingga sulit dibedakan dari informasi organik; *influencer marketing* melalui tokoh-tokoh media sosial yang memanfaatkan kepercayaan publik; *native advertising* yang terintegrasi dalam aliran konten organik; serta iklan berbasis algoritma (*programmatic advertising*) yang ditampilkan secara otomatis berdasarkan profil data pengguna tanpa intervensi manusia secara langsung (Kotler & Armstrong, 2018). Keberagaman bentuk ini menuntut pendekatan regulasi yang adaptif dan tidak terbatas pada kerangka peraturan yang dirumuskan sebelum era digital.

Ekosistem digital Indonesia yang terus berkembang pesat, ditandai dengan jumlah pengguna internet yang mencapai lebih dari 215 juta jiwa pada tahun 2023, menjadi lahan subur bagi beragam praktik promosi digital yang melampaui batas-batas geografis dan yurisdiksi konvensional (Kominfo, 2023). Pertumbuhan yang eksponensial ini di satu sisi membuka akses konsumen terhadap lebih banyak pilihan produk dengan harga yang lebih kompetitif, namun di sisi lain meningkatkan eksposur konsumen terhadap praktik promosi yang tidak selalu jujur dan bertanggung jawab. Laporan YLKI tahun 2023 mencatat lonjakan signifikan pengaduan konsumen yang berkaitan dengan iklan digital yang tidak sesuai dengan kenyataan produk atau layanan yang diterima (YLKI, 2024).

Promosi dalam ekosistem digital dapat dikelompokkan berdasarkan bentuk dan mekanisme penyampaiannya. Promosi harga mencakup diskon, *flash sale*, *voucher cashback*, dan program loyalitas berbasis poin merupakan kategori yang paling sering dijumpai dan paling rentan terhadap manipulasi. Promosi berbasis testimoni dan ulasan (*review*) konsumen yang diunggah di platform *e-commerce* memiliki pengaruh psikologis yang besar terhadap keputusan pembelian, sehingga pemalsuan ulasan menjadi bentuk pelanggaran yang kerap terjadi. Promosi melalui media sosial, baik konten organik maupun konten berbayar, memanfaatkan jaringan sosial dan kepercayaan antarpribadi sebagai medium penyebaran pesan komersial, sedangkan iklan bertarget (*targeted advertising*) yang

## Daftar Pustaka

- AZ Nasution. (2014). *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar* (1st ed.). Diadit Media.
- Gray, C. M., Kou, Y., Battles, B., Hoggatt, J., & Toombs, A. L. (2018). The Dark (Patterns) Side of UX Design. *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings, 2018-April*. <https://doi.org/10.1145/3173574.3174108>
- Hariato, Dedi. (2010). *Perlindungan hukum bagi konsumen terhadap periklanan yang menyesatkan*. Ghalia Indonesia.
- Kominfo. (2023). *Laporan Tahunan Ekosistem Digital Indonesia*.
- Kotler, Philip., & Armstrong, Gary. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson Higher Education.
- Rizky Amalia Ananda. (2021). *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Tentang Iklan Produk Di Media Sosial Yang Tidak Sesuai Kriteria Oleh Pelaku Usaha*. UIN Syarif Hidayatullah.
- Shidarta. (2006). *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Grasindo.
- Stephanie Patricia Prasetyo, & Ariawan Gunadi. (2024). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Kecantikan Tidak Terdaftar BPOM Yang Beredar Di E-Commerce. *Rewang Rencang : Jurnal Hukum Lex Generalis.*, (4).
- Tri Siwi Kristiyanti, Celina. (2016). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Sinar Grafika.
- Williana Qatrunnada Lathifan, Neni Sri Imaniyati, & Ilman Abidin. (2025). Perlindungan Konsumen atas Tindakan Pelaku Usaha yang Memberikan Diskon Palsu dalam Praktik Jual Beli Produk di E-Commerce. *Bandung Conference Series: Law Studies*, 5(2). <https://doi.org/10.29313/bcsls.v5i2.18533>
- YLKI. (2024). *Laporan Pengaduan Konsumen 2023*.

## PROFIL PENULIS




### **Zahwa Maulidina Afwija, S.H., M.Kn.**

Ketertarikan penulis terhadap bidang hukum, khususnya Hukum Ekonomi dan Bisnis, berkembang seiring dengan perjalanan akademiknya di Fakultas Hukum Universitas Brawijaya. Penulis menempuh pendidikan Sarjana Ilmu Hukum dan kemudian melanjutkan studi Magister Kenotariatan di universitas yang sama, yang semakin memperkuat fondasi

keilmuan dalam bidang hukum perusahaan serta hukum kepailitan.

Saat ini, penulis berprofesi sebagai dosen di Fakultas Hukum Universitas Brawijaya dalam Kompartemen Hukum Ekonomi dan Bisnis. Dalam menjalankan Tri Dharma Perguruan Tinggi, penulis aktif terlibat dalam berbagai kegiatan akademik, meliputi penelitian, publikasi ilmiah, serta pengabdian kepada masyarakat. Berbagai karya ilmiah yang telah dihasilkan antara lain membahas isu-isu kontemporer dalam hukum ekonomi dan bisnis, seperti penyelesaian sengketa *e-commerce*, kepailitan notaris, serta aspek hukum dalam pengadaan barang dan jasa. Selain sebagai akademisi dan peneliti, penulis juga aktif sebagai penulis dan kontributor dalam buku akademik serta jurnal ilmiah. Melalui karya-karya tersebut, penulis berupaya memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan ilmu hukum, khususnya dalam merespons dinamika dan tantangan di bidang hukum ekonomi dan bisnis yang terus berkembang.

Email Penulis: [zahwa@ub.ac.id](mailto:zahwa@ub.ac.id)



**BAB 10**  
**SERTIFIKASI HALAL**  
**DAN KEAMANAN**  
**PANGAN**

---

**Mega Ayu Ningtyas, M.H.**  
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya



## **Pendahuluan**

Transformasi digital telah mengubah model atau sistem perdagangan global secara fundamental. Kehadiran *e-commerce*, *food delivery apps*, dan algoritma media sosial mempermudah akses konsumen terhadap berbagai produk pangan. Bagi masyarakat Indonesia, aspek “aman” tidak hanya mencakup keamanan fisik (biologis, kimia, dan fisik) tetapi juga spiritual melalui jaminan produk halal. Dalam konteks hukum perlindungan di era digital ini, hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur merupakan pilar utama.

Sertifikasi halal dalam pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) berdasarkan fatwa MUI. (Muhammad Syarifuddin, 2022) Sertifikasi ini merupakan proses pemeriksaan dan pengujian untuk memastikan bahan-bahan, proses produksi, kemasan hingga distribusi suatu produk telah memenuhi standar syariat Islam, yakni yang tidak mengandung unsur najis dan haram. Di Indonesia mewajibkan sertifikasi halal bagi seluruh produk yang diperdagangkan sesuai dengan aturan Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. (Indonesia, 2014)

## **Urgensi Sertifikasi Halal sebagai Hak Konstitusi Konsumen**

Urgensi sertifikasi halal dalam ruang digital bukan sekadar masalah religius saja, melainkan perwujudan nyata dari hak konstitusional konsumen atas kepastian hukumnya. Pada era digital ini, batas antara produsen dan konsumen menjadi kabur, sehingga regulasi yang diperlukan untuk keamanan produk yang akan dikonsumsi. Berikut adalah urgensi sertifikasi halal sebagai hak konstitusi dalam ruang digital;

### **1. Mandatori Regulasi**

Implementasi mandatori sertifikasi halal melalui UUJPH menandai pergeseran paradigma. Pada era digital, integrasi teknologi menjadi kunci utama dalam efektivitas pengawasan dan pendaftaran. Pencapaian target peluang dan inovasi memerlukan strategi ekosistem halal digital, untuk mencapai target mandatori. Pencapaian ini memerlukan kolaborasi lintas sektor. Platform *e-commerce* besar di Indonesia kini mewajibkan penjualan menyertakan logo halal. Selain itu, sinkronisasi data antara BPJPH

dengan NIB (Nomor Induk Berusaha) melalui OSS (*Online Single Submission*) mempercepat validasi data pelaku usaha yang terdapat pada Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggara Bidang Jaminan Produk Halal. (Republik Indonesia, 2021)

## 2. Kepastian Hukum di Ruang Digital

Bagi masyarakat Muslim, kepastian pada logo halal adalah bagian dari perlindungan dan keamanan saat mengonsumsi produk. Lahirnya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminana Produk Halal (UUJPH) mengubah lahirnya paradigma sertifikasi halal dari sifatnya sukarela menjadi wajib. Pada pasal 4, "Produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikasi halal." Kewajiban ini memberikan kepastian hukum di ruang digital karena;

- a. Standarisasi artinya memberikan parameter yang jelas bagi *platform e-commerce* untuk menyaring produk.
- b. Akuntabilitas, yakni produsen yang mencantumkan logo halal secara ilegal di toko *online* dapat dijerat sanksi pidana maupun administrasi.
- c. *Traceability* (terlacak), yakni pada era digital, regulasi ini menuntut adanya transparansi data. Setiap produk yang beredar wajib memiliki *traceability* yang jelas. Sistem pendataan terintegrasi menggunakan teknologi basis data yang terpusat.

## 3. Perubahan Layanan Halal Digital

Sebelum tahun 2014, sertifikasi halal dikelola sepenuhnya oleh LPPOM MUI sebagai bentuk pengabdian masyarakat. Kini negara mengambil peran regulator melalui BPJPH. Mandatori ini mencakup produk makanan, minuman, jasa penyembelihan, obat-obatan, dan kosmetik secara bertahap. (Republik Indonesia, 2014) konsep Tanggung Jawab Sosial (CSR) dianggap sebagai wilayah moralitas bisnis yang berada diluar jangkauan hukum formal. Perusahaan diberikan keleluasaan untuk menentukan standar kepatuhan mereka melalui mekanisme pelaporan mandiri. Namun, efektivitas dari skema sukarela ini mulai tidak efektif

## Daftar Pustaka

- Aris, Muhammad. (2024) *Masa Depan Industri Halal Indonesia di Era Digital*. Surabaya: Global Press,
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2022). *Panduan Penggunaan SIHALAL untuk Pelaku Usaha*. Jakarta: Kementerian Agama Republik Indonesia.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019.
- Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) terkait standar sertifikasi halal.
- Husni, Laode. (2018). *Perlindungan Konsumen di Era Digital*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. (2022). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Miru, Ahmadi. (2011) *Prinsip-Prinsip Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Munir, A. (2024). *Digitalisasi Halal: Menuju Industri 4.0*. *Jurnal Teknologi Pangan*, 12(2).
- Munir, Ahmad. (2023). "Digitalisasi Sertifikasi Halal: Peluang dan Tantangan." *Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 8(2),
- Peraturan Mahkamah Agung Nomor 1 Tahun 2002 tentang Prosedur Gugatan Perwakilan Kelompok.
- Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021, Pasal 148 mengenai integrasi sistem informasi.
- Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
- Prabowo, S., et al. (2020). "The Role of Blockchain Technology in Halal Supply Chain Management." *International Journal of Halal Research*, Vol. 2(1).
- Rahmadi, Ridwan. (2018). *Hukum Perlindungan Konsumen: Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: UII Press.
- Shidarta. (2000). *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo.

- Suhartanto, D. (2017). *Store Image and Customer Loyalty: The Role of Customer Satisfaction and Trust in Halal Food*. International Journal of Contemporary Hospitality Management.
- Syarifuddin, Muhammad. (2023). *Maqashid Syariah: Dinamika Hukum dalam Menjawab Persoalan Kontemporer*. Jakarta: Kencana.
- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945
- Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.*
- Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang.*
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.*
- World Health Organization. (2022). *Digital Solutions for Food Safety*. WHO Press.


## PROFIL PENULIS



### **Mega Ayu Ningtyas, M.H.**

Menjadi dosen di UIN Sunan Ampel Surabaya sejak tahun 2020 dan juga dosen di Universitas Terbuka sejak tahun 2021. Sebelum mengabdikan diri menjadi dosen, wanita itu kelahiran Kota Madya Madiun, 4 Desember 1993. Penulis mengikuti di bidang hukum saat duduk di bangku Madrasah Aliyah di MAN Negara Bali pada tahun 2008. Meskipun pada saat itu penulis mengambil jurusan IPA, tetapi tidak menutup semangatnya untuk menekuni bidang hukum ini, sehingga pada tahun 2011 penulis merantau ke tanah Jawa ini dan telah melanjutkan pendidikan S1 di UIN Sunan Ampel Surabaya pada tahun 2011-2015. Pada tahun yang sama penulis juga melanjutkan pendidikannya S2 di Universitas Brawijaya Malang pada tahun 2015-2017. Untuk mata kuliah yang diampu dalam UIN Sunan Ampel Surabaya: Hukum Agraria, Ilmu Negara, Simulasi Persidangan Pengadilan Agama. Di Universitas Terbuka, saya mengampu mata kuliah Hukum Agraria dan Hukum Perlindungan Konsumen. Kini, selain menjadi dosen, saya juga aktif sebagai pembina alumni IKADHA (Ikatan Alumni Darul Huda) di Surabaya.

Email Penulis: [megahayu700@gmail.com](mailto:megahayu700@gmail.com)



**BAB 11**

**ASPEK HUKUM TANDA**

**TANGAN DIGITAL DAN**

**PEMBUKTIAN**

**ELEKTRONIK**

---

**Yeni Oktafia, S.H., M. Kn.**  
Universitas Brawijaya



## Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam pola interaksi ekonomi masyarakat, khususnya dalam transaksi antara pelaku usaha dan konsumen (Kurniawan Tri Wibowo, 2025). Digitalisasi mendorong lahirnya berbagai platform perdagangan elektronik (*e-commerce*), layanan keuangan digital, serta berbagai bentuk kontrak elektronik yang memungkinkan transaksi dilakukan secara cepat, efisien, dan lintas batas wilayah. Konsumen kini tidak lagi bergantung pada interaksi fisik, melainkan memanfaatkan media digital sebagai sarana utama dalam melakukan pembelian barang dan jasa.

Namun demikian, transformasi digital tersebut juga menghadirkan tantangan baru, terutama terkait dengan aspek kepercayaan (*trust*) dan keamanan transaksi. Dalam transaksi konvensional, tanda tangan basah berfungsi sebagai bukti persetujuan para pihak, sedangkan dalam transaksi digital, fungsi tersebut digantikan oleh tanda tangan elektronik atau tanda tangan digital (Susanto, 2025). Oleh karena itu, diperlukan mekanisme hukum yang mampu menjamin keabsahan dan keamanan transaksi digital agar hak-hak konsumen tetap terlindungi.

Selanjutnya, tanda tangan digital memiliki peran penting sebagai instrumen autentikasi dalam transaksi elektronik. Keberadaannya tidak hanya menunjukkan persetujuan para pihak, tetapi juga menjamin integritas dokumen serta mencegah terjadinya penyangkalan (*non-repudiation*). Dalam konteks perlindungan konsumen, tanda tangan digital menjadi alat yang krusial untuk memastikan bahwa transaksi yang dilakukan benar-benar sah dan tidak disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab (Hermin, 2024).

Urgensi ini semakin meningkat seiring dengan maraknya transaksi daring yang melibatkan data pribadi dan informasi sensitif konsumen. Tanpa sistem tanda tangan digital yang andal dan diakui secara hukum, konsumen berpotensi mengalami kerugian akibat pemalsuan identitas, manipulasi data, atau penipuan digital. Dengan demikian, pengaturan yang jelas mengenai tanda tangan digital menjadi bagian integral dalam upaya memberikan kepastian hukum dan perlindungan yang optimal bagi konsumen di era digital.

Ditemukan kemudian, bahwa meskipun hukum Indonesia telah mengakui dokumen dan informasi elektronik sebagai alat bukti yang sah, dalam praktiknya masih terdapat berbagai permasalahan terkait pembuktian elektronik, sebagaimana yang diatur dalam Undang-undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya akan disebut “UU ITE”) merupakan landasan hukum utama yang saat ini mengatur kedudukan dokumen dan informasi elektronik sebagai alat bukti yang sah di Indonesia sebagai bentuk perluasan dari alat bukti yang sah sesuai dengan hukum acara yang berlaku di Indonesia.

Namun memang salah satu tantangan utama adalah memastikan keaslian (*authenticity*) dan keutuhan (*integrity*) dari bukti elektronik yang diajukan di pengadilan. Berbeda dengan dokumen fisik, bukti digital rentan terhadap perubahan, manipulasi, maupun pemalsuan tanpa meninggalkan jejak yang mudah dideteksi. Selain itu, masih terdapat kendala dalam hal pemahaman aparat penegak hukum terhadap teknologi digital, termasuk dalam proses verifikasi dan validasi bukti elektronik. Perbedaan standar teknis dan kurangnya infrastruktur pendukung juga menjadi hambatan dalam menilai kekuatan pembuktian dokumen elektronik. Kondisi ini dapat menimbulkan ketidakpastian hukum dan berpotensi merugikan konsumen dalam proses penyelesaian sengketa.

Bab ini membahas aspek hukum tanda tangan digital dan pembuktian elektronik dalam perlindungan konsumen, meliputi dasar hukum, implikasi yuridis, serta kedudukan dokumen elektronik dalam sistem hukum Indonesia. Pembahasan juga mencakup tantangan praktik peradilan dan perkembangan isu hukum transaksi digital sebagai upaya penguatan perlindungan konsumen di era digital.

## **Konsep dan Definisi Tanda Tangan Digital**

Tanda tangan elektronik merupakan informasi elektronik yang dilekatkan, terasosiasi, atau terkait dengan informasi elektronik lainnya dan digunakan sebagai alat verifikasi serta autentikasi. Pasal 1 angka 12 UU ITE mendefinisikan tanda tangan elektronik sebagai

## Daftar Pustaka

- Abdul Aziz, Ike Sumawaty, dan Aqil Farras, “Analisis Yuridis Kekuatan Pembuktian Tanda Tangan Digital Dalam Sengketa Dokumen Elektronik Menurut Hukum Perdata Indonesia,” *Sainmikum* 3, no. 1 (2026): 108–110, <https://doi.org/10.60126/sainmikum.v3i1.1504>.
- Amelia, Rizky, Ilyas Sarbini, Adnan, dan Sukirman. “Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam E-Commerce di Indonesia.” *Fundamental: Jurnal Ilmiah Hukum* 12, no. 1 (Januari–Juni 2023): 199–210.
- Az-Zahra, Fatimah, Rini Marwati, dan Ririn Sispiyati. “Implementasi QR Code dengan Algoritma Secure Hash Algorithm (SHA)-256 dan Rivest Shamir Adleman (RSA) yang Ditingkatkan untuk Autentikasi Dokumen Digital.” *Jurnal EurekaMatika* 12, no. 1 (2024): 11–22.
- Febrianty, Yenny. *Keberadaan Hukum Kenotariatan di Indonesia*. Edited by Komarudin. Indonesia: CV. Green Publisher Indonesia, 2023
- Fernando, Vicky, and Antoni Ludfi Arifin. “Transformasi Digital dan Perlindungan Konsumen: Optimalisasi Peran BPKN dalam Menghadapi Ekonomi Digital.” *Bulletin of Community Engagement* 6, no. 1 (April 2026): 47–56.
- H. Aman dan Linda Firdawati, “Kredibilitas dan Autentikasi Bukti Digital dalam Perkara Perdata Khusus di Pengadilan Agama: Tantangan Penemuan Hukum di Era Artificial Intelligence (AI),” Direktorat Jenderal Badan Peradilan Agama Mahkamah Agung Republik Indonesia, dipublikasikan 13 September 2025, diakses tanggal 7 Mei 2026, DITJEN BADILAG MA RI.
- Hermin. *Regulasi Penandatanganan Secara Elektronik terhadap Akta Autentik*. Uwais Inspirasi Indonesia, 2024.
- Ilyas, dan Abdullah. *Cakrawala Hukum Acara Peradilan Tata Usaha Negara*. Indonesia: Nas Media Pustaka, 2023.
- Kemitraan dan Lembaga Kajian dan Advokasi untuk Independensi Peradilan. *Naskah Akademik Kerangka Hukum Perolehan*,

- Pemeriksaan, dan Pengelolaan Bukti Elektronik (Electronic Evidence)*. Indonesia, 2019.
- Pramono, Nindy, et al. *Sumbangan Pemikiran Hukum Bisnis untuk Pembangunan Indonesia*. Edited by M. Hawin. Divya Media Pustaka, 2024.
- Rudy, M., Wisye Riska Leleallo Sura, dan Muh. Arsul Haq Sulthan. *Hukum Bisnis: Dari Konsep Fundamental hingga Keberlanjutan di Era Digital*. Edited by Muhammad Aksa Ansar. Indonesia: PT Revormasi Jangkar Philosophia, 2025.
- Saraya, Sitta, Anggi Anggraeni Kusumoningtyas, Rahma Melisha Fajrina, Sri Ayu Astuti, Lenny Verawaty Siregar, Rian Mangapul Sirait, Sukmareni Sukmareni, dan Umi Khairiah. *Hukum Telematika: Regulasi, Perlindungan Data, dan Keamanan Siber*. Yayasan Tri Edukasi Ilmiah, 2025.
- Sjahputra, Iman. *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik: Ditinjau dari Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen dan Hukum Siber*. Bandung: Penerbit Alumni, 2021.
- Susanto. *Hukum Perdata Kontemporer*. Yogyakarta: Deepublish, 2025.
- Tri Wibowo, Kurniawan. *Aspek Hukum dalam Dunia Digital*. Sada Kurnia Pustaka, 2025.
- Wijaya, Anggi Hadi. *Buku Ajar Keamanan Jaringan Komputer*. CV Eureka Media Aksara, 2026.

## PROFIL PENULIS




### **Yeni Oktafia, S.H., M. Kn.**

Ketertarikan penulis terhadap bidang perdata, ketenagakerjaan, ekonomi dan bisnis, khususnya hukum perjanjian, telah muncul sejak masa perkuliahan di Fakultas Hukum Universitas Brawijaya, tempat penulis berhasil meraih gelar Sarjana Hukum. Ketertarikan tersebut semakin berkembang sehingga mendorong penulis melanjutkan studi ke jenjang Magister

Kenotariatan di universitas yang sama. Selain itu, penulis juga menempuh pendidikan advokat untuk memperluas wawasan praktik hukum.

Dalam perjalanan karir profesionalnya, penulis pernah dipercaya sebagai Kepala Divisi Hukum dan Kepegawaian pada Badan Pengelola Usaha Universitas Brawijaya. Pengalaman ini memperkaya pemahaman penulis mengenai praktik hukum perdata, khususnya ketenagakerjaan, lebih spesifik lagi dalam bidang pengelolaan kontrak, hubungan kerja, dan kebijakan kelembagaan. Saat ini, penulis aktif berkarir sebagai dosen di Fakultas Hukum Universitas Brawijaya sekaligus menjadi editor pada Brawijaya Law Journal. Bidang kajian yang menjadi fokus utama penulis meliputi Hukum Perdata, Hukum Perjanjian, Hukum Ketenagakerjaan, serta isu-isu hukum terkait perempuan dan adat. Penulis berkomitmen untuk terus meneliti dan menulis dengan tujuan memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu hukum di Indonesia.

Email penulis: [yeni.oktafia@ub.ac.id](mailto:yeni.oktafia@ub.ac.id)



**BAB 12**

**ASPEK HUKUM DALAM**

**PROMOSI DAN LABEL**

**PRODUK**

---

**Husni Kurniawati, S.H., M.H.**  
Universitas 17 Agustus 1945 Semarang



## **Kerangka Regulasi Promosi dan Pelabelan Produk di Indonesia**

### **1. Pengertian Promosi dan Label dalam Perspektif Hukum**

Dalam kehidupan perekonomian modern, promosi dan pelabelan produk merupakan dua instrumen penting yang menghubungkan antara pelaku usaha dengan konsumen. Keduanya tidak hanya berfungsi sebagai sarana pemasaran dalam informasi suatu produk, tetapi juga menjadi objek pengaturan hukum yang penting demi terwujudnya keseimbangan antara kepentingan bisnis dan perlindungan konsumen.

Secara yuridis, pengertian promosi sendiri dapat ditemukan dalam Pasal 1 angka 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK), yang berbunyi, "Promosi sebagai kegiatan pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu barang dan/atau jasa untuk menarik minat beli konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang akan dan sedang diperdagangkan." Definisi ini menegaskan bahwa setiap kegiatan promosi pada hakikatnya adalah penyampaian informasi dari suatu produk, sehingga akurasi dan kejujuran informasi menjadi inti dari legalitas suatu promosi.

Adapun label produk secara umum dipahami sebagai keterangan mengenai produk yang dilekatkan pada kemasan atau badan produk itu sendiri. Label merupakan suatu bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau penjualnya (Angipora, 2002). Taufik H. Simatupang menyatakan bahwa iklan dan label merupakan dua media utama komunikasi antara pelaku usaha dan konsumen, yang apabila tidak diatur secara ketat, dapat menjadi sarana eksploitasi informasi terhadap pihak yang lebih lemah, yaitu konsumen (Simatupang, 2004). Pandangan ini menempatkan regulasi promosi dan label bukan semata sebagai kebutuhan administratif, melainkan sebagai imperatif keadilan.

### **2. Dasar Hukum Utama: UU No. 8/1999, UU No. 18/2012, dan Peraturan BPOM**

Kerangka regulasi promosi dan pelabelan produk di Indonesia bertumpu pada tiga pilar utama. Pertama, Undang-Undang Nomor

8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menjadi landasan umum bagi seluruh aspek hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen. Kedua, Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan yang memuat ketentuan khusus mengenai pelabelan dan iklan produk pangan dan Peraturan Pemerintah. Ketiga, berbagai peraturan teknis yang diterbitkan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) sebagai regulator sektoral.

Dalam UUPK, pengaturan mengenai promosi dan iklan tersebar di beberapa pasal, yakni Pasal 8, 9, 10, 12, 13, 17, dan 20. Pasal-pasal ini secara garis besar melarang pelaku usaha menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, atau seolah-olah barang tersebut memiliki keistimewaan, kualitas, mutu, atau manfaat yang tidak sesuai dengan kenyataan (Muhajirin, 2019). Sementara itu, Pasal 20 UUPK menegaskan bahwa pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut.

Regulasi mengenai pelabelan diatur berdasarkan penggunaan label, misalnya mengenai pangan yang terdapat dalam UU Pangan beserta turunannya, Peraturan Perdagangan mengenai keharusan label Bahasa Indonesia pada barang, dan label mengenai kandungan gizi yang diatur secara khusus dalam peraturan BPOM, yakni Peraturan BPOM Nomor 31 Tahun 2018 jo. Peraturan BPOM Nomor 6 Tahun 2024.

### **3. Prinsip Kejujuran, Keterbukaan Informasi, dan Larangan Menyesatkan Konsumen**

Di antara seluruh prinsip hukum yang mengatur promosi dan pelabelan, prinsip kejujuran (*good faith*) dan keterbukaan informasi merupakan hal yang fundamental. Perlindungan konsumen pada dasarnya dibangun di atas asas keseimbangan, yang menghendaki agar konsumen memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan suatu produk (Miru, 2004). Ketimpangan informasi antara pelaku usaha dan konsumen yang dalam ilmu ekonomi dikenal sebagai "*information*

## Daftar Pustaka

- Angipora, M. (2002) *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Ariawan, I Made Edy; Citra, M.E.A. (2025) "TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA PERIKLANAN TERHADAP SIARAN IKLAN YG MERUGIKAN KONSUMEN," *JUMAHA Fakultas Hukum Universitas Denpasar*, 05(02), pp. 224–231. Available at: <https://doi.org/10.36733/jhm.v5i02>.
- Cahyani, I.R. (2022) "ANALISIS TERHADAP PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN DI INDONESIA MENGENAI KETIDAKSESUAIAN LABEL PRODUK SUPLEMEN," *Jurnal Hukum Lex Generalis*, 3(12), pp. 1000–1010. Available at: <https://ojs.rewangrencang.com/index.php/JHLG/article/view/725>.
- Faturrahman, M. a. (2025) "Perlindungan Konsumen Terhadap Potensi Misinformasi Dalam Iklan Produk Air Minum Aqua Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999," *PROGRESIF: Jurnal Hukum*, 19(2), pp. 61–76. Available at: <https://doi.org/10.33019/7cftx431>.
- Hidayat, Muh Taufik; Sumaragatha, I.G.B.S. (2025) "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Iklan Dan Dan Penjualan Produk Ilegal Pada Marketplace Facebook," *Jurnal Commerce Law*, 5(2), pp. 471–479. Available at: <https://doi.org/10.29303/commercelaw.v5i2>.
- Ikhsani, Dio Viragus ; Amir, D. (2022) "anggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen atas Iklan yang Menyesatkan Ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen," *Zaaken: Journal of Civil and Bussiness Law*, 3(1), pp. 76–91. Available at: <https://doi.org/10.22437/zaaken.v3i1.14634>.
- Kolodinsky, J. (2012) "Twenty-First Century Realities Persistence of Health Labeling Information Asymmetry in the United States: Historical Perspectives and," *Journal of Macromarketing*, 32(2), pp. 193–207. Available at: <https://doi.org/10.1177/0276146711434829>.

Kusyanto (2024) "TINDAK PIDANA TIDAK MENGGUNAKAN LABEL BERBAHASA INDONESIA PADA BARANG YANG DIPERDAGANGKAN DI DALAM Kusyanto," *Jurnal Ilmu Hukum "THE JURIS*, VIII(1), pp. 163-173. Available at: <https://doi.org/10.56301/juris.v8i1>.

Miru, A.M.S.Y. (2004) *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Muhajirin (2019) "IKLAN DALAM PERSPEKTIF FILSAFAT HUKUM ISLAM DAN PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN DI INDONESIA : Studi Analisis Terhadap Konsep Iklan dalam Tinjauan Teori Maqâshid Al- Syari'ah dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen," *Al-Mashlahah: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam*, 7(01), pp. 63-82.

Simatupang, T.H. (2004) *Aspek Hukum Periklanan dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.

## PROFIL PENULIS




### **Husni Kurniawati, S.H., M.H.**

Ketertarikan penulis terhadap ilmu hukum dimulai pada tahun 2016 silam. Hal tersebut membuat penulis memilih untuk masuk ke Fakultas Hukum Universitas Diponegoro dengan konsentrasi Hukum Perdata dan berhasil menyelesaikan studi S1 pada awal tahun 2020. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan jenjang S2 di Universitas Diponegoro dengan mengambil konsentrasi Hukum Ekonomi dan Bisnis dan berhasil menyelesaikan studi pada tahun 2022. Selain fokus pada perkuliahan selama studi S1 maupun S2, penulis juga aktif di berbagai organisasi internal fakultas maupun organisasi kepenulisan nasional.

Sebagai dosen muda, penulis memiliki kepakaran di bidang Hukum Perdata yang meliputi pula Hukum Perlindungan Konsumen. Untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional seiring jalannya waktu, penulis pun aktif sebagai peneliti di bidang kepakarannya tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan dan diterbitkan di portal jurnal terakreditasi. Buku ini adalah buku kolaborasi kedua yang penulis tulis. Dengan menulis buku, penulis berharap dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan, terutama di bidang hukum acara perdata, seiring dengan perkembangan zaman.

Email penulis: [husnikurnia1@gmail.com](mailto:husnikurnia1@gmail.com).



**BAB 13**  
**PERLINDUNGAN**  
**KONSUMEN PADA**  
**SEKTOR KEUANGAN**  
**DIGITAL**

---

**Dr. Susilowardani, S.H., M.Kn..**  
Universitas Surakarta



Perkembangan teknologi telah memasuki berbagai sektor kehidupan masyarakat Indonesia. Salah satu sektor kehidupan bermasyarakat yang mengalami perubahan yaitu sektor keuangan digital. Kondisi yang demikian pada satu sisi memang mempunyai berbagai manfaat bagi konsumen, karena kebutuhan akan produk jasa keuangan bisa dengan mudah diakses dan bisa secara cepat digunakan, sehingga masyarakat sebagai konsumen layanan jasa keuangan digital bisa menikmati kemudahan akses tersebut. Namun di sisi lain fenomena ini mengakibatkan ketidakseimbangan kedudukan konsumen dan produsen penyedia layanan jasa keuangan digital. Hal ini tentunya membutuhkan analisis secara komprehensif mengenai perlindungan konsumen pada sektor keuangan digital, agar kedudukan konsumen dan produsen seimbang dan terwujudnya perlindungan hukum bagi seluruh masyarakat Indonesia, khususnya bagi konsumen sektor jasa keuangan digital di Indonesia.

### **Layanan Jasa Keuangan Digital di Indonesia**

Sebelum membahas lebih jauh mengenai perlindungan hukum bagi konsumen pada sektor jasa keuangan digital, perlu diketahui bahwa yang dimaksud dengan keuangan digital meliputi seluruh aktivitas layanan jasa keuangan yang menggunakan teknologi informasi sebagai sarana dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Layanan jasa keuangan digital terdiri dari *mobile banking*, *financial technology*, uang elektronik, sistem pembayaran digital, asuransi digital, dan investasi digital (Reza & Susanti, 2019).

Jasa keuangan digital yang berupa *mobile banking* merupakan inovasi yang dikembangkan oleh perbankan dalam memberikan layanan kepada konsumen perbankan dengan memanfaatkan teknologi informasi guna menghimpun dana dari masyarakat serta menyalurkan dana kepada masyarakat sebagai konsumen perbankan atau nasabah (Tarigan, 2019). Penggunaan teknologi informasi dalam layanan *mobile banking* sangat mempermudah nasabah dalam bertransaksi keuangan, salah satunya yaitu nasabah tidak perlu datang untuk menunggu dan mengantre di bank dalam melakukan transaksi keuangan, namun cukup menggunakan layanan *mobile*

*banking* melalui ponsel masing-masing nasabah, sudah bisa menggunakan seluruh layanan jasa keuangan yang disediakan oleh bank.

Layanan jasa keuangan digital lainnya, yaitu *financial technology*, jenis layanan jasa keuangan digital ini setidaknya ada dua jenis *platform* digital. Jenis yang pertama, yaitu *platform* penyedia tempat pertemuan secara daring antara pencari dana dan pemberi dana secara daring, yang sering dikenal dengan *peer to peer lending*. Salah satu contohnya yaitu Amartha. Jenis layanan jasa *financial technology* lainnya yaitu layanan keuangan berupa *platform* yang menyediakan tempat daring untuk penggalangan dana guna pembiayaan proyek dan kegiatan sosial, yang sering dikenal dengan sebutan "*crowdfunding*." Salah satu contohnya yaitu Kitabisa.com (Benuf et al., 2020).

Jasa keuangan digital berikutnya yaitu uang elektronik (*electronic money* atau sering dikenal dengan sebutan *e-money*). Penggunaan uang elektronik dalam transaksi keuangan masyarakat Indonesia sudah sangat lazim. Pelaku usaha maupun masyarakat sebagai konsumen menggunakan layanan uang elektronik sebagai alat pembayaran yang sama nilainya dengan uang kertas. Penggunaan uang elektronik untuk bertransaksi jual beli bisa menggantikan fungsi uang kertas yang selama ini digunakan untuk bertransaksi jual beli. Uang elektronik (*electronic money/e-money*), yang sering digunakan dalam transaksi di Indonesia yaitu GoPay, OVO, dan Dana (Honggowongso & Kholil, 2021). Keberadaan uang elektronik telah mempermudah konsumen yang merupakan pengguna layanan jasa uang elektronik dalam bertransaksi, karena tidak harus repot untuk membawa uang kertas.

Layanan jasa keuangan lainnya, yaitu asuransi digital (*digital insurance*), merupakan lembaga keuangan penyedia layanan jasa perlindungan finansial berupa pengalihan risiko dari konsumennya kepada perusahaan tersebut. Dalam konteks asuransi digital, semua produk asuransi tersebut dipasarkan, dikelola, dan diklaim secara elektronik melalui *platform* digital yang disediakan oleh perusahaan asuransi digital. Penggunaan asuransi digital memungkinkan penyedia layanan dan pengguna layanan jasa asuransi digital tidak saling bertemu, cukup melalui komunikasi secara daring. Salah satu

## Daftar Pustaka

- Agus Satory. (2015). Perjanjian Baku dan Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Bisnis Sektor Jasa Keuangan: Penerapan dan Implementasinya di Indonesia. *Padjadjaran Journal of Law*, 2(2), 269–290. <https://doi.org/https://doi.org/10.22304/pjih.v2n2.a4>
- Budiono, H. (2006). *Asas Keseimbangan bagi Hukum Perjanjian Indonesia*. Citra Aditya Bakti.
- Ery Agus Priyono. (2020). *Bunga Rampai: Potret Perjanjian Baku (Ketika Ruh Ditinggalkan Jasadnya)*. Penerbit Yiga Pratama.
- Hadjon, P. M. (1987). *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*. Bina Ilmu.
- Herdian Ayu Andreana Beru Tarigan, D. H. P. (2019). Protection of Customers For Management of Digital Banking Services (Study at PT. BRI Unit Boyolali). *Hang Tuah Law Journal*, 2(2), 170–179. doi: <http://dx.doi.org/10.30649/htlj.v3i2.128>
- Heru Krehsna Reza, M. S. (2019). *Keuangan Digital (I)*. Yayasan Wiyata Bestari Samasta.
- Honggowongso, M. S., & Kholil, M. (2021). Legalitas Bitcoin Dalam Transaksi E-Commerce Sebagai Pengganti Uang Rupiah. *Jurnal Privat Law*, 9(Vol 9, No 1 (2021): Januari-April), 143–154.
- Inosentius Samsul. (2004). *Perlindungan Konsumen – Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*. Universitas Indonesia.
- Khoirum Lutfiyah. (2021). Equality before the Law Principle and the Legal Aid for the Poor: An Indonesian Insight. *The Indonesian Journal of International Clinical Legal Education*, 4(3), 517–536. <https://doi.org/https://doi.org/10.15294/ijicle.v3i4.48292>
- Kornelius Benuf, Ery Agus Priyono, Siti Mahmudah, Siti Malikhatun Badriyah, Bagus Rahmanda, A. S. (2020). Efektifitas Pengaturan dan Pengawasan Bisnis Financial Technology (Peer to Peer Lending) di Indonesia. *Pandecta: Jurnal Penelitian Ilmu Hukum (Research Law Journal)*, 15(2), 210–230.
- M. Roesli, S. S. B. N. (2019). Kedudukan Perjanjian Baku Dalam Kaitannya Dengan Asas Kebebasan Berkontrak. *DIH: Jurnal Ilmi*

*Hukum*, 15(1), 1–8. <https://doi.org/http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/dih/article/view/2260>

Rezky, W. A. S., & Tadjuddin, N. (2018). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Mitra Wacana Media.

Saiful Arifin, Chyntia Hutagalung, D. R. N. (2025). Peluang Dan Tantangan Digitalisasi Dalam Industri Asuransi. *Honeste Vivere*, 32(2), 196–205. <https://doi.org/https://doi.org/10.55809/hv.v35i2.441>

Sidabalok, J. (2010). *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Citra Aditya Bakti.

Yahya Harahap. (2019). *Hukum Acara Perdata*. Sinar Grafika.

## PROFIL PENULIS




### **Dr. Susilowardani, S.H., MKn.**

Penulis mempunyai ketertarikan terhadap ilmu hukum, hal tersebut membuat penulis memilih masuk ke Fakultas Hukum. Adapun riwayat pendidikan penulis sebagai berikut: S-1 (SH) dari Universitas Diponegoro (Semarang) lulus 1990; S-2 (MKn) dari Universitas Sebelas Maret (Surakarta) lulus 2015; S-3 (Program Doktor Ilmu Hukum) dari Universitas Sebelas Maret (Surakarta) lulus 2019. Sebelum menjadi dosen penulis telah bekerja di berbagai bank swasta di Indonesia. Selain sebagai Dosen di Universitas Surakarta, Penulis juga sebagai dosen di Magister Kenotariatan UNS, Penulis juga berprofesi sebagai Notaris dan PPAT di Kabupaten Sukoharjo.

Penulis mempunyai kepakaran di bidang Ilmu Hukum khususnya di Hukum Keperdataan dan Hukum Bisnis. Untuk mewujudkan karier sebagai dosen profesional, penulis aktif di bidang kepakarannya tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan baik itu penelitian berupa jurnal bereputasi (Scopus) maupun terakreditasi (Sinta 3). Saat ini penulis juga aktif dalam organisasi profesi antara lain INI dan IPPAT, dan sebagai anggota Asosiasi Pengajar Hukum Keperdataan (APHK). Aktif sebagai narasumber dan fasilitator di berbagai seminar, lokakarya dan pelatihan baik lokal, regional maupun nasional khususnya dalam isu pertanahan, perbankan, hukum bisnis, kenotariatan, dan persoalan keperdataan lainnya.

Email Penulis : [susilowardani99@gmail.com](mailto:susilowardani99@gmail.com)



**BAB 14**

**PERLINDUNGAN**

**KONSUMEN DALAM**

**TRANSAKSI LINTAS**

**NEGARA**

---

**Devin Irwan Jinoto, S.H., M.H.**  
Universitas Brawijaya



Globalisasi, kemajuan teknologi informasi, dan berkembangnya perdagangan digital telah mengubah cara konsumen memperoleh barang dan jasa. Transaksi yang dahulu dilakukan secara langsung dalam satu negara kini dapat berlangsung secara elektronik antara konsumen dan pelaku usaha di negara berbeda. Di Indonesia, perubahan ini telah diakomodasi melalui Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, yang menegaskan bahwa perdagangan dapat dilakukan di dalam negeri maupun melintasi batas negara. Sehingga transaksi lintas negara telah menjadi bagian dari praktik perdagangan masa kini dan memerlukan pengaturan hukum yang memadai (Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik).

Transaksi lintas negara memberikan manfaat bagi konsumen karena memperluas pilihan produk dan jasa serta meningkatkan kemudahan, efisiensi waktu, dan biaya. Namun, kondisi ini juga menimbulkan berbagai risiko, seperti informasi yang keliru serta barang atau jasa yang tidak sesuai dengan yang ditawarkan, kesulitan pengembalian dana, klausula baku yang merugikan, dan penyalahgunaan data pribadi. OECD dan ASEAN sama-sama menekankan pentingnya perlindungan konsumen dalam *e-commerce* terhadap prinsip keadilan, keterbukaan informasi, keamanan pembayaran, penyelesaian sengketa, dan perlindungan data konsumen (OECD, n.d.; United Nations Conference on Trade and Development [UNCTAD], n.d.).

Dibandingkan transaksi domestik, transaksi lintas negara jauh lebih kompleks karena melibatkan persoalan yurisdiksi, pilihan hukum, pembuktian elektronik, serta pelaksanaan hak konsumen terhadap pelaku usaha di luar negeri. Di samping itu, penyusunan kontrak standar secara sepihak semakin melemahkan posisi tawar konsumen. Oleh sebab itu, perlindungan konsumen dalam transaksi lintas negara tidak dapat hanya bertumpu pada asas kebebasan berkontrak, melainkan juga harus didasarkan pada prinsip keadilan, keseimbangan, dan perlindungan bagi pihak yang posisinya lebih lemah (Shidarta, 2004).

Dalam tataran normatif, Indonesia telah menetapkan sejumlah perangkat hukum untuk menjamin perlindungan bagi konsumen, antara lain Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik beserta perubahannya, Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023, dan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi. Di tingkat internasional, penguatan perlindungan konsumen juga tercermin dalam pedoman PBB dan ASEAN. Dengan demikian, perlindungan konsumen dalam transaksi lintas negara adalah isu hukum yang menuntut sinergi antara hukum nasional, prinsip internasional, dan perkembangan perdagangan digital global (Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen; Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan; Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik; Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik; Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi; Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik).

### **Konsep dan Dasar Hukum Perlindungan Konsumen**

Pada dasarnya, perlindungan konsumen mencakup seluruh langkah yang dilakukan untuk menjamin kepastian hukum bagi konsumen dalam memperoleh, memakai, dan memanfaatkan barang dan/atau jasa. Dalam sistem hukum Indonesia, konsep tersebut tidak semata-mata dimaknai sebagai perlindungan yang diberikan setelah kerugian terjadi, melainkan juga meliputi upaya pencegahan, pengaturan terhadap perilaku pelaku usaha, penyampaian informasi yang akurat, serta penegakan mekanisme pemulihan ketika hak-hak konsumen dilanggar (Shidarta, 2004; Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen).

## Daftar Pustaka

- Balirahajeng, N., & Ramli, T. (2021). Penegakan hukum perlindungan konsumen platform *e-commerce* yang mengalami kebocoran data pribadi ditinjau dari Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
- Isnaini, M. (2019). Penyelesaian sengketa konsumen melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dalam perspektif hukum perlindungan konsumen. Jakarta: Pustaka Obor.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD).
- Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
- Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
- Shidarta. (2004). Hukum perlindungan konsumen. Jakarta: Grasindo.
- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi.
- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD).

## PROFIL PENULIS




### **Devin Irwan Jinoto, S.H., M.H.**

Penulis adalah dosen tetap pada Fakultas Hukum Universitas Brawijaya dengan bidang keahlian hukum perdata. Ia menyelesaikan pendidikan Sarjana Hukum di Universitas Merdeka Malang dan melanjutkan studi Magister Hukum hingga memperoleh gelar M.H. Dalam kapasitasnya sebagai akademisi, penulis aktif melaksanakan kegiatan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Pengalaman akademiknya diperkuat dengan keterlibatan dalam penulisan dan penerbitan buku serta artikel ilmiah di bidang hukum perdata, yang berfokus pada analisis normatif dan praktik penerapan hukum di Indonesia.

Buku ini disusun sebagai wujud kontribusi penulis dalam memperkaya literatur hukum perlindungan konsumen, khususnya perlindungan konsumen dalam transaksi lintas negara. Sehingga buku ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa, akademisi, praktisi, maupun pihak-pihak lain yang memiliki perhatian terhadap perkembangan hukum perlindungan konsumen.


Email Penulis: [devinirwanjinoto@ub.ac.id](mailto:devinirwanjinoto@ub.ac.id)



**BAB 15**  
**PERLINDUNGAN**  
**KONSUMEN PADA**  
**TRANSAKSI ASET**  
**KRIPTO DAN *NON-***  
***FUNGIBLE TOKEN (NFT)***

---

**Miko Aditiya Suharto, S.H., M.H.**  
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur



## Fenomena Aset Kripto Dan *NFT* Dalam Ekonomi Digital

Perkembangan teknologi *blockchain* telah melahirkan teknologi digitalisasi keuangan model baru. *Blockchain* merupakan teknologi yang berperan sebagai buku besar digital terdistribusi (*distributed ledger*) yang digunakan untuk mencatat suatu transaksi pada sebuah jaringan komputer. Teknologi ini memungkinkan banyak pihak untuk mencatat transaksi yang diklaim secara aman dan transparan tanpa memerlukan otoritas aset kripto sebagai instrumen keuangan digital yang bersifat terdesentralisasi. Sistem ini disebut dengan keuangan terdesentralisasi ini atau yang disebut dengan Decentralized Finance (*DeFi*). (Moro-Visconti & Cesaretti, 2023, p. 289)

*DeFi* merupakan teknologi buku besar terdistribusi yang bersifat terdesentralisasi dengan jaringan *peer-to-peer*. Teknologi ini memungkinkan pencatatan seluruh transaksi secara aman, transparan, dan tidak dapat diubah pada berbagai komputer. (Allen, 2021, p. 114) Aplikasi *DeFi*, yang juga dikenal dengan nama lain sebagai *decentralized applications* (*dApps*), menyediakan antarmuka bagi pengguna untuk mengakses layanan keuangan yang beroperasi di atas sistem *blockchain*. Selain itu, *DeFi* bergantung pada *smart contract* yang berjalan secara otomatis di dalam *blockchain* yang bekerja mengatur ketentuan dan instruksi dituliskan secara langsung dalam bentuk kode serta dijalankan oleh sistem tersebut. (Moro-Visconti & Cesaretti, 2023, p. 17)

Tujuan sistem ini diciptakan adalah untuk menggantikan pengelolaan uang terpusat secara tradisional seperti bank dengan memanfaatkan kode pemrograman otomatis melalui *smart contract*. (Beutin, Boran, Kevin, Kunz, & Gellecom, 2023) *Smart contract* merupakan program komputer atau protokol transaksi yang dirancang untuk berjalan secara otomatis setelah serangkaian kondisi yang telah ditentukan sebelumnya terpenuhi. *Smart contract* tidak mengandung kata-kata hukum atau kewajiban kontraktual yang mengikat. Sebaliknya, mereka adalah “skrip” komputer yang dirancang untuk memfasilitasi transaksi tanpa menggunakan pihak ketiga. (Mittal, 2020, p. 40) Selain menghadirkan efisiensi dan transparansi, penerapan *smart contract* dalam ekosistem *DeFi* juga

membuka peluang inovasi layanan keuangan yang lebih luas. Berbagai instrumen keuangan seperti pinjam-meminjam, perdagangan aset digital, hingga produk derivatif dapat dijalankan secara otomatis tanpa campur tangan lembaga perantara. Hal ini tidak hanya menekan biaya operasional, tetapi juga mempercepat proses transaksi serta memperluas akses masyarakat terhadap layanan keuangan global. Dengan demikian, *DeFi* dipandang sebagai salah satu terobosan penting dalam transformasi sistem keuangan modern yang berbasis teknologi *blockchain*.

*Cryptocurrency* dapat berfungsi sebagai alat tukar, penyimpan nilai, maupun instrumen investasi (Stock, 2022, p. 88) Koin kripto juga memiliki karakteristik khusus seperti keterbatasan jumlah pasokan (*limited supply*) yang ditentukan oleh protokol, sifat transparan karena seluruh transaksi tercatat secara publik di *blockchain*, serta kemampuan untuk diprogram melalui *smart contract* yang memungkinkan terciptanya berbagai aplikasi keuangan terdesentralisasi. Dengan sifat-sifat tersebut, *cryptocurrency* tidak hanya dipandang sebagai alternatif mata uang digital, tetapi juga sebagai fondasi bagi lahirnya ekosistem baru seperti *DeFi* dan *NFT*, yang memperluas fungsi aset kripto dari sekadar alat tukar menjadi instrumen inovasi dalam keuangan dan kepemilikan digital.

*DeFi*, selain mendorong lahirnya *cryptocurrency*, juga turut mendorong lahirnya ekosistem baru dalam dunia aset digital *Non-Fungible Token* (*NFT*). *NFT* merupakan aset kripto unik yang tidak dapat ditukar secara setara karena masing-masing memiliki identitas, metadata, dan nilai yang berbeda. (Moro-Visconti & Cesaretti, 2023, p. 7) Jika *DeFi* berfokus pada layanan keuangan terdesentralisasi, maka *NFT* memperluas pemanfaatan teknologi *blockchain* ke ranah kepemilikan digital, seperti karya seni, musik, koleksi, hingga aset *virtual* dalam *metaverse*. Hubungan antara *DeFi* dan *NFT* terlihat jelas pada penggunaan *smart contract* yang sama-sama menjadi fondasi keduanya. *DeFi* memanfaatkan *smart contract* untuk transaksi keuangan otomatis, sedangkan *NFT* menggunakannya untuk menjamin keaslian, kepemilikan, dan kelangkaan aset digital. Dengan demikian, lahirnya *NFT* memperkaya ekosistem *blockchain*, menjadikan teknologi ini tidak hanya sebagai alternatif sistem

## Daftar Pustaka

- AL. (2024, Desember 6). *Cara Kerja NFT: Ungkap Rahasia Aset Digital Unik*. Retrieved from Indodax Academy: <https://indodax.com/academy/cara-kerja-nft-aset-digital/>
- Allen, K. W. (2021). *NFT : Investing for Beginner*. Independently published.
- Beutin, N., Boran, D., Kevin, K., Kunz, W., & Gellecom, F. S.-V. (2023). *The Great Web 3.0 Glossary*. Frankfurt: dfv Mediengruppe.
- EH. (2024, Desember 20). *Perbedaan NFT dan Crypto: Konsep, Fungsi, dan Kegunaannya*. Retrieved from Indodax Academy: <https://indodax.com/academy/perbedaan-NFT-dan-crypto/>
- Kartika, F., Ihsan, M., Gunawan, B., & Ilvira, M. (2025). PENGAWASAN PASAR NFT DI INDONESIA: PERLINDUNGAN HUKUM HAK CIPTA DAN MEKANISME PENYELESAIAN SENGKETA. *Law jurnal*, V(2), 136-145.
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- Mittal, A. (2020). *Smart Contract Development with Solidity and Ethereum*. New Delhi: BPB Publications.
- Moro-Visconti, R., & Cesaretti, A. (2023). *Digital Token Valuation : Cryptocurrencies, NFTs, Decentralized Finance, and Blockchains*. Cham: Palgrave macmillan. doi:<https://doi.org/10.1007/978-3-031-42971-2>
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 23/6/PBI/2021 tentang Penyedia Jasa Pembayaran.
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 27 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Perdagangan Aset Keuangan Digital Termasuk Aset Kripto.
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2025 tentang Perubahan atas Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 27 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Perdagangan Aset Keuangan Digital Termasuk Aset Kripto.

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Sanjaya, S. (2026). HAK MILIK ATAS ASET DIGITAL DI ERA BLOCKCHAIN: TANTANGAN HUKUM PERDATA TERHADAP NFT, TOKENISASI TANAH VIRTUAL, DAN PERLINDUNGAN PEMILIK DI METAVERSE. *Berajah Jurnal*, 6(1), 132-142.

Stock, B. (2022). *Metaverse*. Blockchain NFT Academy.

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi.

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

## PROFIL PENULIS




### **Miko Aditiya Suharto, S.H., M.H.**

Penulis merupakan seorang dosen Fakultas Hukum Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur. Penulis menempuh pendidikan S1 di Prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum Universitas Brawijaya Malang, pada tahun 2009 dengan konsentrasi Hukum Internasional. Pada tahun 2015, penulis melanjutkan pendidikan S2 di Prodi Magister Hukum, Fakultas Hukum Universitas Airlangga dengan konsentrasi Hukum Internasional. Penulis memiliki kepakaran pada Hukum Humaniter Internasional, khususnya pada bidang *Cyber Warfare* dan *Asymetric Warfare*.

Sebelum menjadi dosen, penulis bekerja pada Biro Hukum Sekretariat Jenderal Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia sebagai tenaga ahli di bidang hukum dan pengelola jaringan dokumentasi dan informasi hukum di lingkungan Kementerian Dalam Negeri. Penulis memiliki kegemaran menyelamatkan ikan yang tenggelam (memancing), merakit PC, dan *simple coding*. Kegemaran Penulis pada informasi dan teknologi inilah yang membuat Penulis juga mendalami hukum telematika di samping hukum internasional. Harapan penulis, ilmu yang dibagikan penulis dari karya ini dapat berguna bagi bangsa dan negara, terutama dapat memberikan kesadaran kepada pembaca mengenai pentingnya kesadaran terhadap perkembangan teknologi di era global saat ini.

Email penulis: [miko.aditiya.ih@upnjatim.ac.id](mailto:miko.aditiya.ih@upnjatim.ac.id)



**BAB 16**  
**TANGGUNG JAWAB**  
**PRODUK (*PRODUCT***  
***LIABILITY*) DALAM**  
**CACAT BARANG**

---

**Dr. Hj. Nur Chasanah, S.H., M.H.**  
Universitas Islam Kadiri (UNISKA)



## Pengertian dan Konsep Tanggung Jawab Produk

Tanggung jawab produk dalam hukum perlindungan konsumen merujuk pada kewajiban pelaku usaha untuk memastikan bahwa barang atau jasa yang mereka tawarkan kepada konsumen bebas dari cacat yang dapat membahayakan atau merugikan konsumen. Hal ini bertujuan agar konsumen terlindungi dari potensi bahaya atau kerugian yang timbul akibat penggunaan produk yang tidak aman. Pelaku usaha harus memastikan bahwa produk yang dijual aman digunakan, sesuai dengan standar yang dijanjikan, dan tidak membahayakan kesehatan atau keselamatan konsumen. Dalam hal terjadi cacat pada produk yang dapat merugikan konsumen, pelaku usaha dapat dimintai pertanggungjawaban atas kerugian yang timbul, baik berupa pengembalian uang, penggantian barang, atau bentuk kompensasi lainnya (Setyawan & Mardjiono, 2025).

Sebagai contoh, Toyota, perusahaan otomotif besar, melakukan penarikan atau *recall* terhadap sekitar 1,43 juta mobil di Indonesia pada tahun 2016. Ini dilakukan karena masalah sistem pengereman yang tidak sesuai dengan produksi. Antara tahun 2014 dan 2015, Toyota Avanza dan Toyota Vios mengalami masalah ini. Cacat ini dapat menyebabkan sistem pengereman tidak berfungsi dengan baik, berbahaya bagi pengemudi dan penumpang. Toyota bertanggung jawab atas produk yang cacat yang telah dijual ke pelanggan dalam hal ini dengan memberikan perbaikan gratis pada mobil yang teridentifikasi.

Dalam hal ini, Toyota Indonesia tidak hanya memenuhi kewajibannya untuk memperbaiki kerusakan yang terjadi, tetapi juga memberikan layanan kepada konsumen untuk memastikan bahwa kendaraan yang mereka gunakan aman. Pelaku usaha, dalam hal ini Toyota, terikat pada ketentuan yang diatur dalam Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen, yang mengharuskan pelaku usaha memberikan produk yang bebas dari cacat dan sesuai dengan standar kualitas yang dijanjikan. Penggantian atau perbaikan mobil secara gratis ini merupakan contoh bagaimana tanggung jawab produk diterapkan secara konkret oleh pelaku usaha.

Tanggung jawab produk ini juga mencakup kewajiban untuk memberikan informasi yang jelas mengenai produk yang dijual. Jika ada potensi risiko atau cacat yang dapat membahayakan konsumen, pelaku usaha wajib memberi tahu konsumen melalui label, petunjuk, atau peringatan. Dalam kasus Toyota, perusahaan memberikan informasi yang jelas kepada konsumen yang terdampak mengenai perbaikan yang diperlukan dan cara untuk memeriksakan mobil mereka. Ini adalah bagian dari kewajiban pelaku usaha untuk memastikan konsumen tidak dirugikan akibat ketidaktahuan atau kelalaian informasi mengenai produk yang mereka beli.

Secara keseluruhan, tanggung jawab produk bertujuan untuk melindungi konsumen dari barang atau jasa yang tidak memenuhi standar keselamatan dan kualitas yang telah dijanjikan (Deswari, Sucia, & Fikrina, 2025). Kasus penarikan mobil Toyota ini menunjukkan bahwa ketika pelaku usaha gagal memenuhi standar tersebut, mereka memiliki kewajiban untuk memperbaiki kesalahan tersebut dengan cara yang transparan dan bertanggung jawab. Dengan adanya tanggung jawab produk yang jelas, konsumen dapat merasa lebih aman dalam bertransaksi dan yakin bahwa mereka dilindungi dari potensi bahaya yang dapat ditimbulkan oleh produk yang cacat.

Cacat barang dapat dibedakan menjadi beberapa kategori, yang masing-masing dapat menimbulkan tanggung jawab hukum bagi pelaku usaha jika produk yang dijual merugikan konsumen (Aliyansyah, Borman, Sidarta, & Soerodjo, 2024). Salah satu jenis cacat adalah cacat desain, yang terjadi ketika barang atau produk dirancang dengan cara yang dapat membahayakan penggunaannya. Cacat desain ini tidak hanya mencakup masalah estetika atau fungsional, tetapi juga mengacu pada aspek keselamatan produk yang dapat membahayakan penggunaannya. Sebagai contoh, jika sebuah produk elektronik dirancang dengan komponen yang mudah terbakar atau tidak memenuhi standar keamanan, maka desain tersebut dianggap cacat dan dapat menyebabkan kerugian bagi konsumen.

Ketika produk dibuat tidak sesuai dengan desain yang telah ditetapkan, itu disebut cacat pembuatan. Jika proses pembuatan atau produksi tidak dilakukan dengan baik, dapat menyebabkan produk

## Daftar Pustaka

- Agustini, S., S. G. T. P., Efendi, S., & Pamulyadi. (2024). Tantangan Dan Solusi Dalam Implementasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Palsu. *Journal Of Global Legal Review*, 2(2), 71–80.
- Aliyansyah, A. W., Borman, M. S., Sidarta, D. D., & Soerodjo, I. (2024). Jual Beli Barang Cacat Produk Perusahaan Dari Aspek Perlindungan Konsumen Yang Berakibat Hukum. *Court Review: Jurnal Penelitian Hukum*, 4(01), 20–33.
- Andini, R. A. S., Aprilia, S. A. R., Fabrianawati, E. D., Putri, E. N. G., & Alamanda, A. E. (2025). Analisis Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Tanggung Jawab Produk Cacat Di Lazada. *Jurnal Strategi Bisnis Dan Keuangan*, 6(1), 62–74.
- Ardyan, N. D. (2025). Jual Beli Online Dengan Kondisi Barang Tidak Layak Pada Saat Diterima Pembeli Dalam Perspektif Hukum Perdata. *Court Review: Jurnal Penelitian Hukum*, 5(03), 47–59.
- Deswari, M. P., Sucia, Y., & Fikrina, A. (2025). Tanggung Jawab Hukum Perusahaan Terhadap Kerugian Yang Diderita Konsumen Akibat Produk Cacat. *Jurnal Riset Dan Pengabdian Interdisipliner*, 2(1), 211–216.
- Halim, A. (2023). Tanggung Jawab Penyedia Platform E-Commerce Dalam Melindungi Transaksi Jual Beli Melalui Platform E-Commerce. *Jurnal Notarius: Program Studi Kenotariatan Pscasarjana UMSU*, 2(1), 1–10.
- Harahap, S. H. A. R. D. (2024). Studi Kasus Alternatif Penyelesaian Sengketa ( Penyelesaian Sengketa Ganti Rugi Akibat Wanprestasi ). *Jurnal Cendekia*, 1(1), 1–10.
- Heng, R. J., & Lie, G. (2025). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Cross-Border Pada Platform Marketplace Digital Berdasarkan Hukum Positif Indonesia. *Nusantara : Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 12(10), 3886–3899.
- Maldina, Z. A., & Hana, U. A. (2025). Hukum Persaingan Usaha dan Perlindungan Konsumen Mewujudkan Pasar yang Adil dan

- Transparan. *Jurnal BANSI (Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi)*, 5(1), 22–30.
- Marlina, H., Raspita, D., Novrianto, M., Bidari, C. D., & Ferdiansyah, M. (2025). Perlindungan Hukum bagi Konsumen atas Overclaim Produk Skincare di Platform E-Commerce. *Marwah Hukum*, 3(1), 10–23.
- Nur, A. W., Firsan, M., Syahbana, M., Ramadandi, Sefiani, AU, S. Z., & Masse, N. H. (2024). Transaksi Jual Beli Online Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *LEGAL: Journal of Law*, 3(2), 14–20.
- Saudira, R. A. (2024). Pertanggungjawaban Hukum Penyedia Platform Terhadap Barang Yang Melanggar Merek Dalam Perdagangan Online Marketplace ( Studi Kasus: Penyelenggara Perdagangan Online Dan Isu Pemalsuan Produk ). *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 4(2), 5195–5210.
- Setiawan, J., Yetti, & Afrita, I. (2025). Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Atas Produk Cacat Tersembunyi. *The Juris*, IX(1), 217–233.
- Setyawan, A. S., & Mardjiono, A. (2025). Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Terhadap Barang Cacat Produksi. *Jurnal Transparansi Hukum*, 8(1), 62–73.
- Sitepu, D. P. B., Manurung, A. F. R., Zulkifli, S., & Noor, T. (2024). Analisis Hukum Tanggung Jawab Penyedia Platform Market Place Terhadap Produk Palsu Dalam Transaksi Jual Beli Online. *Jurnal Darma Agung*, 32(6), 464–474.
- Suryantoro, D. D. (2025). Analisis Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Terhadap Tantangan Dan Solusi Normatif Di Indonesia. *Legal Studies Journal*, 5(2), 109–125. <https://doi.org/10.33650/ljsj.v5i2.13094>
- Susandi, B., Martam, N. K., & Rahim, D. (2025). Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Produk Yang Diperdagangkan. *GJR: Gorontalo Justice Research*, 1(1), 74–87.

## PROFIL PENULIS



### **Dr. Hj. Nur Chasanah, S.H., M.H.**


Ketertarikan penulis terhadap bidang hukum dimulai sejak masa muda dan diwujudkan melalui pendidikan formal. Penulis lahir di Nganjuk, 16 Agustus 1968, dan menyelesaikan pendidikan dasar hingga menengah di Kertosono. Pendidikan tinggi ditempuh di Fakultas Hukum Universitas Udayana, Bali, dengan gelar Sarjana Hukum pada tahun 1992.

Selanjutnya, penulis menyelesaikan Magister Ilmu Hukum di universitas yang sama pada tahun 2002 dan meraih gelar Doktor Ilmu Hukum dari Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya pada tahun 2021.

Sejak tahun 1994, penulis berkarier sebagai dosen tetap, awalnya di STIH Muhammadiyah Bima, Nusa Tenggara Barat. Pada tahun 2003, penulis melanjutkan pengabdian di Fakultas Hukum Universitas Islam Kadiri (UNISKA) Kediri, Jawa Timur, di bawah naungan LLDIKTI Wilayah 7 Surabaya, dengan konsentrasi Hukum Pidana. Mata kuliah yang diampu antara lain Hukum Pidana, Hukum Pidana Khusus, Kriminologi, Viktimologi, serta Kejahatan Korporasi.

Selain mengajar, penulis aktif dalam organisasi profesi, kegiatan pengabdian masyarakat, serta menjadi narasumber di berbagai forum, termasuk media televisi dan radio. Berbagai karya ilmiah telah diterbitkan, baik berupa jurnal maupun buku, di antaranya Kejahatan Korporasi (2020) dan Asas Mens Rea Sebagai Dasar Diversi Dalam Sistem Peradilan Pidana Anak (2021). Etika Profesi Hukum (2025), Pengantar Kriminologi (2025).

*E-mail* Penulis: [nurchasanah@uniska-kediri.ac.id](mailto:nurchasanah@uniska-kediri.ac.id)



**BAB 17**  
**LOGISTIK DAN**  
**PENGIRIMAN: ASPEK**  
**HUKUM KETERLAMBATAN**  
**DAN KERUSAKAN BARANG**

---

**Dr. Yenny Eta Widyanti, S.H., M.Hum.**  
Universitas Brawijaya



Dalam perjanjian antara konsumen dengan pelaku usaha terdapat prinsip-prinsip dan asas dalam berkontrak yang harus dipenuhi, salah satunya yaitu asas kebebasan berkontrak atau bisa disebut juga dengan asas terbuka. Asas terbuka adalah kebebasan yang diberikan oleh undang-undang kepada masyarakat untuk melakukan perjanjian, di mana perjanjian ini akan mengikat kedua belah pihak dan merupakan dasar hukum bagi mereka yang membuatnya, sepanjang tidak melanggar ketentuan dalam undang-undang. Dasar hukum dari kebebasan berkontrak telah diatur dalam pasal 1338 ayat 1 Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUH Perdata) yang menetapkan "semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-Undang bagi mereka yang membuatnya."

Terdapat hubungan yang saling membutuhkan antara pelaku usaha dan konsumen. Kepentingan pelaku usaha adalah memperoleh laba (profit) dari transaksi dengan konsumen, sedangkan kepentingan konsumen adalah memperoleh kepuasan melalui pemenuhan kebutuhannya terhadap produk tertentu. Namun demikian, hubungan yang terjadi antara pelaku usaha dengan konsumen pada tataran praksis sering kali menimbulkan keadaan yang tidak setara antara keduanya. Konsumen biasanya berada dalam posisi yang lemah sehingga menjadi sasaran eksploitasi dari pelaku usaha yang secara sosial dan ekonomi mempunyai posisi yang kuat. Dengan kata lain, konsumen adalah pihak yang rentan dieksploitasi oleh pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan bisnisnya.

Terkait hal tersebut, jasa pengiriman barang menjadi layanan yang sangat dibutuhkan di zaman saat ini yang serba canggih dengan kemajuan teknologi, informasi, dan transportasi. Di era globalisasi saat ini, manusia akan selalu mencari dan lebih menyukai hal-hal yang serba cepat dan instan. Oleh karena itu, jasa pengiriman/pengangkutan barang dapat menjadi solusi bagi mereka yang menyukai kemudahan dan kepraktisan dalam mengirimkan suatu barang, terlebih jika menyangkut keterjangkauan wilayah (Musyafah et al., 2018).

Konsumen sebagai pengguna jasa pengiriman barang penting untuk mendapatkan perlindungan hukum dalam rangka untuk melindungi kepentingannya. Walaupun pada prakteknya yang terjadi,

konsumen seringkali masih dirugikan akibat permasalahan pengiriman barang. Seperti barang yang mengalami keterlambatan dan kerusakan. Dalam terjadi hal demikian, maka konsumenlah yang akan dirugikan karena konsumen sudah melakukan kewajiban membayar ongkos kirim, namun tidak mendapatkan hak yang seharusnya didapatkan, yaitu sampainya barang tepat waktu dan tanpa kerusakan. Sebagai pengguna jasa pengiriman barang, konsumen perlu mendapat perlindungan hukum dalam rangka melindungi kepentingannya, baik melalui undang-undang maupun perjanjian.

Perjanjian yang dibuat antara pelaku usaha dengan konsumen memuat hak dan kewajiban yang harus dipenuhi dan didapatkan oleh masing-masing pihak. Terdapatnya wanprestasi pada pelaku usaha mengakibatkan kerugian pada pihak konsumen sebagai pengguna jasa, baik secara materiil maupun imateriil. Maka, sudah sewajarnya pelaku usaha berkewajiban untuk memberikan ganti rugi atas kerugian yang dialami konsumen dalam kasus keterlambatan atau kerusakan barang sesuai dengan nilai barang.

Upaya terpenting dalam memberikan perlindungan kepada konsumen selain melalui perjanjian, juga melalui peraturan perundang-undangan. Perlindungan Konsumen di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), didalam pasal 1 ayat 1 menyatakan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Disamping itu, untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dalam logistik dan pengiriman atas keterlambatan dan kerusakan barang juga berpedoman pada KUH Perdata dan Kitab Undang-undang Hukum Dagang (KUHD).

### **Aspek Hukum Keterlambatan dan Kerusakan Barang**

Perlindungan konsumen yang dilakukan oleh pelaku usaha dapat terlihat dari perjanjian yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan konsumen. Menurut Pasal 1313 KUH Perdata, perjanjian adalah suatu peristiwa di mana seorang berjanji kepada seorang yang lain atau di

## Daftar Pustaka

- Amira, F., & S., M. H. A. (2016). Tanggung Jawab Pengiriman Barang Ekspedisi Atas Kehilangan dan/ atau Kerusakan Barang Berdasarkan Undang-undang Nomor 38 Tahun 2009 Tentang Pos (Studi Kasus di Kantor Pos Solo). *Privat Law*, 4(1).
- Asyhandie, Z., & Sutrisna, B. (2017). *Pokok-Pokok Hukum Dagang*. Rajawali Pers.
- Djumikasih, Sulistyarini, R., Widyanti, Y. E., Suwardiyati, R., & Wicaksono, S. (2022). *Buku Ajar Hukum Perdata*. UB Press.
- K., M., & Sudiro, A. (2010). *Hukum Angkutan Udara Berdasarkan UU RI No. 1 Tahun 2009*. Rajawali Pers.
- Muhammad, A. (2000). *Hukum Perdata Indonesia*. Citra Aditya Bakti.
- Muhammad, A. (2013). *Hukum Pengangkutan Niaga*. Citra Aditya Bakti.
- Musyafah, A. A., Khasna, H. W., & Turisno, B. E. (2018). PERLINDUNGAN KONSUMEN JASA PENGIRIMAN BARANG DALAM HAL TERJADI KETERLAMBATAN PENGIRIMAN BARANG. *LAW REFORM*, 14(2), 151-161. <https://doi.org/10.14710/LR.V14I2.20863>
- Purwosutjipto, H. M. N. (1995). *Pengertian Pokok Hukum Dagang, Pengetahuan Dasar Hukum Dagang*. Djambatan.
- Salim. (2011). *Pengantar Hukum Perdata Tertulis (BW)*. Sinar Grafika.

## PROFIL PENULIS




### **Dr. Yenny Eta Widyanti, S.H., M.Hum.**

Penulis, sebagai seorang akademisi dan peneliti, memiliki ketertarikan terhadap Hukum Perlindungan Konsumen yang dimulai sejak menempuh perkuliahan di Fakultas Hukum Universitas Brawijaya pada tahun 1998. Hal tersebut menjadi stimulasi penulis untuk studi lanjut pada Program Studi Magister Ilmu Hukum di Program Pasca Sarjana Universitas Brawijaya dengan menerima Beasiswa Program Pasca Sarjana (BPPS) pada tahun 2003. Kemudian, pada tahun 2017 penulis sebagai penerima Beasiswa Program Pasca Sarjana Dalam Negeri (BPPDN) melanjutkan studi pada Program Studi Doktor Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Airlangga dengan spesialisasi di bidang Hukum Hak Kekayaan Intelektual.

Penulis sejak tahun 2007 hingga saat ini sebagai dosen di Fakultas Hukum Universitas Brawijaya. Di samping sebagai dosen, penulis juga aktif sebagai peneliti di bidang Hukum Perdata, Hukum Perlindungan Konsumen, dan Hukum Kekayaan Intelektual dengan tergabung di dalam Asosiasi Pengajar Hukum Keperdataan Indonesia (APHK) dan Asosiasi Pengajar Hak Kekayaan Intelektual (APHKI). Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi dan juga beberapa kementerian. Selain sebagai peneliti, penulis juga aktif menulis buku, modul, dan jurnal nasional dan internasional bereputasi sebagai bentuk kontribusi positif dalam pengembangan keilmuan yang memberikan manfaat bagi bangsa dan negara.

Email penulis: [yenni.eta@ub.ac.id](mailto:yenni.eta@ub.ac.id)



**BAB 18**

**SISTEM PEMBUKTIAN  
TERBALIK DALAM  
SENGKETA TRANSAKSI  
ELEKTRONIK**

---

**Dr. Sylvia Setjoatmadja, S.E., S.H., M.H.**  
Universitas Gresik



## Konsep Dasar Sistem Pembuktian Terbalik dalam Sengketa Transaksi Elektronik

Sistem pembuktian terbalik adalah sebuah mekanisme dalam hukum acara yang mengalihkan beban pembuktian kepada pihak yang diduga melakukan pelanggaran atau kewajiban tertentu. Dalam konteks sengketa transaksi elektronik, sistem ini sangat penting karena konsumen yang dirugikan sering kali berada dalam posisi yang lemah. Konsumen biasanya tidak memiliki akses langsung ke data yang disimpan oleh pelaku usaha atau platform digital yang terlibat dalam transaksi, seperti informasi mengenai proses transaksi atau kondisi produk. Oleh karena itu, dengan pembuktian terbalik, pelaku usaha atau penyedia platform dibebankan untuk membuktikan bahwa produk atau layanan yang mereka tawarkan tidak memiliki cacat dan sesuai dengan standar yang dijanjikan. Hal ini memberikan perlindungan hukum yang lebih kuat bagi konsumen, yang sering kali tidak memiliki kemampuan untuk membuktikan cacat pada barang atau jasa yang mereka beli (Setyawan & Mardjiono, 2025).

Dalam Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen, disebutkan bahwa pelaku usaha wajib menyediakan barang yang memenuhi standar kualitas dan aman untuk digunakan. Jika barang tersebut tidak sesuai dengan deskripsi atau mengandung cacat yang membahayakan konsumen, maka pelaku usaha harus bertanggung jawab. Dalam hal ini, pembuktian terbalik berfungsi untuk memastikan bahwa konsumen tidak terbebani dengan kewajiban untuk membuktikan cacat barang, karena pelaku usaha memiliki informasi yang lebih lengkap dan kontrol atas produk yang dijual. Sistem ini memungkinkan hakim atau lembaga penyelesaian sengketa untuk mengalihkan beban pembuktian kepada pelaku usaha yang lebih memahami kondisi produk mereka. Hal ini juga membantu dalam mempercepat proses penyelesaian sengketa dan meningkatkan keadilan bagi konsumen.

Pembuktian terbalik dalam transaksi elektronik memberikan keuntungan signifikan, terutama karena banyak transaksi yang terjadi secara anonim dan jarak jauh, seperti pada *e-commerce*. Konsumen tidak selalu bisa memeriksa langsung produk yang dibeli, dan sering kali hanya memiliki bukti transaksi digital, seperti rekaman

pembayaran atau komunikasi *online*. Misalnya, dalam kasus penjualan barang elektronik melalui *marketplace*, jika produk yang diterima konsumen rusak atau tidak sesuai dengan deskripsi, konsumen sering kali kesulitan membuktikan adanya cacat dalam produk. Dalam hal ini, pembuktian terbalik mempermudah konsumen untuk menuntut pelaku usaha, karena pelaku usaha harus membuktikan bahwa barang yang dijual bebas dari cacat dan sesuai dengan standar yang dijanjikan (Deswari, Sucia, & Fikrina, 2025).

Pasal 5 UU ITE juga relevan dalam konteks ini, karena mengatur bahwa penyelenggara sistem elektronik, seperti platform digital, bertanggung jawab untuk memastikan bahwa transaksi elektronik dilakukan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Platform yang menyediakan sarana transaksi harus menjamin keamanan dan keabsahan transaksi, serta mendukung konsumen dalam proses penyelesaian sengketa jika produk yang dibeli terbukti cacat. Hal ini menunjukkan bahwa platform tidak hanya berperan sebagai penyedia sistem, tetapi juga memiliki kewajiban untuk memastikan bahwa hak konsumen terlindungi dengan baik, termasuk dalam hal pembuktian terbalik. Platform harus memfasilitasi konsumen dalam mengajukan klaim atau mengembalikan barang yang cacat, serta memastikan bahwa proses pengembalian atau klaim dilakukan dengan cara yang efisien dan sesuai hukum.

Contoh penerapan pembuktian terbalik dapat dilihat pada kasus sengketa yang terjadi di *marketplace* besar seperti Tokopedia atau Bukalapak. Jika konsumen membeli produk dari *merchant* yang tidak memenuhi deskripsi atau memiliki cacat yang membahayakan, konsumen berhak untuk mengajukan klaim pengembalian barang atau ganti rugi. Dalam hal ini, platform *marketplace* yang menyediakan transaksi harus memastikan bahwa proses klaim dilakukan dengan adil dan memadai, meskipun tanggung jawab utama tetap pada *merchant*. Dengan penerapan sistem pembuktian terbalik, pelaku usaha atau *merchant* yang bersangkutan harus membuktikan bahwa produk yang mereka tawarkan bebas dari cacat dan sesuai dengan standar kualitas yang dijanjikan. Ini menjadi alat untuk melindungi konsumen yang sering kali tidak memiliki akses langsung ke informasi yang diperlukan untuk membuktikan kerugian yang mereka alami.

## Daftar Pustaka

- Alpansa, R., Yuliarsyah, A., Hukum, F. I., & Pamulang, U. (2026). Legalitas Bukti Digital dalam Pembuktian Perkara Perdata di Era Siber. *Sinergi : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), 389–399.
- Deswari, M. P., Sucia, Y., & Fikrina, A. (2025). Tanggung Jawab Hukum Perusahaan Terhadap Kerugian Yang Diderita Konsumen Akibat Produk Cacat. *Jurnal Riset Dan Pengabdian Interdisipliner*, 2(1), 211–216.
- Maldina, Z. A., & Hana, U. A. (2025). Hukum Persaingan Usaha dan Perlindungan Konsumen Mewujudkan Pasar yang Adil dan Transparan. *Jurnal BANSI (Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi)*, 5(1), 22–30.
- Mardiyati, N. (2026). Keabsahan Hukum Fitur Pengaduan Shopee Sebagai Bukti Elektronik dalam E-Commerce. *Jurnal USM Law Review*, 9(1), 50–74.
- Marlina, H., Raspita, D., Novrianto, M., Bidari, C. D., & Ferdiansyah, M. (2025). Perlindungan Hukum bagi Konsumen atas Overclaim Produk Skincare di Platform E-Commerce. *Marwah Hukum*, 3(1), 10–23.
- Maysarah, A., & Sopang, F. I. (2024). PENYELESAIAN SENGKETA TRANSAKSI BISNIS DI ERA DIGITAL SECARA ONLINE ( ONLINE DISPUTE RESOLUTION ). *Jurnal Bisnis Net*, 7(1), 155–163.
- Meilika, M. (2025). TINJAUAN PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI PERDAGANGAN ELEKTRONIK BERDASARKAN UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 12(9), 4005–4012.
- Muhidin, M. (2025). Strategi Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce : Perlunya Reformasi Regulasi dan Edukasi Publik. *PAMARENDA: Public Administration and Government Journal*, 5(1), 382–401.
- Onggianto, R., & Soemartono, G. P. (2024). Pertanggungjawaban Hukum Terhadap Ketidaksesuaian Informasi Dalam Perjanjian Kredit Oleh Pelaku Usaha Jasa Keuangan. *Ranah Research: Journal*

*of Multidisciplinary Research and Development*, 6(4), 1118–1132.

Ramadani, N., Haidar, M., & Setiono, A. P. (2025). Efektivitas Penggunaan Bukti Digital dalam Pembuktian Perkara Perdata: Analisis terhadap Integrasi Electronic Evidence dalam Hukum Acara Perdata Nasional. *Jaksa: Jurnal Kajian Ilmu Hukum Dan Politik*, 3(1).

S, R. M. A. H. (2025). TANGGUNG JAWAB MARKETPLACE ATAS KERUGIAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE. *Jurnal Kertha Semaya*, 13(09), 2120–2133.

Sebubakar, A. N. (2024). PERLINDUNGAN HUKUM DALAM TRANSAKSI KONTRAK E-COMMERCE. *JA: Jurnal Al-Wasath*, 6160(1), 27–40.

Setyawan, A. S., & Mardjiono, A. (2025). Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Terhadap Barang Cacat Produksi. *Jurnal Transparansi Hukum*, 8(1), 62–73.

Sudirga, I. M. (2025). ANALISIS HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP HAK-HAK KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ELEKTRONIK DI INDONESIA. *Jurnal Hukum Saraswati*, 07(02), 973–987.

Zainudin, Z. (2025). The Urgency of Reforming Indonesian Civil Law in the Digital Era. *Jurnal Tana Mana*, 6(2).


## PROFIL PENULIS



### **Dr. Sylvia Setjoatmadja, S.E., S.H., M.H.**

Penulis dilahirkan tepatnya pada tanggal 28 September 1969. Menyelesaikan sarjana hukum di Fakultas Hukum Universitas Narotama Surabaya (2010) dan Fakultas Ekonomi Universitas Narotama Surabaya (2013), strata dua (S-2) pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Narotama Surabaya (2014) dan strata tiga (S-3) doktoral Ilmu Hukum Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya (2021). Buku yang pernah ditulis: "Tenaga Kerja Asing dan Kedaulatan Negara", "Penyelesaian Sengketa dan Tindak Pidana Perpajakan (Pendekatan Keadilan Restoratif)", Buku Ajar "Pancasila", Buku Ajar "Hukum Perdata, Pidana, Internasional dan HTN", buku "Hukum dan Psikologi" dan buku "Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual dalam Hukum Perusahaan di Era Digital". Penulis juga menerbitkan artikel dalam Jurnal Nasional dan Scopus. Penulis juga kerap diminta menjadi Penanya Akademik Ujian Terbuka Prodi Doktor Ilmu Hukum di FH Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Profesi yang ditekuni yaitu konsultan hukum bisnis Sylvia Setjoatmadja dan Rekan (2012-saat ini), advokat PERADIN (2013), advokat PERADI (2015-sekarang), anggota Ikatan Kuasa Hukum dan Advokat Pajak Indonesia (2023-saat ini) dan aktif menjadi dosen di Fakultas Hukum Universitas Gresik. an dan menulis di beberapa jurnal nasional maupun internasional.

Email Penulis: [sylviasetjoatmadja@unigres.ac.id](mailto:sylviasetjoatmadja@unigres.ac.id)



**BAB 19**  
**PEMBINAAN,**  
**PENGAWASAN, DAN**  
**PERANAN BPOM**

---

**Chairul Bariah, S.H., M.H.**  
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry



## **Pembinaan Badan Pengawas Obat Dan Makanan (BPOM)**

Pembinaan dalam bidang pengawasan obat dan makanan merupakan bagian penting dari sistem perlindungan kesehatan masyarakat. Di Indonesia, fungsi tersebut dijalankan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan sebagai lembaga yang memiliki kewenangan dalam mengawasi peredaran produk obat dan makanan. Menurut BPOM, “pengawasan obat dan makanan bertujuan untuk menjamin keamanan, mutu, dan khasiat produk yang beredar di masyarakat” (Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa pembinaan merupakan bagian integral dari sistem pengawasan yang bersifat preventif. Selain itu, dalam perspektif global, World Health Organization menyatakan bahwa “*regulatory systems should ensure the quality, safety and efficacy of medical products*” (World Health Organization, 2018). Dengan demikian, pembinaan menjadi salah satu instrumen penting dalam mencapai tujuan tersebut.

Pembinaan BPOM adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan pelaku usaha terhadap regulasi. Pembinaan ini meliputi edukasi, pelatihan, dan pendampingan. Dalam dokumen resminya disebutkan bahwa “pembinaan merupakan upaya preventif yang dilakukan untuk meningkatkan kepatuhan pelaku usaha sebelum dilakukan tindakan penegakan hukum” (Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, 2020). Hal ini menegaskan bahwa pembinaan memiliki peran strategis dalam mencegah pelanggaran sejak dini.

### **1. Tujuan Pembinaan BPOM**

Tujuan pembinaan BPOM dapat dilihat dari berbagai aspek, antara lain:

- a. Meningkatkan Kepatuhan Pelaku Usaha: “Kepatuhan pelaku usaha terhadap standar keamanan dan mutu merupakan kunci dalam menjamin perlindungan konsumen” (BPOM RI, 2022).
- b. Melindungi Konsumen, Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ditegaskan bahwa konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan jasa (Pasal 4).

- c. Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal: Produk yang memenuhi standar akan lebih mudah bersaing di pasar global.
- d. Mewujudkan Pengawasan yang Efektif: Pengawasan tidak hanya dilakukan melalui penindakan, tetapi juga melalui pembinaan yang berkelanjutan.

## 2. Bentuk-Bentuk Pembinaan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM)

Edukasi dan Sosialisasi, BPOM memberikan edukasi kepada masyarakat. Program ini bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat, sebagaimana dinyatakan bahwa “edukasi masyarakat merupakan langkah awal dalam membangun kesadaran akan pentingnya keamanan pangan” (BPOM RI, 2021).

- a. Bimbingan Teknis (Bimtek), Bimtek diberikan kepada pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas produksi, “Penerapan cara produksi yang baik merupakan syarat utama dalam menjamin mutu produk” (BPOM RI, 2020).
- b. Pendampingan UMKM, pendampingan dilakukan agar UMKM mampu memenuhi standar. BPOM menyebutkan bahwa “UMKM perlu didorong agar mampu memenuhi persyaratan izin edar melalui pendampingan yang berkelanjutan” (BPOM RI, 2022).
- c. Program Desa Pangan Aman, program ini bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat desa terhadap keamanan pangan.
- d. Komunikasi, Informasi, dan Edukasi (KIE), Melalui KIE BPOM menyebarkan informasi secara luas.

## 3. Strategi Pembinaan BPOM

Strategi pembinaan dilakukan melalui beberapa pendekatan:

- a. Pendekatan Berbasis Risiko: “Pendekatan berbasis risiko memungkinkan pengawasan difokuskan pada produk yang berisiko tinggi” (BPOM RI, 2022, hlm. 25).
- b. Kolaborasi *Multi-Stakeholder*, kerja sama dengan berbagai pihak meningkatkan efektivitas pembinaan.
- c. Digitalisasi Layanan  
Sistem digital mempercepat proses perizinan dan pengawasan.

## Daftar Pustaka

- Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. (2020). Pedoman pengawasan obat dan makanan. BPOM RI.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. (2021). Laporan tahunan BPOM. BPOM RI.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. (2022). Pedoman pengawasan obat dan makanan. BPOM RI.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. (2022). Strategi nasional pengawasan obat dan makanan. BPOM RI.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. (2023). Laporan tahunan BPOM 2023. BPOM RI.
- Indonesia, Pemerintah Republik. (2009). Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan.
- Indonesia, Pemerintah Republik. (2012). Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan.
- Indonesia, Presiden Republik. (2017). Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2017 tentang Badan Pengawas Obat dan Makanan.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2009). Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan. Kementerian Kesehatan RI.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2020). Kebijakan kesehatan nasional. Kemenkes RI.
- Nasution, A. (2019). Pengawasan obat dan makanan di Indonesia. *Jurnal Hukum Kesehatan*, 5(2), 120–135.
- Nugroho, R. (2018). Kebijakan publik di bidang kesehatan. Gramedia.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2012). Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2017 tentang Badan Pengawas Obat dan Makanan.
- Prasetyo, B. (2020). Perlindungan konsumen terhadap produk obat dan makanan. *Jurnal Hukum*, 12(1), 45–60.

- Presiden Republik Indonesia. (2017). Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2017 tentang Badan Pengawas Obat dan Makanan.
- Purnamasari, D. (2021). Pengawasan peredaran obat dan makanan oleh BPOM dalam perlindungan konsumen. *Jurnal Hukum Kesehatan Indonesia*, 5(2), 120–132.
- Putri, D. A. (2021). Peran BPOM dalam pengawasan kosmetik ilegal. *Jurnal Administrasi Publik*, 9(3), 210–225.
- Sari, M. (2022). Sistem pengawasan pangan di Indonesia. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 14(1), 33–47.
- Sari, R. A. (2020). Peranan BPOM dalam pengawasan kosmetik ilegal di Indonesia. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 8(1), 45–53.
- Setiawan, H. (2019). Analisis pengawasan post-market BPOM. *Jurnal Regulasi*, 7(2), 88–102.
- Setiawan, H. (2019). Perlindungan konsumen terhadap produk pangan melalui pengawasan BPOM. *Jurnal Ilmu Hukum*, 7(3), 210–223.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kebijakan*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian pendidikan*. Alfabeta.
- Sukardi. (2018). *Hukum kesehatan di Indonesia*. Sinar Grafika.
- Wahyuni, T. (2021). Digitalisasi pengawasan obat dan makanan. *Jurnal Teknologi dan Kebijakan Publik*, 6(1), 55–70.
- Widodo, T. (2021). Fungsi dan kewenangan BPOM dalam sistem kesehatan nasional. *Jurnal Administrasi Negara*, 9(1), 55–67.
- World Health Organization. (2020). *Food safety and regulation*. WHO Press.

## PROFIL PENULIS



### **Chairul Bariah, S.H., M.H.**

Lahir di Banda Aceh, merupakan anak ke-3 dari empat bersaudara. Penulis mempunyai ketertarikan di bidang Ilmu Hukum sejak 2004. Hal tersebut menjadi salah satu yang memotivasi penulis untuk melanjutkan pendidikan pada jenjang yang telah ditempuh, yaitu S1 Ilmu Hukum di Kampus Universitas Syiah Kuala pada tahun 2004, dan selanjutnya saya melanjutkan S2 masih di jurusan yang sama, Ilmu Hukum, pada tahun 2012.

Saat ini, penulis berstatus sebagai dosen tetap pada Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh. Selain itu, penulis juga aktif sebagai dosen luar biasa di Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (STISIP) Al Washliyah Banda Aceh, serta menjadi Tutor *Online* (TUTON) di Universitas Terbuka sejak tahun 2022.

Penulis memiliki kepakaran di bidang Ilmu Hukum. Dan untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi dan juga Kemendikbudristek serta diaplikasikan melalui penulisan berbagai karya ilmiah seperti jurnal dan pengabdian kepada masyarakat dan selanjutnya menulis beberapa buku ber-ISBN dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara.



# **BAB 20**

## **PENYELESAIAN**

### **SENGKETA KONSUMEN**

---

**Dr. Rustan, S.H., M.Hum.**  
Universitas Muslim Indonesia



## Urgensi Hubungan Antarmanusia dan Timbulnya Sengketa

Sengketa merupakan dampak atau bagian dari akibat hukum suatu hubungan hukum yang dilakukan manusia terhadap manusia lainnya. Sesungguhnya sengketa (*dispute*) merupakan hal yang seringkali diantisipasi sejak awal agar tidak muncul. Oleh sebab itu manusia seringkali melakukan hubungan hukum dengan membuat perjanjian yang merupakan salah satu sumber dari perikatan bahkan dilakukan secara tertulis. Hal itu merupakan bagian dari perintah Allah SWT agar manusia melakukan transaksi; hendaknya dibuat dalam bentuk tertulis.

Hal ini dijelaskan Allah SWT dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah Ayat 282 sesuai penggalan ayat terpanjang dalam Al-Qur'an yang terjemahnya: "... *(Tulislah mu'amalahmu itu), kecuali jika mu'amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu (jika) kamu tidak menulisnya. Dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling menyulitkan. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu...*"

Petunjuk Allah SWT dalam Al-Qur'an tersebut mengandung makna upaya untuk menghindari terjadinya sengketa yang diakibatkan kesalahpahaman antara para pihak mengenai aktivitas muamalah yang dilakukan. Oleh sebab itu, kebutuhan untuk menulis setiap transaksi, kecuali yang langsung dibayar tunai, meskipun hal itu juga membutuhkan dokumen sebagai bukti pembayaran, merupakan hal yang penting untuk dilakukan. Selain itu, ayat tersebut menuntun manusia agar menghadirkan saksi untuk mempersaksikan adanya transaksi yang telah dilakukan para pihak sebagai langkah antisipasi. Sesuai ayat tersebut, maka persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu). Jika tak ada dua orang lelaki, maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa, maka yang seorang mengingatkannya. Jumlah saksi yang ditentukan adalah dua laki-laki atau boleh juga satu orang laki-laki dan dua orang perempuan. Ini merupakan langkah antisipasi; apabila ada di antara saksi-saksi yang lupa, maka yang lain boleh menjelaskan peristiwanya. Tujuan

persaksian tersebut jelas menghindari jika satu saksi bukan saksi (*unus testis nullus testis*) yang menjadi asas dalam hukum acara perdata di pengadilan saat ini.

Sekalipun transaksi yang dilakukan dilengkapi dengan bukti-bukti tertulis dan dilengkapi dengan saksi-saksi, akan tetapi sengketa masih sering muncul oleh karena berbagai faktor dapat menjadi penyebabnya antara lain salah satu pihak melakukan wanprestasi, salah satu pihak tidak mampu melunasi utangnya karena insolvensi sehingga dinyatakan pailit atau bangkrut. Hal ini juga terjadi dalam hubungan hukum yang terjadi dalam transaksi perdagangan dan ini dipengaruhi dengan berbagai bentuk dan model perjanjian yang bukan hanya konvensional, akan tetapi secara online yang dikenal dengan perdagangan melalui elektronik kini dikenal dengan *e-commerce*.

Oleh sebab itu, Allah SWT memerintahkan manusia agar jika di antara manusia terjadi sengketa, lakukan perdamaian, sesuai petunjuk-Nya dalam Al-Qur'an Surah Al-Hujurat Ayat 10, yang terjemahnya: *"Orang-orang beriman itu sesungguhnya bersaudara. sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat"*.

Sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen dalam transaksi jual beli secara elektronik saat ini masif terjadi. Dalam peristiwa tersebut, konsumen lebih sering 'diam' dan tidak mengklaim kepada pelaku usaha karena rumitnya proses yang harus ditempuh oleh konsumen. Artinya konsumen menerima tindakan pelaku usaha yang menimbulkan kerugian, oleh karena seringkali jenis dan tipe barang yang dipesan konsumen berbeda dengan yang dikirim oleh penjual, sehingga konsumen memperoleh barang tersebut, akan tetapi tidak dibutuhkan, sehingga hanya menjadi barang tak berguna. Selain itu, yang paling banyak dikeluhkan konsumen adalah *fraud* atau penipuan yang sengaja dilakukan oleh pelaku usaha dengan berbagai iming-iming atau janji-janji kepada konsumen, seperti yang dialami penulis baru-baru ini. Seseorang menawarkan dalam suatu grup *WhatsApp* bahwa ada promo cuci gudang dengan menawarkan harga buku yang murah. Saya sebagai pembeli tertarik dan setelah mentransfer seluruh

## Daftar Pustaka

- Adi Sulistiyono (2006). Budaya Musyawarah Untuk Penyelesaian Sengketa Win-win Solution dalam Perspektif Hukum, Jurnal Hukum Bisnis, Volume 25- Nomor1 Tahun 2006. Yayasan Pengembangan Hukum Bisnis. Jakarta.
- James F. Haggerty, Esq. (2003). In *The Court of Public Opinion. Winning Your Case with Public Relation*. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey, Canada.
- John Murdoch and Will Hughes. (2008). *Construction Contracts, Law and Management*, Fourth Edition, Simultaneously Published in the USA and Canada, by Taylor & Francis.
- Laurence Boulle. (1996). *Mediation: Principles, Process, Practice*. Butterworths, Sydney Australia.
- Nurfaqih Irfani. (2012). Perkembangan Penyelesaian Sengketa Alternatif di Indonesia. <http://www.docstoc.com>, diakses tanggal 23 Januari 2012.
- Pablo Cortés. (2011). *Online Dispute Resolution for Consumers in the European Union*. First published by Routledge, the USA and Canada.
- Peter d'Ambrumenil. (1997). *Mediation and Arbitration*. First published in Great Britain by Cavendish Publishing Limited, The Glass House, Wharton Street, London.
- Phil Harris. (2007). *An Introduction to Law*, Seventh Edition, Cambridge University Press, Cambridge New York.
- Sulistiyowati Irianto. (2008). Pluralisme Hukum Sebagai Suatu Konsep dan Pendekatan Teoretis dalam Perspektif Global, dalam Majalah Hukum Nasional Nomor 1 Tahun 2008. BPHN-Departemen Hukum dan HAM RI, Jakarta.
- Trevor Buck. (2005). *Administrative Justice, and Alternative Dispute Resolution: The Australian Experience*, Department for Constitutional Affairs, DCA Research Series 8/05, First Published.
- Yoshiro Kusano (2008). WAKAI, Terobosan Baru Penyelesaian Sengketa (terj.). Grafindo Khasanah Ilmu, Jakarta.

## PROFIL PENULIS




### **Dr. Rustan, S.H., M.Hum.**

Penulis lahir tanggal 31 Desember 1964 di Paowe, Kel. Salokaraja, Kec. Lalabata, Kabupaten Soppeng, menempuh pendidikan dasar dan menengah di Kabupaten Soppeng, SD Nomor 29 Cenrana Tahun 1977, SMP Muhammadiyah Watansoppeng Tahun 1981, dan SMA Negeri 200 Watansoppeng Tahun 1984. Menyelesaikan studi pada satu perguruan tinggi di Makassar, yakni Strata Satu (S1) Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin Tahun 1988, Strata Dua (S2) pada PPS Universitas Hasanuddin Tahun 2001, dan Strata Tiga (S3) pada PPS Universitas Hasanuddin Tahun 2013. Setelah memperoleh gelar sarjana hukum tahun 1988, memperoleh izin sebagai pengacara praktik di wilayah hukum Pengadilan Tinggi Makassar, dan tahun 1999 dosen tetap di STAI DDI Maros, tahun 2015 sebagai dosen tetap Yayasan Wakaf Universitas Muslim Indonesia (UMI) di Fakultas Hukum sampai sekarang.

Sejak tanggal 11 Agustus 2025, diamanahi sebagai Ketua Divisi Advokasi dan Bantuan Hukum Pusat Kajian, Advokasi, dan Bantuan Hukum (PKaBH) Yayasan Wakaf Universitas Muslim Indonesia. Mengampuh matakuliah Pendidikan Pancasila dan Pendidikan Kewarganegaraan serta beberapa matakuliah di bidang Hukum Dasar dan Hukum Keperdataan seperti Hukum Islam, Pengantar Ilmu Hukum, Pengantar Hukum Indonesia, Antropologi Hukum, Hukum Adat, Hukum Agraria, Hukum Perdata, Hukum Dagang, Hak Kekayaan Intelektual, Hukum Acara Pidana, Hukum Acara Perdata, Hukum Perlindungan Konsumen dan Persaingan Usaha, Hukum Bisnis, Aspek Hukum Dalam Ekonomi, dan sebagainya. Selain itu, penulis mengampuh beberapa mata kuliah pada Program Pascasarjana (PPS) Universitas Muslim Indonesia, seperti Sejarah Hukum, Sosiologi Hukum, Hukum dan Penanaman Modal, Hukum dan Kependudukan, Etika Profesi, Filsafat Hukum, dan Perbandingan Sistem Hukum dan

Peradilan. Selain mengajar, penulis sejak tahun 2002 diangkat menjadi Anggota Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Kota Makassar sampai tahun 2022 oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.



**BAB 21**  
**MEMBANGUN**  
**EKOSISTEM DIGITAL**  
**YANG AMAN: LITERASI**  
**HUKUM BAGI**  
**KONSUMEN CERDAS**

---

**Vegitya Ramadhani Putri, S.H., S. Ant, M.A, LL.M.**  
Universitas Sriwijaya



## **Evolusi Paradigma Literasi Hukum: Dari Pengetahuan Prosedural ke Pemberdayaan Digital (*Digital Empowerment*)**

Pergeseran relasi kuasa antara individu dan korporasi teknologi global kini telah menyentuh ranah hak konstitusional. Oleh karena itu, reposisi konsumen bukan hanya sebagai pembeli, melainkan sebagai subjek hukum yang berdaulat dalam ruang siber. Dalam ekosistem digital yang cepat dan serba otomatis, hampir semua transaksi *online* mengandalkan klik "*I agree*". Pertanyaannya: apakah ini masih bisa disebut *informed consent* secara yuridis, ketika hampir tak ada yang membaca syarat dan ketentuan?

Beberapa kajian menunjukkan jarak besar antara teori persetujuan dan praktik *online*. Konsumen umumnya tidak membaca atau memahami syarat standar, sehingga "*consent*" lebih bersifat fiktif daripada benar-benar diinformasikan (Brunon-Ernst, 2015; Baker et al., 2019; Nicholls, 2022; Manwaring et al., 2021; Kim, 2013). Klik pada kotak "*I agree*" atau mekanisme serupa sering gagal mencerminkan kehendak bebas dan pemahaman nyata konsumen (Hayati, 2025; Preston, 2015; Manwaring et al., 2021; Wijayasriwardena, 2016).

Di banyak yurisdiksi, termasuk Indonesia, *click-wrap* diakui sah sebagai kontrak elektronik selama ada pernyataan setuju ("*I Agree*") dan kesempatan untuk mengakses ketentuan (Martinelli et al., 2024; Nimbe, 2019; Arief & Muhdar, 2025; Gomes, 2018). Dalam hukum Indonesia, *click-wrap* dinilai lebih kuat secara hukum daripada *browse-wrap* karena ekspresi persetujuan lebih eksplisit, meskipun unsur "*informed*" masih problematik (Martinelli et al., 2024; Hayati, 2025; Arief & Muhdar, 2025). Studi di Rusia dan yurisdiksi lain menekankan perlunya syarat minimum: akses nyata ke isi, informasi yang jelas, dan opsi menolak (Mik, 2020; Sevostyanov, 2025).

Fenomena "*no-read*" dan desain gelap membuat *consent* digital sering patologis: tidak sadar, terpaksa, atau dimanipulasi (Brunon-Ernst, 2015; Baker et al., 2019; Manwaring et al., 2021; Kim, 2013). Berbagai penulis mendorong standar *consent* yang lebih bermakna (jelas, spesifik, tidak dibundel, konsekuensi dapat diperkirakan) (Nicholls, 2022; Manwaring et al., 2021; Matos & Adjerid, 2021; Kassam et al., 2022), desain kontrak alternatif (*counter-design*) untuk

benar-benar memicu pembacaan dan pemahaman, bukan sekadar klik (Brunon-Ernst, 2015; Mik, 2020; Manwaring et al., 2021; Kassam et al., 2022), serta regulasi khusus dan penguatan hukum perlindungan konsumen (Martinelli et al., 2024; Mik, 2020; Sevostyanov, 2025; Manwaring et al., 2021; Arief & Muhdar, 2025; Zahorodnii et al., 2025).

Secara yuridis, *click-wrap* masih dianggap bentuk persetujuan yang sah, tetapi secara substansi sering gagal memenuhi standar *informed consent* karena fenomena tidak membaca, ketimpangan posisi tawar, dan desain yang memanipulasi perhatian. Relevansi konsep *informed consent* justru makin kuat sebagai standar normatif; tantangannya adalah mengubah hukum dan desain antarmuka dari sekadar menuntut klik menjadi benar-benar menjamin pemahaman dan pilihan yang sadar.

Di ekosistem digital, platform raksasa memegang data, algoritma, dan kontrak baku, sementara konsumen sering tidak paham hak-haknya. Literasi hukum berfungsi sebagai “alat penyeimbang” agar ketimpangan informasi tidak otomatis berubah menjadi ketimpangan kekuasaan dan ketidakadilan kontraktual.

Peran literasi hukum dalam mengurangi ketimpangan informasi terbukti luas dalam transaksi digital; banyak yang hanya “ikut aturan platform” tanpa memahami UUPK atau UU ITE (Lengkong et al., 2025; Sudiarti et al., 2024; Setha, 2025; Hasugian et al., 2023; Priyadi, 2022). Penyuluhan dan edukasi hukum tentang hak-kewajiban, langkah jika dirugikan, dan mekanisme sengketa meningkatkan pemahaman siswa dan pelaku *e-commerce*, sehingga mengurangi risiko wanprestasi dan penipuan (Sudiarti et al., 2024; Setha, 2025). Peningkatan literasi pemasaran digital & legalitas usaha mendorong kepatuhan berusaha, yang berujung pada implementasi perlindungan konsumen yang lebih baik (Ulya et al., 2023; Lengkong et al., 2025).

Dalam praktik, kontrak platform berisi syarat baku yang tidak seimbang, memperluas diskresi platform dan meminimalkan akuntabilitas (Lari-Williams, 2024; Suzor, 2018; Williams et al., 2024; Lagioia et al., 2022). Lemahnya pemahaman terhadap konsep *consent* dalam perjanjian digital (klik “*I agree*”) membuat persetujuan sering tidak benar-benar “sukarela dan terinformasi” (Hayati, 2025; Suzor, 2018).

## Daftar Pustaka

- Acharya, S., Das, B., Mishra, A., & Acharya, O. (2025). Transparency and Explainability of Algorithms from a Consumer Law Perspective. *Advanced International Journal for Research*. <https://doi.org/10.63363/aijfr.2025.v06i06.2652>
- Aimen, T. (2025). Cognitive freedom and legal accountability: Rethinking the EU AI act's theoretical approach to manipulative AI as *unacceptable risk*. *Cambridge Forum on AI: Law and Governance*. <https://doi.org/10.1017/cfl.2025.4>
- Aman, S. (2025). Cross-Border Alternative Dispute Resolution (ADR): Opportunities and Challenges. *Journal of Asian Development Studies*. <https://doi.org/10.62345/jads.2025.14.2.87>
- Anggara, A., & Dinata, M. (2023). Hacker Bjorka: Pihak yang Berperan dalam Mencegah Kebocoran Data. *Jurnal Hukum Magnum Opus*. <https://doi.org/10.30996/jhmo.v6i1.8293>
- Anggraeni, H., Listiawati, E., Dewi, A., Ragylia, R., & Utami, F. (2025). Decomposition of Legal Constructions in Cross-Border E-Commerce Dispute Resolution from an International Civil Law Perspective. *Jurnal Ius Constituendum*. <https://doi.org/10.26623/jic.v10i3.12792>
- Arief, A., & Muhdar, M. (2025). Validity of Click-Wrap and Browse-Wrap Agreements in the Indonesian Agreement Legal System. *Journal of Progressive Law and Legal Studies*. <https://doi.org/10.59653/jplls.v3i03.2239>
- Aulia, M. (2023). Strengthening Legal Mechanisms for Consumer Protection in the Digital Marketplace. *Interdisciplinary Studies in Society, Law, and Politics*. <https://doi.org/10.61838/kman.isslp.2.4.1>
- Bae, S. (2016). A Study on ODR Enforcement for Disputes Arising from Cross-border E-Commerce. *The e-Business Studies*, 17, 167-181. <https://doi.org/10.20462/tebs.2016.10.17.5.167>
- Baker, S., Citron, D., Heusel, J., & King, J. (2019). The Pathologies of Digital Consent. \*\*.

- Ballesteros, T. (2021). International Perspectives on Online Dispute Resolution in the E-Commerce Landscape. *International Journal on Online Dispute Resolution*. <https://doi.org/10.5553/ijodr/235250022021008002002>
- Bar-Gill, O., Sunstein, C., & Talgam-Cohen, I. (2023). Algorithmic Harm in Consumer Markets. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4321763>
- Basarudin, N., & Raji, R. (2022). Implication of Personalized Advertising on Personal Data: A Legal Analysis of the EU General Data Protection Regulation. *Environment-Behaviour Proceedings Journal*. <https://doi.org/10.21834/ebpj.v7i22.4160>
- Biega, A., & Finck, M. (2021). Reviving Purpose Limitation and Data Minimisation in Data-Driven Systems. *Technology and Regulation*. <https://doi.org/10.26116/techreg.2021.004>
- Biega, A., Potash, P., Daum'e, H., Diaz, F., & Finck, M. (2020). Operationalizing the Legal Principle of Data Minimization for Personalization. *Proceedings of the 43rd International ACM SIGIR Conference on Research and Development in Information Retrieval*. <https://doi.org/10.1145/3397271.3401034>
- Boine, C. (2021). AI-enabled manipulation and EU law. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4042321>
- Borgesius, F. (2020). Strengthening legal protection against discrimination by algorithms and artificial intelligence. *The International Journal of Human Rights*, 24, 1572 - 1593. <https://doi.org/10.1080/13642987.2020.1743976>
- Brenncke, M. (2023). A Theory of Exploitation for Consumer Law: Online Choice Architectures, Dark Patterns, and Autonomy Violations. *Journal of Consumer Policy*, 47, 127-164. <https://doi.org/10.1007/s10603-023-09554-7>
- Brito, L., & Garcia, R. (2025). Propaganda enganosa e abusiva sobre a ótica da publicidade, marketing e digital influencer. *RCMOS - Revista Científica Multidisciplinar O Saber*. <https://doi.org/10.51473/rcmos.v1i1.2025.1186>

- Brunon-Ernst, A. (2015). The Fallacy of Informed Consent: Linguistic Markers of Assent and Contractual Design in Some E-User Agreements. \*\*, 37-58. <https://doi.org/10.14198/raei.2015.28.03>
- Buruiană, A. (2025). Black Box AI and the Sovereignty of Personal Data: Between GDPR and Digital Ethics. *European Journal of Law and Public Administration*. <https://doi.org/10.18662/eljpa/12.1/258>
- Chaturvedi, M. (2024). Navigating the Digital Marketplace: Legal Requirements for Online Contracts with Consumers in the European Union. *Law and World*. <https://doi.org/10.36475/10.3.12>
- Cheng, X. (2025). Legal and ethical challenges in digital advertising: addressing *false* advertising, privacy violations, and consumer manipulation through *algorithmic* and data-driven advertising systems. *Advances in Social Behavior Research*. <https://doi.org/10.54254/2753-7102/2025.23436>
- Chushairi, S., Fithry, A., & Rusfandi, R. (2025). Perlindungan Hukum Bagi Korban Atas Kebocoran Pusat Data Nasional Sementara (Pdns) Perspektif Perlindungan Data Pribadi. *Jurnal Jendela Hukum*. <https://doi.org/10.24929/jjh.v12i2.4664>
- Clavell, G., Zamorano, M., Castillo, C., Smith, O., & Matic, A. (2020). Auditing Algorithms: On Lessons Learned and the Risks of Data Minimization. *Proceedings of the AAAI/ACM Conference on AI, Ethics, and Society*. <https://doi.org/10.1145/3375627.3375852>
- Cortés, P. (2010). Online Dispute Resolution for Consumers in the European Union (Open Access). \*\*. <https://doi.org/10.4324/9780203847756>
- Cortés, P., & De La Rosa, F. (2013). Building A Global Redress System For Low-Value Cross-Border Disputes. *International and Comparative Law Quarterly*, 62, 407 - 440. <https://doi.org/10.1017/s0020589313000109>
- De Laat, P. (2022). Algorithmic decision-making employing profiling: will *trade secrecy protection* render the right to explanation

- toothless?. *Ethics and Information Technology*, 24. <https://doi.org/10.1007/s10676-022-09642-1>
- De Marcellis-Warin, N., Marty, F., Thelisson, E., & Warin, T. (2022). Artificial intelligence and consumer manipulations: from consumer's *counter algorithms* to firm's *self-regulation* tools. *AI and Ethics*, 2, 259 - 268. <https://doi.org/10.1007/s43681-022-00149-5>
- De Queiroz, E., & De Araújo Lima, R. (2024). Misleading Advertising In E-Commerce: Impacts On The Principle Of Consumer Hyposufficiency In The Face Of The Right To Information. *RECIMA21 - Revista Científica Multidisciplinar - ISSN 2675-6218*. <https://doi.org/10.47820/recima21.v5i12.6030>
- Deo, K., & Chauhan, S. (2024). Darker Patterns? AI-generated Persuasion and the Regulatory Void in Indian Law. *Journal of Development Policy and Practice*, 10, 80 - 95. <https://doi.org/10.1177/24551333241275752>
- Dickinson, G. (2024). The Patterns of Digital Deception. *ArXiv, abs/2412.19850*. <https://doi.org/10.70167/zgkr4148>
- Diega, G., & Sappa, C. (2020). The Internet of Things at the Intersection of Data Protection and Trade Secrets. Non-Conventional Paths to Counter Data Appropriation and Empower Consumers. *Social Science Research Network*.
- Duffourc, M., & Gerke, S. (2023). The proposed EU Directives for AI *liability* leave worrying gaps likely to impact medical AI. *NPJ Digital Medicine*, 6. <https://doi.org/10.1038/s41746-023-00823-w>
- Edwards, L., & Veale, M. (2018). Enslaving the Algorithm: From a “Right to an Explanation” to a “Right to Better Decisions”? *IEEE Security & Privacy*, 16, 46-54. <https://doi.org/10.1109/msp.2018.2701152>
- Edwards, L., & Wilson, C. (2007). Redress and Alternative Dispute Resolution in EU Cross-Border E-Commerce Transactions<sup>1</sup>. *International Review of Law, Computers & Technology*, 21, 315 - 333. <https://doi.org/10.1080/13600860701701603>
- Ermakova, E. (2023). Features of Online Settlement of Consumer

- Disputes by *e-commerce* Platforms in the People's Republic of China. *Journal of Digital Technologies and Law*. <https://doi.org/10.21202/jdtl.2023.30>
- Ernawan, D., & Sukresno, S. (2025). Legal Protection for Consumers through the Politics of Dumping in Online Buying and Selling According to Law Number 8 of 1999 Concerning Consumer Protection. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*. <https://doi.org/10.59141/jiss.v6i4.1690>
- Eze, M. (2025). The ethics of digital marketing: Tackling fake reviews and *deceptive practices*. *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*. <https://doi.org/10.51594/ijmer.v7i1.1796>
- Fahmi, M., Budia, A., & Hayati, R. (2023). Literasi Hukum Ekonomi Syariah di Era Digital dan Kontribusinya bagi Penguatan Ekonomi Syariah di Indonesia (Studi terhadap Platform Instagram). *Al-Huquq: Journal of Indonesian Islamic Economic Law*. <https://doi.org/10.19105/alhuquq.v5i1.5729>
- Faiqy, M., Damargara, M., Alhidayah, M., & Maulana, J. (2022). Urgensi Realisasi Peran Data Protection Officer (DPO) pada Sektor Kesehatan Ditinjau dari Hukum Pelindungan Data Pribadi. *Padjadjaran Law Review*. <https://doi.org/10.56895/plr.v10i1.838>
- Falletti, E. (2023). Algorithmic Discrimination and Privacy Protection. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4366693>
- Fassiaux, S. (2023). Preserving Consumer Autonomy through European Union Regulation of Artificial Intelligence: A Long-Term Approach. *European Journal of Risk Regulation*, 14, 710 - 730. <https://doi.org/10.1017/err.2023.58>
- Finck, M., & Biega, A. (2021). Reviving Purpose Limitation and Data Minimisation in Personalisation, Profiling and Decision-Making Systems. *ArXiv*, *abs/2101.06203*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3749078>
- Franklin, M., Ashton, H., Gorman, R., & Armstrong, S. (2022). Missing Mechanisms of Manipulation in the EU AI Act. *The International*

FLAIRS Conference Proceedings.  
<https://doi.org/10.32473/flairs.v35i.130723>

Fraser, H., Simcock, R., & Snoswell, A. (2022). AI Opacity and Explainability in Tort Litigation. *Proceedings of the 2022 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency*.  
<https://doi.org/10.1145/3531146.3533084>

Gabov, A. (2022). Online Settlement Of Disputes Between Participants Of Digital Platforms In The Civil Rights Protection System. *Herald of Civil Procedure*. <https://doi.org/10.24031/2226-0781-2022-12-1-208-235>

Galli, F. (2022). Algorithmic Marketing and EU Law on Unfair Commercial Practices. *Law, Governance and Technology Series*.  
<https://doi.org/10.1007/978-3-031-13603-0>

Goanta, C., & Ortolani, P. (2021). Unpacking Content Moderation: The Rise of Social Media Platforms as Online Civil Courts. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3969360>

Goldstein, A., Ezov, G., Shmelkin, R., Moffie, M., & Farkash, A. (2020). Data minimization for GDPR compliance in *machine learning* models. *AI and Ethics*, 2, 477 - 491.  
<https://doi.org/10.1007/s43681-021-00095-8>

Gomes, I. (2018). Click-Wrap Consumer Electronic Contracts and Doubt About Applicable Law. \*\*.

Grochowski, M., Jabłonowska, A., Lagioia, F., & Sartor, G. (2021). Algorithmic Transparency and Explainability for EU Consumer Protection: Unwrapping the Regulatory Premises. *Critical Analysis of Law*. <https://doi.org/10.33137/cal.v8i1.36279>

Grozdanovski, L. (2024). The Explanations One Needs For The Explanations One Gives—The Necessity Of Explainable AI (XAI) For Causal Explanations Of Ai-Related Harm:Deconstructing The ‘Refuge Of Ignorance’ In The EU’S AI Liability Regulation. *International Journal of Law, Ethics, and Technology*.  
<https://doi.org/10.55574/tqcg5204>

Gulati, R. (2023). Meta’s *Oversight Board* and Transnational Hybrid

- Adjudication—What Consequences for International Law?. *German Law Journal*, 24, 473 - 493. <https://doi.org/10.1017/glj.2023.34>
- Haitsma, L. (2023). Regulating *algorithmic* discrimination through adjudication: the Court of Justice of the European Union on discrimination in *algorithmic* profiling based on PNR data. *Frontiers in Political Science*. <https://doi.org/10.3389/fpos.2023.1232601>
- Hanriot, M. (2016). Online Dispute Resolution (ODR) as a Solution to Cross Border Consumer Disputes: The Enforcement of Outcomes. \*\*.
- Hasugian, S., Nasrianti, N., & Bahreisy, B. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Hak Informasi Dalam Transaksi Jual Beli Online. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Malikussaleh*. <https://doi.org/10.29103/jimfh.v6i2.8187>
- Hayati, A. (2025). Rethinking Consent: Examining the Adequacy of the Concept of Consent in Digital Platform Agreements under Indonesian Civil Code. *Jurnal HAM*. <https://doi.org/10.30641/ham.2025.16.151-164>
- Hourani, S. (2022). Mind the Gap? A Critical Analysis of the Recognition and Enforcement of Cross-Border Consumer ODR Outcomes in the EU. *Revista Ítalo-española de Derecho procesal*. <https://doi.org/10.37417/rivitsproc/681>
- Hu, M. (2020). Cambridge Analytica's *black box*. *Big Data & Society*, 7. <https://doi.org/10.1177/2053951720938091>
- Irmawati, E., Pieries, J., & Widiarty, W. (2024). Perlindungan Hukum Atas Data Pribadi Nasabah Bank Pengguna Mobile Banking dalam Perspektif Uu No 27 Tahun 2022 tentang Kebocoran Data. *Jurnal Syntax Admiration*. <https://doi.org/10.46799/jsa.v5i1.964>
- Iswandari, B. (2021). Jaminan Atas Pemenuhan Hak Keamanan Data Pribadi Dalam Penyelenggaraan E-Government Guna Mewujudkan Good Governance. , 28. <https://doi.org/10.20885/iustum.vol28.iss1.art6>
- Jain, S., Chaurasia, S., Joshi, M., & Vishwakarma, Y. (2025). Dark Patterns In Digital Marketing And Consumer Manipulation.

- Emerging Frontiers in Management and Leadership*.  
<https://doi.org/10.51767/ic250208>
- Jones, E. (2023). Digital disruption: artificial intelligence and international trade policy. *Oxford Review of Economic Policy*.  
<https://doi.org/10.1093/oxrep/grac049>
- Juaningsih, I., Hidayat, R., Aisyah, K., & Rusli, D. (2021). Rekonsepsi Lembaga Pengawas terkait Perlindungan Data Pribadi oleh Korporasi sebagai Penegakan Hak Privasi berdasarkan Konstitusi., 8. <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v8i2.19904>
- Júnior, J. (2024). Algorithmic torts. *Brazilian Journal of Law, Technology and Innovation*.  
<https://doi.org/10.59224/bjlti.v2i1.210-224>
- Kameel, T., Kandeel, M., & Alkrisheh, M. (2022). Consumer Protection from Misleading Online Advertisements “An Analytical Study in UAE Law”. *2022 International Arab Conference on Information Technology (ACIT)*, 1-8.  
<https://doi.org/10.1109/acit57182.2022.9994108>
- Kariyawasam, K., & Wigley, S. (2017). Online shopping, misleading advertising and consumer protection. *Information & Communications Technology Law*, 26, 73 - 89.  
<https://doi.org/10.1080/13600834.2017.1289835>
- Kassam, I., Ilkina, D., Kemp, J., Roble, H., Carter-Langford, A., & Shen, N. (2022). Patient Perspectives and Preferences for Consent in the Digital Health Context: State-of-the-art Literature Review. *Journal of Medical Internet Research*, 25. <https://doi.org/10.2196/42507>
- Kim, N. (2013). Wrap Contracts: Foundations and Ramifications. \*\*.
- Kira, B. (2025). Regulatory intermediaries in content moderation. *Internet Policy Rev.*, 14. <https://doi.org/10.14763/2025.1.1824>
- Koulu, A. (2016). Blockchains and Online Dispute Resolution: Smart Contracts as an Alternative to Enforcement. *Scriptorium*, 13, 40-69.  
<https://doi.org/10.2966/scrip.130116.40>
- Kurnia, T., & Mahmud, A. (2025). Perlindungan Hukum Data Pribadi Terhadap Korban Kejahatan Akses Ilegal dan Upaya

- Pencegahannya. *Bandung Conference Series: Law Studies*.  
<https://doi.org/10.29313/bcsls.v5i2.18503>
- Lagioia, F., Jabłonowska, A., Liepiņa, R., & Drażewski, K. (2022). AI in Search of *Unfairness* in Consumer Contracts: The Terms of Service Landscape. *Journal of Consumer Policy*, 45, 481 - 536.  
<https://doi.org/10.1007/s10603-022-09520-9>
- Lari-Williams, F. (2024). Managing the powers of digital platforms through platform law, contract law and consumer law. \*\*. <https://doi.org/10.63028/10067/2099610151162165141>
- Larsson, S. (2018). Algorithmic governance and the need for consumer empowerment in data-driven markets. *Internet Policy Rev.*, 7. <https://doi.org/10.14763/2018.2.791>
- Larsson, S., & Heintz, F. (2020). Transparency in artificial intelligence. *Internet Policy Rev.*, 9. <https://doi.org/10.14763/2020.2.1469>
- Laux, J., Wachter, S., & Mittelstadt, B. (2021). Neutralizing *online* behavioural advertising: Algorithmic targeting with market power as an *unfair commercial practice*. *Common Market Law Review*. <https://doi.org/10.54648/cola2021048>
- Lee, C., Hwang, S., & Kim, H. (2024). A Study of the Legal Status and Contractual Liability of Digital Platform Operators. *Kyung Hee Law Journal*. <https://doi.org/10.15539/khlj.59.4.7>
- Lee, H. (2025). The New Paradigm of Algorithmic Platform Liability through *Anderson v. TikTok* and Its Implications for Korean Law. *Wonkwang University Legal Research Institute*. <https://doi.org/10.22397/wlri.2025.41.3.131>
- Leese, M. (2014). The new profiling: Algorithms, *black boxes*, and the failure of anti-discriminatory safeguards in the European Union. *Security Dialogue*, 45, 494 - 511.  
<https://doi.org/10.1177/0967010614544204>
- Leiser, M. (2024). Psychological Patterns and Article 5 of the AI Act: *Journal of AI Law and Regulation*. <https://doi.org/10.21552/aire/2024/1/4>
- Lengkong, M., Telaumbanua, S., Herlin, H., Lembang, N., & Atasya, S.

- (2025). Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha dan Konsumen serta Tanggung Jawab Pelaku Usaha untuk Mempermudah Transaksi Jual Beli dalam Sistem Perdagangan Online. *Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan dan Sosial Humaniora*. <https://doi.org/10.55606/khatulistiwa.v5i2.5783>
- Lin, Y. (2025). Self-Regulatory ODR in China's e-Commerce Market. *Amicus Curiae*. <https://doi.org/10.14296/ac.v6i2.5755>
- Ling, Y. (2024). Intellectual Property Protection of Multinational Enterprises' Algorithm in Cross-Border Data Flows. *Transactions on Social Science, Education and Humanities Research*. <https://doi.org/10.62051/ckg8k482>
- Llorca, D., Charisi, V., Hamon, R., S'anchez, I., & G'omez, E. (2022). Liability regimes in the age of AI: a use-case driven analysis of the burden of proof. *J. Artif. Intell. Res.*, 76, 613-644. <https://doi.org/10.1613/jair.1.14565>
- Luguri, J., & Strahilevitz, L. (2019). Shining a Light on Dark Patterns. *Journal of Legal Analysis*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3431205>
- Ma, J. (2025). Causation in AI Tort Litigation: Legal Dilemmas of Algorithmic Black Boxes and Burden of Proof Allocation. *Legal Compliance*. <https://doi.org/10.63808/lc.v1i2.127>
- Maharani, R., & Prakoso, A. (2024). Perlindungan Data Pribadi Konsumen Oleh Penyelenggara Sistem Elektronik Dalam Transaksi Digital. *JURNAL USM LAW REVIEW*. <https://doi.org/10.26623/julr.v7i1.8705>
- Maharani, R., & Prakoso, A. (2024). Perlindungan Data Pribadi Konsumen Oleh Penyelenggara Sistem Elektronik Dalam Transaksi Digital. *JURNAL USM LAW REVIEW*. <https://doi.org/10.26623/julr.v7i1.8705>
- Makfirah, R., Nasution, F., Nasution, A., & Afnila, A. (2024). Perlindungan Data Pribadi Sebagai Bagian dari Hak Konstitusional Warga Negara dalam Sistem Informasi Partai Politik (SIPOL). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik*. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v4i5.2392>

- Mann, M., & Matzner, T. (2019). Challenging *algorithmic* profiling: The limits of data *protection* and anti-discrimination in responding to emergent discrimination. *Big Data & Society*, 6. <https://doi.org/10.1177/2053951719895805>
- Manwaring, K., Kemp, K., & Nicholls, R. (2021). (mis)Informed Consent in Australia. *Social Science Research Network*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3859848>
- Martinelli, I., Wibowo, S., Andreas, G., & Fae, M. (2024). Penggunaan Click-Wrap Agreement Pada E-Commerce: Tinjauan Terhadap Keabsahannya Sebagai Bentuk Perjanjian Elektronik. *Jurnal Supremasi*. <https://doi.org/10.35457/supremasi.v14i1.2797>
- Mathur, A., Acar, G., Friedman, M., Lucherini, E., Mayer, J., Chetty, M., & Narayanan, A. (2019). Dark Patterns at Scale. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 3, 1 - 32. <https://doi.org/10.1145/3359183>
- Matos, M., & Adjerid, I. (2021). Consumer Consent and Firm Targeting After GDPR: The Case of a Large Telecom Provider. *Manag. Sci.*, 68, 3330-3378. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3777417>
- Maulida, O., & Utomo, H. (2023). Pertanggungjawaban Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan Atas Kebocoran Data Pribadi Pengguna dalam Perspektif Hukum Pidana. *Indonesian Journal of Law and Justice*. <https://doi.org/10.47134/ijlj.v1i2.2011>
- Maulidiana, L., Renaldy, R., & Yoesry, E. (2025). The Relationship Between Consumer Legal Literacy Level And Dispute Resolution Of Buy Now Pay Later Service. *Leges Privatae*. <https://doi.org/10.62872/pkz6np60>
- Mazur, J., & Grambličková, B. (2023). New Regulatory Force of Cyberspace: The Case of Meta's *Oversight Board*. *Masaryk University Journal of Law and Technology*. <https://doi.org/10.5817/mujlt2023-1-1>
- Mik, E. (2020). Engineering Consent: Using Technology to Create Informed Consumers. *Social Science Research Network*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3732682>

- Mittal, D. (2025). "The Impact of Deceptive Advertising on Consumers Trust and Market Dynamic: A Mix Method Study in the Indian Contexts". *International Journal Of Scientific Research In Engineering And Management*. <https://doi.org/10.55041/ijirem50379>
- Mochtar, M. (2023). Kepastian Hukum Atas Kebocoran Data Pribadi Pengguna Aplikasi Online. *YUSTISIA MERDEKA : Jurnal Ilmiah Hukum*. <https://doi.org/10.33319/yume.v9i2.235>
- Mutiara, U., & Maulana, R. (2020). Perlindungan Data Pribadi Sebagai Bagian Dari Hak Asasi Manusia Atas Perlindungan Diri Pribadi. *Indonesian Journal of Law and Policy Studies*. <https://doi.org/10.31000/ijlp.v1i1.2648>
- Mühlhoff, R., & Ruschemeier, H. (2025). Updating *purpose limitation* for AI: a normative approach from law and philosophy. *Int. J. Law Inf. Technol.*, 33. <https://doi.org/10.1093/ijlit/eaaf003>
- Nannini, L., Alonso-Moral, J., Catalá, A., Lama, M., & Barro, S. (2024). Operationalizing Explainable Artificial Intelligence in the European Union Regulatory Ecosystem. *IEEE Intelligent Systems*, 39, 37-48. <https://doi.org/10.1109/mis.2024.3383155>
- Neuwirth, R. (2022). The EU Artificial Intelligence Act. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.4324/9781003319436>
- Nicholls, R. (2022). Informed Consent to Online Standard Form Agreements. *Global Privacy Law Review*. <https://doi.org/10.54648/gplr2022017>
- Nimbe, O. (2019). The 'No-reading' and Consent in Online Consumer Standard Form Contracting. *European Journal of Business and Management*. <https://doi.org/10.7176/ejbm/11-17-02>
- Padovan, P., Martins, C., & Reed, C. (2022). Black is the new orange: how to determine AI liability. *Artificial Intelligence and Law*, 31, 133-167. <https://doi.org/10.1007/s10506-022-09308-9>
- Pálfi, D. (2024). Internal dispute resolution systems: Do high promises come with higher expectations?. *Hungarian Journal of Legal Studies*. <https://doi.org/10.1556/2052.2023.00469>

- Patel, A., Ranjan, R., Kumar, R., Ojha, N., & Patel, A. (2025). Online dispute resolution mechanism as an effective tool for resolving cross-border consumer disputes in the era of E-commerce. *International Journal of Law and Management*. <https://doi.org/10.1108/ijlma-07-2024-0245>
- Petrovskaya, E., & Zendle, D. (2021). Predatory Monetisation? A Categorisation of Unfair, Misleading and Aggressive Monetisation Techniques in Digital Games from the Player Perspective. *Journal of Business Ethics*. <https://doi.org/10.1007/s10551-021-04970-6>
- Petty, R. (1998). Interactive marketing and the law: The future rise of unfairness. *Journal of Interactive Marketing*, 12, 21-31. [https://doi.org/10.1002/\(sici\)1520-6653\(199822\)12:3<21::aid-dir3>3.0.co;2-4](https://doi.org/10.1002/(sici)1520-6653(199822)12:3<21::aid-dir3>3.0.co;2-4)
- Prasetyo, D., & Sembiring, M. (2025). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Pemberian Keterangan Yang Menyesatkan Oleh Pelaku Usaha Digital Ditinjau Dari Aspek Pidana. *Eksekusi : Jurnal Ilmu Hukum dan Administrasi Negara*. <https://doi.org/10.55606/eksekusi.v3i1.1751>
- Preston, C. (2015). 'Please Note: You Have Waived Everything': Can Notice Redeem Online Contracts?. *The American University law review*, 64, 2.
- Priyadi, A. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online. *Wijayakusuma Law Review*. <https://doi.org/10.51921/wlr.v4i1.196>
- Qizhi, Z. (2024). Exploration on the protection of consumer rights and interests in big data price discrimination. *International Journal of Frontiers in Sociology*. <https://doi.org/10.25236/ijfs.2024.060403>
- Rahmawati, H. (2024). Aspek Hukum dalam Transaksi Bisnis Digital serta Upaya Perlindungan Data Pribadi Konsumen dalam Era Teknologi. *JISPENDIORA Jurnal Ilmu Sosial Pendidikan Dan Humaniora*. <https://doi.org/10.56910/jispendiora.v3i3.2978>
- Rieder, B., & Hofmann, J. (2020). Towards platform observability. *Internet Policy Rev.*, 9. <https://doi.org/10.14763/2020.4.1535>

- Rott, P. (2025). Digital Fairness and the Burden of Proof. *Journal of Consumer Policy*, 48, 297 - 314. <https://doi.org/10.1007/s10603-025-09583-4>
- Saefudin, F., & Muliya, L. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Informasi yang Tidak Sesuai Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Bandung Conference Series: Law Studies*. <https://doi.org/10.29313/bcsls.v3i1.4950>
- Sampani, C. (2021). Online dispute resolution in *e-commerce*: is consensus in regulation UNCITRAL's utopian idea or a realistic ambition?. *Information & Communications Technology Law*, 30, 235 - 254. <https://doi.org/10.1080/13600834.2021.1875539>
- Sari, E., Kurmaliasari, A., & Prastyanti\*, R. (2026). Challenges to Contract Certainty and Dispute Resolution in the Digital Economy. *ICoBITS*. <https://doi.org/10.32664/icobits.v1.92>
- Sari, R., & , S. (2024). Perlindungan Konsumen Terkait Praktik Pemasaran Yang Menyesatkan Melalui Media Digital Di Indonesia (Studi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen). *Jurnal Interpretasi Hukum*. <https://doi.org/10.22225/juinhum.5.3.10828.1171-1180>
- Sautunnida, L. (2018). Urgensi Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi di Indonesia: Studi Perbandingan Hukum Inggris dan Malaysia. *Kanun Jurnal Ilmu Hukum*. <https://doi.org/10.24815/kanun.v20i2.11159>
- Setha, D. (2025). Perkembangan Teknologi Digital dan Edukasi Hukum untuk Meningkatkan Perlindungan Konsumen Digital terhadap Penipuan Online di Indonesia. *Harmoni Sosial : Jurnal Pengabdian dan Solidaritas Masyarakat*. <https://doi.org/10.62383/harmoni.v2i3.1906>
- Sevostyanov, P. (2025). Licensing Agreements in Russian Law: an Analysis of Click-Wrap Agreements. *Bulletin of Science and Practice*. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/120/43>
- Shanmugam, D., Shabaniyan, S., Díaz, F., Finck, M., & Biega, A. (2021).

- Learning to Limit Data Collection via Scaling Laws: Data Minimization Compliance in Practice. *ArXiv, abs/2107.08096*.
- Sidiq, M. (2025). Perlindungan Hukum terhadap Rumah Sakit atas Kebocoran Data Rekam Medik Elektronik yang Dilakukan Oleh Peretas. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*. <https://doi.org/10.37481/jmh.v5i2.1336>
- Smith, H. (2020). Clinical AI: opacity, accountability, responsibility and liability. *AI & SOCIETY*, 36, 535 - 545. <https://doi.org/10.1007/s00146-020-01019-6>
- Solehudin, H., & Ruhaeni, N. (2022). Perlindungan Hukum Atas Kebocoran Data Pribadi Ditinjau dari Undang Undang Nomor 19 Tahun 2019 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Implementasinya terhadap Kebocoran Data Pengguna Electronic Health Alert Card. *Bandung Conference Series: Law Studies*. <https://doi.org/10.29313/bcsls.v2i2.2520>
- Sposini, L. (2024). Impact of New Technologies on Economic Behavior and Consumer Freedom of Choice: from Neuromarketing to Neuro-Rights. *Journal of Digital Technologies and Law*. <https://doi.org/10.21202/jdtl.2024.5>
- Sposini, L. (2024). The Governance of Algorithms: Profiling and Personalisation of Online Content in the Context of European Consumer Law. *Nordic Journal of European Law*. <https://doi.org/10.36969/njel.v7i1.25734>
- Sudiarti, E., Evi, E., Dewi, Y., & Ali, N. (2024). Penyuluhan Hukum Jual Beli Online Guna Meningkatkan Literasi Transaksi E-Commerce Siswa Di Kota Palangka Raya. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v7i1.49755>
- Sun, H. (2024). The Right to Know Social Media Algorithms. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4944976>
- Supangat, A., Nasution, E., & Sara, R. (2024). Digital Contracts and Jurisdiction in Global E-Commerce: Legal Standards, Clause Validity, and Enforcement Across Borders. *Legalis : Journal of Law*

- Review. <https://doi.org/10.61978/legalis.v2i4.1124>
- Suzor, N. (2018). Digital Constitutionalism: Using the Rule of Law to Evaluate the Legitimacy of Governance by Platforms. *Social Media + Society*, 4. <https://doi.org/10.1177/2056305118787812>
- Sylfia, A., Adyana, I., Amrullah, M., & Djaja, H. (2021). Tanggungjawab Yuridis PT. Tokopedia atas Kebocoran Data Pribadi dan Privasi Konsumen Dalam Transaksi Online. *Bhirawa Law Journal*. <https://doi.org/10.26905/blj.v2i1.5850>
- Syofyan, Y., Nazmi, D., & Arfiani, A. (2025). Tanggung Gugat Pemerintah Atas Kebocoran Data Pribadi Masyarakat Dalam Perspektif Undang-Undang Pelindungan Data Pribadi. *Nagari Law Review*. <https://doi.org/10.25077/nalrev.v.8.i.3.p.556-581.2025>
- Tai, E. (2023). Contract Law and Persuasive Design: Dark Patterns, AI and the Concept of Free Choice. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4537170>
- Tamam, B., & Ikrom, M. (2024). Perlindungan Hukum Hak Privasi Warga Negara terhadap Kebocoran Data Pribadi di Indonesia. *Constitution Journal*. <https://doi.org/10.35719/constitution.v3i2.105>
- Trzaskowski, J. (2024). Manipulation by design. *Electronic Markets*, 34. <https://doi.org/10.1007/s12525-024-00699-y>
- Ulya, W. (2022). Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen Dan Persaingan Usaha Dalam Pemanfaatan Big Data Marketplace Di Indonesia. *Hukum Dan Dinamika Masyarakat*. <https://doi.org/10.56444/hdm.v20i2.3552>
- Ulya, W., Pratiwi, A., & Utami, N. (2023). Implementasi Hukum Perlindungan Konsumen Melalui Literasi Pemasaran Digital dan Legalitas Produk UMKM di Kabupaten Purbalingga. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*. <https://doi.org/10.26618/j-hes.v7i02.12183>
- Van Loo, R. (2020). Federal Rules of Platform Procedure. \*\*.
- Vishnevskiy, A. (2025). Artificial Intelligence, Financial Services, the Consumer: The Legal Tools to obstruct Manipulation. *Journal of Russian Law*. <https://doi.org/10.61205/s160565900032617-2>

- Wagner, G., & Eidenmueller, H. (2021). Digital Dispute Resolution. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3871612>
- Wijayasriwardena, D. (2016). Consent in Online Contracts - Mindless or Mindful?. \*\*.
- Williams, P., McDonald, P., Stewart, A., & Mayes, R. (2024). Terms and conditions of digital labour platforms: Unfair contractual control?. *Centre for Justice Briefing Papers*. <https://doi.org/10.5204/book.eprints.248726>
- Wong, D., & Floridi, L. (2022). Meta's *Oversight Board*: A Review and Critical Assessment. *Minds and Machines*, 33, 261 - 284. <https://doi.org/10.1007/s11023-022-09613-x>
- Wu, J. (2023). Algorithmic Fairness in Consumer Credit Underwriting: Towards a 'Harm-Based' Framework for AI Fair Lending. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4320444>
- Xu, Z., Zhu, Y., & Yang, S. (2022). Tackling *false* advertising and strengthening consumer *protection* in emerging economies. *Journal of General Management*, 50, 319 - 332. <https://doi.org/10.1177/03063070221145859>
- Xue, P., & Zhang, R. (2022). Intra-platform disputes and democratic adjudication. *Science of Law Journal*. <https://doi.org/10.23977/law.2022.010208>
- Yudha, W. (2025). Urgensi Penerapan Minimalisasi Data dalam Upaya Pencegahan Penyalahgunaan Data Pribadi Nasabah di Sektor Perbankan Berdasarkan Undang-Undang Pelindungan Data Pribadi. *Mahkamah : Jurnal Riset Ilmu Hukum*. <https://doi.org/10.62383/mahkamah.v2i3.935>
- Zahorodnii, D., Nadiienko, O., & Artemenko, O. (2025). Civil-law regulation of electronic *contracts*: Current challenges in marketing and the digital economy. *Legal Horizons*. <https://doi.org/10.54477/10.54477/lh.25192353.2025.2.pp.35-46>
- Zhao, Y., & Chen, H. (2023). Enhancing Access to Digital Justice: Digital Governance of Dispute Resolution and Dispute Prevention in Online

Commercial Activities. *SSRN Electronic Journal*.  
<https://doi.org/10.2139/ssrn.4383117>

Zheng, Z., Tan, Q., Zheng, X., & Yang, Y. (2025). The Dark Side of AI in Insurance: A Systematic Review of Mechanisms Linking AI Design Features to Consumer Harm. *Journal of Consumer Affairs*.  
<https://doi.org/10.1111/joca.70034>

Zhong, H., O'Neill, E., & Hoffmann, J. (2023). Regulating AI: Applying Insights from Behavioural Economics and Psychology to the Application of Article 5 of the EU AI Act. \*\*, 20001-20009.  
<https://doi.org/10.1609/aaai.v38i18.29977>

Zulham. (2023). A Critical Review of Consumer Protection Online Shopping, False Advertising, and Legal Protection. *Journal of Law and Sustainable Development*.  
<https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i5.740>

## PROFIL PENULIS



### **Vegitya Ramadhani Putri, S.H., S. Ant, M.A, LLM.**

Sejak tahun 2006, saya mengabdikan sebagai dosen di Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya, khususnya pada Departemen Hukum Tata Negara. Latar belakang pendidikan saya berasal dari berbagai bidang keilmuan yang saling melengkapi dan memperkaya cara pandang saya dalam mengajar dan berkarya. Saya menyelesaikan Sarjana Hukum (S.H.) dari Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, serta meraih Sarjana Antropologi Budaya (S.Ant.) dari Fakultas Ilmu Budaya Universitas Gadjah Mada. Untuk jenjang magister, saya menyelesaikan Magister of Art (M.A.) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada melalui program sandwich dengan Fakultas Ilmu Sosial di University of Oslo, Norwegia. Selanjutnya, saya juga meraih gelar Magister Hukum (LL.M.) dari Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada. Di Fakultas Hukum Unsri, saya mampu berbagai mata kuliah, antara lain: Hukum Hak Asasi Manusia, Ilmu Perundang-Undangan, Antropologi Hukum, Pengantar Ilmu Politik, Perbandingan Hukum Tata Negara, Hukum Presiden dan Kapita Selekta HTN. Kompetensi profesional yang saya miliki di antaranya *Certified Legislative Drafter* (CLD) yang diterbitkan oleh BNSP, *Certified Legal Auditor* (CLA) yang diterbitkan oleh BNSP, dan sertifikasi kompetensi pengadaan barang dan jasa pemerintah level 2 (PPK Tipe C) yang diterbitkan oleh LKPP.

*Email* penulis: [vegityaramadhani@fh.unsri.ac.id](mailto:vegityaramadhani@fh.unsri.ac.id)



# **BAB 22**

# **REFORMASI REGULASI**

# **PERLINDUNGAN**

# **KONSUMEN**

---

**Dinda Bhawika Wimala Pastika, S.H., M.H.**  
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur



Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah mendorong transformasi fundamental dalam pola interaksi ekonomi, khususnya dalam hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Digitalisasi perdagangan melalui *e-commerce*, *financial technology (fintech)*, serta berbagai platform berbasis aplikasi telah menciptakan ekosistem transaksi yang semakin kompleks dan lintas batas. Dalam konteks ini, posisi konsumen cenderung berada pada titik yang rentan akibat asimetri informasi, keterbatasan kontrol terhadap produk dan layanan, serta ketergantungan pada sistem digital yang tidak sepenuhnya transparan (Dahayu & Adbaida, 2025).

Secara normatif, perlindungan konsumen di Indonesia berlandaskan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang menjadi instrumen hukum utama dalam menjamin hak-hak konsumen dan mengatur kewajiban pelaku usaha. Melalui UUPK ini membawa harapan bahwasannya untuk memberikan kepastian hukum dan juga jaminan atas keamanan, kualitas serta keadilan bagi konsumen maupun pelaku usaha (Pratama & Viana, 2025). Selain itu, pengaturan mengenai transaksi elektronik juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas UU ITE, yang memberikan dasar hukum bagi aktivitas perdagangan digital (Susiani, 2025). Lebih lanjut, penguatan aspek perlindungan data pribadi sebagai bagian dari hak konsumen juga diakomodasi dalam Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi.

Meskipun demikian, kerangka regulasi tersebut pada dasarnya masih mencerminkan pendekatan konvensional yang berorientasi pada transaksi fisik dan hubungan hukum langsung antara para pihak. UUPK, sebagai *lex generalis* dalam perlindungan konsumen, belum sepenuhnya mengantisipasi perkembangan model bisnis digital yang berbasis platform, di mana terdapat pihak ketiga sebagai *intermediary* yang memiliki peran signifikan dalam menentukan mekanisme transaksi. Hal ini menimbulkan kekosongan norma (*normative gap*) dan ambiguitas dalam penentuan tanggung jawab hukum, khususnya dalam hal kerugian konsumen akibat cacat produk, penyalahgunaan data, maupun praktik perdagangan tidak jujur di ruang digital.

Keterbatasan regulasi konvensional juga tercermin dalam belum optimalnya pengaturan terkait transparansi algoritma, mekanisme penyelesaian sengketa berbasis digital, serta perlindungan konsumen dalam transaksi lintas yurisdiksi (Seran, 2025). Fragmentasi pengaturan yang tersebar dalam berbagai peraturan sektoral turut memperlemah efektivitas perlindungan hukum, karena tidak adanya harmonisasi norma yang komprehensif dan integratif. Dalam praktiknya, kondisi ini berimplikasi pada lemahnya posisi tawar konsumen dan terbatasnya akses terhadap keadilan (*access to justice*).

Oleh karena itu, pembaruan hukum perlindungan konsumen di Indonesia menjadi suatu keniscayaan. Reformasi regulasi perlu diarahkan pada pembentukan kerangka hukum yang adaptif, responsif, dan berbasis pada prinsip keadilan serta keseimbangan antara kepentingan konsumen dan pelaku usaha. Pembaruan tersebut mencakup tidak hanya revisi terhadap peraturan perundang-undangan yang ada, tetapi juga penguatan kelembagaan, mekanisme pengawasan, serta integrasi norma hukum yang mampu menjawab tantangan era digital (Pamungkas & Faridah, 2025).

### **Disparitas antara Regulasi Konvensional dan Praktik Perlindungan Konsumen Modern**

Dalam dua tahun terakhir, terjadi peningkatan tajam sengketa konsumen pada platform *marketplace digital* di Indonesia, yang mencerminkan adanya kelemahan mendasar dalam sistem perlindungan hukum konsumen. Data Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) menunjukkan lonjakan pengaduan terkait transaksi digital hingga 275% sepanjang 2022–2024, dengan mayoritas kasus melibatkan platform seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada (Fista, 2023). Permasalahan yang muncul umumnya mencakup penipuan oleh penjual, gangguan sistem pembayaran, ketidaksesuaian produk, serta keterbatasan akses terhadap mekanisme penyelesaian sengketa. Lebih jauh, banyak kasus tersebut belum dapat ditangani secara efektif dalam kerangka hukum yang ada, sehingga menunjukkan adanya ketidakseimbangan antara praktik transaksi digital dengan regulasi perlindungan konsumen yang masih berkarakter konvensional.

## Daftar Pustaka

- Agusnur, A. (2025). Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi Perdagangan Elektronik di Indonesia. *Jurnal Hukum Perdata Dan Bisnis*, 1(1).  
<https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.6942>
- Ahmad, P. (2025). *Penerapan Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Marketplace*. Minhaj Pustaka.
- Bintarawati, F., & Rismana, D. (2024). Efektifitas Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Bagi Pengguna E-Commerce Di Era Ekonomi Digital. *Risalah Hukum*, 20(2). <https://doi.org/10.30872/risalah.v20i2.1570>
- CNN. (2025). *KPPU Desak Reformasi Hukum, Bendung Dominasi Ekosistem Digital*. CNN Indonesia.
- Dahayu, H. P., & Adbaida. (2025). Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Transaksi Digital Pada Platform Online. *Jurnal Kebijakan Hukum Dan Kebijakan Publik*, 4(1).  
<https://doi.org/10.58819/jfh.v3i2.156>
- Fahamsyah, E. (2025). *Seperempat Abad UU Perlindungan Konsumen : Tantangan dan Harapan*. Hukum Online.  
<https://www.hukumonline.com/berita/a/seperempat-abad-uu-perlindungan-konsumen--tantangan-dan-harapan-1t678009202512d/>
- Fista, Y. L. (2023). Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Binamulia Hukum*, 12(1).  
<https://doi.org/10.37893/jbh.v12i1.599>
- Indradewi, A. A. S. N. (2020). *Hukum Perlindungan Konsumen : Hubungan Konsumen Produsen, Asas, Tujuan & Aspek Hukum Perdata, Administrasi, Pidana*. Udaya University Press.
- Kholik, M. A., Syifa, D. M., & Zulfaidah, R. (2026). Perlindungan Konsumen Digital: Hubungan Hukum Ekonomi, Sanksi Pidana, dan Kewenangan Negara dalam Era Digital. *Al-Zayn : Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 4(2).

- <https://doi.org/https://doi.org/10.61104/alz.v4i2.4978>
- Kinanti, P. D., & Primantari, A. A. A. (2025). Integrasi Teknologi Digital dan Regulasi untuk Perlindungan Konsumen yang Efektif dan Transparan dalam Transaksi Elektronik. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(9). <https://doi.org/https://doi.org/10.62281/08xq2w40>
- Maulinda, Handayani, K. S., & Bate'e, W. B. (2025). *Hukum, Etika, dan Perlindungan Konsumen di Dunia Digital*. Karya Buku dan Jurnal Indonesia.
- Nasution, M. F., Purba, Y. Y., Silalahi, J. A. S., & Purba, V. L. (2025). Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen". *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(2).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.56799/peshum.v4i2.7481>
- Pamungkas, G. G., & Faridah, H. (2025). Perlindungan Konsumen Dalam Era Digital : Tantangan Dan Peluang". *STUDIA: Journal of Humanities and Education Studies*, 1(2).
- Pembayun, E. P., & Gunawan, A. F. (2025). Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Digital: Tinjauan terhadap Implementasi UU Perlindungan Konsumen di Marketplace. *Jurnal Fakta Hukum*, 3(2).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.58819/jfh.v3i2.156>
- Pratama, B. P., & Viana, W. O. (2025). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Eureka Media Aksara.
- Rahmawati, & Nur. (2025). Analisis Yuridis Kesiapan Hukum Perlindungan Konsumen Di Era Digital : Urgensi Pembaharuan Regulasi. *Legal Dialogica*, 1(1).
- Sari, D. P., Safa, M. S., & Fahlevi, A. R. (2026). Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia: Perspektif Hukum Perdata dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, Vol.5, No.1, 2026., 5(1).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.6942>

- Seran, D. F. (2025). Klausula Baku dalam Perjanjian Layanan Digital : Analisis Perbandingan Prinsip Hukum Perdata dan UU Perlindungan Konsumen. *INNOVATIVE : Journal Of Social Science Research*, 5(2).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v5i2.18721>
- Soraya, A. (2026). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Edu Akademi.
- Susiani, D. (2025). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Tahta Media Group.
- Wulansari, S., & Primantari, A. A. A. (2025). Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Kepada Konsumen Dalam Transaksi Elektronik Berdasarkan Hukum Perlindungan Konsumen. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(10).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.62281/20j4d932>

## PROFIL PENULIS




### **Dinda Bhawika Wimala Pastika, S.H., M.H.**

Perjalanan ketertarikan penulis dalam bidang ilmu hukum mulai berkembang sejak tahun 2023, bertepatan dengan awal kariernya sebagai dosen muda di Fakultas Hukum Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur. Latar belakang akademiknya ditempuh melalui pendidikan Sarjana (S1) dan Magister (S2)

di Fakultas Hukum Universitas Airlangga, yang membentuk dasar keilmuan yang kuat. Dalam menjalankan perannya di dunia akademik, penulis tidak hanya terlibat dalam kegiatan pengajaran, tetapi juga aktif dalam penelitian serta penulisan karya ilmiah. Berbagai isu hukum kontemporer yang relevan dengan perkembangan masyarakat sering menjadi fokus kajiannya, sehingga mampu menghadirkan sudut pandang yang kontekstual dan mudah dipahami dalam proses pembelajaran.

Minat penulis mencakup bidang hukum, sosial, serta dinamika masyarakat modern. Penulis dikenal memiliki karakter yang kritis dan analitis, serta mampu memandang suatu persoalan secara menyeluruh dari berbagai perspektif. Ketertarikannya pada isu-isu kekinian, khususnya di bidang hukum ketenagakerjaan dan perlindungan konsumen, mendorongnya untuk terus menghasilkan karya tulis yang informatif dan relevan. Dengan menjunjung tinggi nilai profesionalisme dan integritas penulis terus berupaya memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan tinggi sekaligus pengembangan ilmu hukum di Indonesia.


Email Penulis: [Dinda.bhawika.fh@upnjatim.ac.id](mailto:Dinda.bhawika.fh@upnjatim.ac.id)



**BAB 23**  
**DISHARMONI**  
**REGULASI INFORMASI**  
**HALAL DALAM**  
**PERDAGANGAN**  
**ELEKTRONIK**

---

**Kalen Sanata, S.H., M.H.**  
Universitas Mulawarman



## Pendahuluan

Perkembangan ekonomi digital telah menggeser paradigma perdagangan dari sistem konvensional menuju sistem berbasis ruang digital yang sangat bergantung pada kemajuan teknologi informasi. Dalam konteks Indonesia, pertumbuhan *e-commerce* tidak hanya memperluas akses pasar, tetapi juga menciptakan kompleksitas baru dalam perlindungan konsumen, khususnya terkait keakuratan dan kelengkapan informasi produk. Studi mutakhir menunjukkan bahwa perlindungan konsumen digital masih menghadapi persoalan serius berupa ketidakseimbangan informasi antara pelaku usaha dan konsumen, yang berimplikasi pada meningkatnya risiko kerugian konsumen. Kondisi ini melahirkan fenomena baru yang dapat disebut sebagai *informational vulnerability dalam ekosistem halal digital*, yaitu kerentanan konsumen akibat absennya informasi halal yang akurat, transparan, dan terverifikasi dalam transaksi elektronik. (Arifin, 2025)

Platform digital seperti *marketplace*, media sosial, dan aplikasi layanan berbasis daring kini menjadi ruang utama interaksi antara pelaku usaha dan konsumen. Transformasi ini memberikan kemudahan akses, efisiensi, serta perluasan pasar secara signifikan, namun di sisi lain juga menimbulkan berbagai persoalan hukum baru, terutama terkait dengan transparansi informasi produk dan tanggung jawab pelaku usaha. Perubahan dari perdagangan konvensional menuju perdagangan berbasis elektronik menjadikan informasi sebagai instrumen utama dalam proses pengambilan keputusan konsumen. Dalam kondisi demikian, kualitas, kejelasan, dan keandalan informasi menjadi faktor determinan dalam menjamin perlindungan konsumen (Michelle Lee, Lu Sudirman, 2025). Namun, sistem perdagangan digital yang berbasis *self-declared information* dari pelaku usaha sering kali tidak disertai mekanisme verifikasi yang memadai.

Dalam konteks Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, aspek halal dalam suatu produk bukan sekadar preferensi, melainkan bagian dari hak konstitusional warga negara yang harus dilindungi oleh negara. Transformasi digital dalam sistem

perdagangan global juga telah melahirkan konfigurasi baru hubungan hukum antara pelaku usaha, platform digital, dan konsumen. Dalam konteks ini, platform digital tidak lagi sekadar berfungsi sebagai perantara pasif, tetapi memiliki peran strategis dalam mengatur arus informasi dan menentukan visibilitas produk. Namun demikian, perkembangan tersebut tidak diiringi dengan integrasi regulasi yang memadai. Perlindungan konsumen dalam kontrak elektronik masih menghadapi kesenjangan antara norma hukum dan praktik implementasi, terutama dalam aspek transparansi informasi produk. Fenomena ini menunjukkan adanya *regulatory lag in digital halal disclosure*, yaitu keterlambatan hukum dalam mengakomodasi kewajiban informasi halal dalam ruang digital (Hapsari, 2020).

Di sisi lain, rezim hukum jaminan produk halal di negara Indonesia telah berkembang secara progresif melalui pengaturan normatif yang mewajibkan sertifikasi halal bagi produk yang beredar. Namun, dalam praktik perdagangan elektronik, kewajiban tersebut belum sepenuhnya terinternalisasi dalam sistem platform digital. Banyak produk yang diperdagangkan secara daring tidak mencantumkan informasi halal secara jelas; bahkan, dalam beberapa kasus, tidak memiliki sertifikasi halal sama sekali. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara norma hukum yang bersifat imperatif dengan praktik digital yang cenderung fleksibel dan berbasis *self-regulation*. Studi terbaru menunjukkan bahwa implementasi Undang-Undang Jaminan Produk Halal masih menghadapi persoalan ketidakpastian hukum akibat lemahnya sistem pengawasan, koordinasi antar lembaga, serta belum terintegrasinya sistem digital halal secara nasional (Nurhasanah, Umar Al Haddad, Mohd. Zaidi Daud, 2025).

Permasalahan tersebut semakin kompleks ketika dikaitkan dengan rezim hukum perdagangan elektronik yang belum secara eksplisit mengatur kewajiban pencantuman informasi halal dalam platform digital. Regulasi *e-commerce* lebih berfokus pada aspek transaksi, perlindungan data, dan mekanisme pembayaran, sementara aspek substansial terkait informasi produk termasuk status halal belum menjadi perhatian utama. Kondisi ini menciptakan ruang abu-abu (*legal grey area*) dalam penentuan tanggung jawab hukum antara

## Daftar Pustaka

- Ade Zuki Damanik. (2024). Peran Hukum Ekonomi Syariah Dalam Mengatur Transaksi Bisnis Syariah. *Eksekusi : Jurnal Ilmu Hukum Dan Administrasi Negara*, 2(3), 434–441. <https://doi.org/10.55606/eksekusi.v2i3.1335>
- Arifin, Z. (2025). PERLINDUNGAN KONSUMEN MUSLIM TERHADAP PRODUK HALAL NON-SERTIFIKASI DI MARKETPLACE DIGITAL. *JSE: Jurnal Sharia Economica JSE, Volume 4 Nomor 1, Januari 2025*, DOI: <https://doi.org/10.46773/jse.v4i1.e-ISSN.4>.
- Asnawi, N. (2026). *Integritas halal end to end ( traceability berbasis event dan AI )*. 5(1), 5570–5579.
- Blackwatters, J. E., Betsill, M., Eperiam, E., Leberer, T., Rengiil, G., Terk, E., & Gruby, R. L. (2025). Environmental justice in conservation philanthropy: Do intermediary organizations help? *Earth System Governance*, 23(December 2024), 100232. <https://doi.org/10.1016/j.esg.2024.100232>
- Elan Maulani, I., Herdianto, T., Febri Syawaludin, D., & Oga Laksana, M. (2023). Penerapan Teknologi Blockchain Pada Sistem Keamanan Informasi. *Jurnal Sosial Teknologi*, 3(2), 99–102. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v3i2.634>
- Gaps, R., Khasanah, K., Mahyeddin, M., Salleh, M., & Sains, U. (2025). *Journal for Integrative Islamic Studies*. 11(1), 39–52.
- Hapsari, I. P. (2020). Tindakan Afirmatif Sebagai Bentuk Keadilan Dalam Pemberian Asas Ultimatum Remedium Dalam Upaya Penegakan Lingkungan Akibat Adanya Kebakaran Hutan. *Jurnal Justiciabelen*, 2(2), 53. <https://doi.org/10.30587/justiciabelen.v2i2.1639>
- Hermawan, A., Siswanto, S., & Jaya, A. K. (2024). *Comparison of Naive Bayes Classification Methods Without and With Kernel Density Estimation*. 7(2), 209–222.
- Maharani, D. A., & Hasibuan, R. R. (2024). Peningkatan Kemampuan Pemasaran Digital Pada Umkm Di Desa Sumbang Purwokerto Untuk Meningkatkan Daya Saing Dan Jangkauan Pasar. *Abdi*

- Makarti, 3(2), 130.  
<https://doi.org/10.52353/abdimakarti.v3i2.730>
- Manthovani, E., Afandi, F. A., Susyanti, S., Indrasti, D., Indriani, L., Permatasari, G., & Khankasikam, N. (2025). *Halal industry as Indonesia 's new economic engine : The role of Mutual Recognition Agreements*. 2(3), 11–16.
- Mawardi, W. (2023). REGULATION OF HALAL PRODUCT CERTIFICATION IN THE DYNAMICS OF INDONESIAN LEGAL POLITICS. *Justicia Islamica: Jurnal Kajian Hukum Dan Sosial Vol 20 No 1, June 2023*, 20(1), 175–192.  
<https://doi.org/10.21154/justicia.v20i1.5336>
- Michelle Lee , Lu Sudirman, H. S. D. (2025). KUALITAS INFORMASI DALAM MENJAMIN HAK KONSUMEN PADA KREDIT PEMILIKAN RUMAH: PERSPEKTIF KONSUMEN DI KOTA BATAM. *Jurnal Legisla Volume 17 Nomor 1 Tahun 2025*, 17.
- Muslimah. (2025). *Integrasi Ilmu Hukum dan Teknologi Etika dan Regulasi dalam Era Digital*. 1(Barkatullah 2019), 27–34.
- Mustika, R., Hendra, T., Wira, A., Syariah, M., & Syariah, M. (2025). *IMPLEMENTASI SERTIFIKASI HALAL OLEH BPJPH DALAM PERSPEKTIF*. 7(3), 932–950.
- Nicholle, M. (2025). *Pertanggung-jawaban Hukum atas Keputusan Otomatis Berbasis Kecerdasan Buatan: Studi Komparatif antara Uni Eropa dan Asia Tenggara*. 3(4).
- Novita Syafitri, M., Salsabila, R., & Nur Latifah, F. (2025). *Urgensi Sertifikasi Halal Food Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam*.  
<https://doi.org/10.37812/aliqtishod>
- Nurhasanah, Umar Al Haddad, Mohd Zaidi Daud, B. D. A. L. L. (2025). Challenges in Implementing Indonesia's Halal Product Assurance Law: An Analysis of Legal Uncertainty, Supervisory Systems, and Legal Culture. *NURANI: JURNAL KAJIAN SYARI'AH DAN MASYARAKAT*, 25(2), 599–619.
- Paongan, R. T. (2025). *Analisis Harmonisasi Peraturan Perundang Undangan Dalam Mengatasi Konflik Regulasi Di Indonesia*. 5, 4796–

4812.

Parakkasi, I., & Muthiadin, C. (2025). *Halal Certification Standards (LPPOM MUI, HAS 23000, etc.)*. 4(6), 2647–2660.

Rozan Avif, M. J. (2026). *PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF*. 5.

Shelomita, R., Tobing, L., & Sinaga, R. Y. (2025). *Perbuatan Melawan Hukum dalam Transaksi Syariah: Analisis Komparatif antara Perspektif Fiqih, Regulasi Modern, dan Implikasinya dalam Sistem Ekonomi Islam*. 1(4), 871–878.

Sudarso, A. (2020). Konsep E-Bisnis. In *Yayasan kita menulis* (Vol. 01, Issue November).

Waluya, A. H., & Rachman, A. (2026). *Analisis Kesiapan UMKM dalam Menghadapi Sertifikasi Halal Wajib 2026 di Indonesia*. 1(2), 72–90.

## PROFIL PENULIS



### **Kalen Sanata, S.H., M.H.**

Kalen Sanata, S.H., M.H. lahir di Kota Tepian, Samarinda, Provinsi Kalimantan Timur pada tanggal 1 Maret 1992 dari pasangan Bapak Kadariansyah dan Ibu Sa'diah. Penulis memperoleh gelar Sarjana Hukum dan Magister Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Mulawarman, Kota Samarinda, Provinsi Kalimantan Timur, dengan minat pendidikan Hukum Bisnis.

Setelah lulus Sarjana Hukum pada tahun 2014, penulis langsung melanjutkan pendidikan magister hukum dan mengawali karir dengan bekerja di salah satu bank syariah di Samarinda. Dengan posisi terakhir adalah *Legal Officer*. Selama kurang lebih 8 (delapan) tahun penulis bekerja di perbankan, lalu memutuskan untuk berhenti karena dinyatakan lulus untuk menjadi dosen ASN di Fakultas Hukum Universitas Mulawarman. Dengan peminatan studi hukum bisnis dan dilatarbelakangi pernah bekerja di Lembaga Keuangan Syariah, di Fakultas Hukum Universitas Mulawarman penulis diberi amanah untuk mengampu mata kuliah Hukum Ekonomi Syariah, Hukum Perbankan dan Lembaga Jasa Keuangan, Hukum Perlindungan Konsumen, dan Legal Audit.

Email Penulis: [kalensanata@fh.unmul.ac.id](mailto:kalensanata@fh.unmul.ac.id)

# HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN DI ERA DIGITAL

Perkembangan ekonomi digital, seperti *e-commerce*, *fintech*, *marketplace*, dan *platform on-demand services*, telah melahirkan pola hubungan hukum baru yang sering kali tidak terakomodasi secara optimal dalam kerangka hukum perlindungan konsumen konvensional. Permasalahan seperti kebocoran data pribadi, klausula baku elektronik yang merugikan, transaksi lintas batas negara tanpa yurisdiksi yang jelas, hingga maraknya *cyber notary* dan *digital signature* yang belum sepenuhnya dipahami konsumen menjadi tantangan serius bagi penegakan hukum di Indonesia. Buku ini disusun untuk memberikan pemahaman komprehensif mengenai dinamika dan urgensi perlindungan konsumen di ranah digital. Pembahasan dimulai dari landasan filosofis dan yuridis Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), kemudian dikaitkan dengan perkembangan regulasi terkini, seperti Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UUPDP), serta Peraturan Pemerintah dan Peraturan Menteri yang relevan. Adapun materi dalam buku ini terdiri dari:

1. Paradigma Baru Hukum Perlindungan Konsumen
2. Sejarah dan Gerakan Konsumerisme
3. Teori, Asas, dan Prinsip Hukum Perlindungan Konsumen
4. Regulasi dan Dasar Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia
5. Fungsi dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen
6. Hukum, Etika, dan Moral dalam Bisnis Digital
7. Hak dan Kewajiban Konsumen Digital
8. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha (Platform/ Merchant)
9. Iklan Digital dan Promosi Menyesatkan: Regulasi dan Penegakan Hukum
10. Sertifikasi Halal dan Keamanan Pangan
11. Aspek Hukum Tanda Tangan Digital dan Pembuktian Elektronik
12. Aspek Hukum Dalam Promosi dan Label Produk
13. Perlindungan Konsumen pada Sektor Keuangan Digital
14. Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Lintas Negara
15. Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Aset Kripto dan NFT
16. Tanggung Jawab Produk (Product Liability) dalam Cacat Barang
17. Logistik dan Pengiriman: Aspek Hukum Keterlambatan dan Kerusakan Barang
18. Sistem Pembuktian Terbalik dalam Sengketa Transaksi Elektronik
19. Pembinaan, Pengawasan dan Peranan BPOM
20. Penyelesaian Sengketa Konsumen
21. Membangun Ekosistem Digital yang Aman: Literasi Hukum bagi Konsumen Cerdas
22. Reformasi Regulasi Perlindungan Konsumen
23. Disharmoni Regulasi Jaminan Produk Halal dan Perdagangan Elektronik: Studi atas Kewajiban Informasi Halal dalam Platform Digital