

**REFORMULASI ASAS HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN DI ERA DIGITAL:
ANALISIS KRITIS TERHADAP RANCANGAN REVISI UNDANG-UNDANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN**

**I Komang Kartika Yasa¹, Antonius Dewanto Purnomo², Rifki Albana³, Ni Nyoman
Lestari Yanti Yuyut Prayuti⁴**

^{1,2,3,4}Universitas Islam Nusantara

antonius.dewanto@esaunggul.ac.id

ABSTRACT: *Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection (UUPK) serves as a significant milestone in Indonesia's national economic legal system, oriented toward safeguarding consumers' rights. However, more than two decades after its enactment, the rapid development of the digital economy, cross-border transactions, and the emergence of technology-based products and services have created new challenges that remain inadequately addressed. The five fundamental principles of the UUPK—benefit, justice, balance, safety and security, and legal certainty—are now facing a paradigm shift that requires reinterpretation and expansion of meaning. This research aims to analyze the relevance of consumer protection legal principles in the context of the UUPK revision, examine the direction of value transformation and its implementation within the digital legal system, and identify conceptual and institutional barriers to their application. Using a normative juridical approach and a comparative analysis of consumer protection practices in several countries, this study finds that the UUPK revision should reaffirm new principles such as digital transparency and platform accountability without abandoning the moral substance of classical principles. The implementation of these principles in the new regulation must be accompanied by institutional strengthening of BPKN and BPSK, as well as harmonization with the Personal Data Protection Act and the Electronic Information and Transactions Act (ITE Law). Thus, the reformulation of legal principles in the UUPK revision is not merely intended to adapt to the dynamics of the digital economy, but also to ensure that consumer protection continues to serve as an instrument of social justice, business ethics, and sustainable economic development in Indonesia.*

Keywords: *Consumer Protection, Legal Principles, UUPK Revision, Digital Justice, Regulatory Implementation.*

ABSTRAK: Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) merupakan tonggak penting di dalam sistem hukum ekonomi nasional yang berorientasi pada perlindungan hak-hak masyarakat sebagai konsumen. Namun, setelah lebih dari dua dekade diberlakukan, perkembangan pesat ekonomi digital, transaksi lintas negara, serta munculnya produk dan jasa berbasis teknologi menimbulkan tantangan baru yang belum terakomodasi secara memadai. Lima asas pokok di dalam UUPK : asas manfaat, keadilan,

keseimbangan, keamanan dan keselamatan, serta kepastian hukum kini menghadapi perubahan paradigma yang menuntut reinterpretasi dan perluasan makna. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis relevansi asas-asas hukum perlindungan konsumen di dalam konteks revisi UUPK, menelaah arah pergeseran nilai dan implementasinya dalam sistem hukum digital, serta mengidentifikasi hambatan konseptual dan kelembagaan dalam penerapan asas-asas tersebut. Dengan pendekatan normatif yuridis dan analisis komparatif terhadap praktik perlindungan konsumen di beberapa negara, penelitian ini menemukan bahwa revisi UUPK perlu menegaskan asas baru seperti transparansi digital dan tanggung jawab platform tanpa meninggalkan substansi moral dari asas-asas klasik. Implementasi asas dalam regulasi baru harus disertai dengan penguatan lembaga seperti BPKN dan BPSK, serta harmonisasi dengan UU Pelindungan Data Pribadi dan UU ITE. Dengan demikian, pembaruan asas hukum dalam revisi UUPK tidak hanya dimaksudkan untuk menyesuaikan dinamika ekonomi digital, tetapi juga untuk memastikan bahwa perlindungan konsumen tetap menjadi instrumen keadilan sosial, etika bisnis, dan keberlanjutan pembangunan ekonomi di Indonesia.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, Asas Hukum, Revisi UUPK, Keadilan Digital, Implementasi Regulasi.

PENDAHULUAN

Perlindungan terhadap konsumen merupakan salah satu pilar penting di dalam sistem hukum ekonomi modern. Di Indonesia, kerangka hukumnya secara formal diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), yang menjadi dasar pengaturan hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen. Ketika disahkan lebih dari dua dekade lalu, undang-undang ini merefleksikan semangat pasca-reformasi: menciptakan keadilan ekonomi dan melindungi masyarakat dari praktik usaha yang curang. Namun, dalam konteks saat ini, perkembangan teknologi informasi, digitalisasi perdagangan, dan globalisasi ekonomi telah melahirkan pola transaksi yang jauh lebih kompleks dibandingkan situasi pada tahun 1999. (Shidarta, 2000)

Kehadiran *e-commerce*, *marketplace*, *fintech*, dan sistem perdagangan lintas batas telah menggeser lanskap ekonomi konvensional menjadi ekonomi digital. Perubahan ini tidak hanya memperluas akses konsumen terhadap produk dan jasa, tetapi juga menimbulkan risiko baru seperti penipuan daring, pelanggaran data pribadi, *dark pattern marketing*, serta penyalahgunaan algoritma yang menyesatkan perilaku pembelian. Sementara itu, regulasi yang ada belum sepenuhnya mampu menjawab tantangan baru tersebut karena substansi UUPK masih berorientasi pada perlindungan konsumen dalam transaksi konvensional. (Prayuti, 2023)

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap perdagangan Indonesia secara fundamental. Transaksi *e-commerce* yang dulunya minoritas kini menjadi bagian integral dari kehidupan ekonomi konsumen modern (Wirawan & Santoso, 2024). Namun, peningkatan adopsi platform digital ini diikuti oleh kompleksitas baru dalam perlindungan konsumen yang belum sepenuhnya diakomodasi oleh kerangka hukum yang ada.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), yang merupakan landasan utama perlindungan konsumen di Indonesia, diundangkan pada era sebelum digitalisasi masif (Safira & Wijaya, 2023). Akibatnya, berbagai ketentuan dalam UUPK kurang relevan untuk mengatur dinamika transaksi digital yang memiliki karakteristik unik, termasuk anonimitas tinggi, kecepatan transaksi, dan keterlibatan berbagai aktor (platform, operator logistik, dan pihak ketiga lainnya) yang tidak secara eksplisit diatur dalam UUPK (Pusat Kajian Hukum Bisnis, 2025).

Data empiris menunjukkan bahwa masalah perlindungan konsumen di era digital telah mencapai skala yang mengkhawatirkan. Dari tahun 2017 hingga 2024, Kementerian Komunikasi dan Digital RI melaporkan 405.000 laporan penipuan transaksi online, dengan penipuan di sektor *e-commerce* mencapai 13,1% dari total kasus pada tahun 2023 (Kementerian Komunikasi dan Digital RI, 2024; Dinas Komunikasi Jakarta, 2025).

Eskalasi pengaduan konsumen yang signifikan terlihat dari data Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). Sepanjang tahun 2024 saja, BPKN menerima 1.733 pengaduan dengan total kerugian konsumen mencapai Rp 424,26 miliar, meskipun hanya Rp 44,8 miliar berhasil dipulihkan (Badan Perlindungan Konsumen Nasional, 2024; Hukum Online, 2024a). Angka ini menunjukkan rendahnya tingkat pemulihan hak-hak konsumen dan ketidakefektifan mekanisme perlindungan yang ada.

Permasalahan semakin serius ketika melihat data dari Kementerian Perdagangan. Dalam periode 2022 hingga Maret 2025, tercatat 20.942 aduan pengaduan konsumen terkait *e-commerce*, dengan 92% (19.428 kasus) dari aduan tersebut berkaitan dengan perdagangan daring (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2025; Wirawan & Santoso, 2024). Angka ini mengindikasikan bahwa masalah perlindungan konsumen di *e-commerce* bukan lagi fenomena marjinal, melainkan persoalan sistemik yang memerlukan perhatian serius dari pemangku kebijakan.

Analisis terhadap pengaduan dan kasus-kasus yang terjadi menunjukkan beragamnya bentuk pelanggaran perlindungan konsumen di platform digital. Pertama, masalah kesesuaian

produk dengan deskripsi tetap menjadi keluhan utama, dengan laporan menunjukkan bahwa barang tidak sesuai deskripsi mencapai 20%, masalah refund 32%, pembatalan pesanan sepihak 8%, dan barang tidak sampai 7% (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, 2022-2023; Dinas Komunikasi Jakarta, 2025).

Kedua, keterlambatan pengiriman dan masalah logistik menjadi sumber frustrasi konsumen yang signifikan. Survei menemukan bahwa 36% konsumen tidak puas dengan layanan pengiriman e-commerce, dengan 90% keluhan terkait pada keterlambatan pengiriman atau kurangnya komunikasi transparansi status pengiriman real-time (LIKMI, 2019; Inet Detik, 2019). Temuan serupa menunjukkan bahwa masalah logistik dan pengiriman tetap menjadi isu utama yang belum terselesaikan hingga saat ini.

Ketiga, pelanggaran yang paling mengkhawatirkan adalah kebocoran data pribadi konsumen. Insiden terbesar yang terungkap adalah kebocoran data Tokopedia pada Mei 2020 yang melibatkan 91 juta data pengguna, data tersebut kemudian dijual di dark web seharga Rp 150 juta (Netmarks, 2025; Isa, 2025; Ciputra, 2025). Data pribadi yang bocor mencakup informasi sensitif seperti nama lengkap, alamat email, nomor telepon, dan riwayat transaksi konsumen. Masalah ini juga dibahas dalam literatur akademik mengenai perlindungan data pribadi konsumen (Faisal & Wijaya, 2024; SIPLAW Firm, 2024a; Susan Himawan Law, 2025).

Keempat, praktik manipulatif pelaku usaha terus berkembang dengan sofistikasi tinggi. Diskon palsu dan manipulasi harga dilaporkan dalam 481 pengaduan dari total 3.177 pengaduan BPKN hingga Desember 2021 (BPKN dalam jim.usk.ac.id, n.d.; Hukum Online, 2024b). Praktik ini menciptakan ilusi penghematan padahal konsumen pada akhirnya membayar harga normal atau bahkan lebih mahal dari harga sesungguhnya.

Kelima, peredaran produk palsu dan barang ilegal di marketplace telah menjadi endemik. Data Kemendag menunjukkan bahwa lebih dari 92% dari 20.942 aduan (2022-2025) melibatkan barang-barang palsu atau ilegal yang beredar di platform marketplace digital (Wirawan & Santoso, 2024; Universitas Jenderal Soedirman, n.d.). Fenomena ini mencerminkan lemahnya pengawasan dan verifikasi barang yang dijual di platform digital.

Permasalahan mendasar yang muncul adalah bahwa UUPK, meskipun masih menjadi landasan hukum utama, memiliki keterbatasan signifikan dalam mengatur transaksi digital. Pertama, UUPK tidak mengatur secara spesifik tanggung jawab dan pertanggungjawaban platform digital (marketplace) (SIPLAW Firm, 2022). Hal ini menciptakan gray area mengenai peran platform sebagai pihak yang wajib memberikan perlindungan konsumen.

Kedua, mekanisme penyelesaian sengketa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sebagaimana diatur dalam UUPK menunjukkan ketidakefektifan dalam praktik. Meskipun didesain untuk memberikan penyelesaian cepat dan murah, putusan BPSK yang seharusnya final masih dapat dibatalkan melalui pengajuan ke Pengadilan Negeri (Pasal 57 UUPK), menciptakan ketidakpastian hukum dan perpanjangan proses penyelesaian (Putri & Santoso, 2025; Suratman, 2024). Hal ini diperburuk oleh analisis studi kasus yang menunjukkan ketidakefektifan penyelesaian sengketa konsumen melalui jalur hukum yang ada (Mahkamah Agung, 2024).

Ketiga, literasi dan kesadaran hukum konsumen masih rendah. Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) pada tahun 2024 mencapai nilai 60,11 yang termasuk dalam kategori 'Kritis' (Departemen Perdagangan, 2024; Rechts Vinding BPHN, n.d.). Penelitian lebih lanjut menunjukkan bahwa 42% konsumen yang mengalami masalah tidak mengetahui tempat pengaduan yang tepat atau menganggap prosesnya terlalu rumit dan memakan waktu yang lama. Analisis kesadaran konsumen lebih jauh juga mengungkapkan tantangan dan peluang perlindungan konsumen di era digital (Syaiful & Kusuma, 2024).

Keempat, mayoritas pelaku UMKM yang beroperasi di platform e-commerce belum memahami sepenuhnya kewajiban mereka berdasarkan UUPK (Kumaran, 2022). Banyak di antara mereka tidak menyadari keberadaan UU No. 8 Tahun 1999 dan kewajiban-kewajiban yang dibebankan kepadanya, seperti kewajiban memberikan informasi produk yang jelas, akurat, dan menjaga privasi data konsumen (Suratman, 2024; Ulilalba Institute, n.d.).

Kelima, praktik perbuatan menyesatkan dalam promosi dan pemasaran digital masih sangat sering terjadi. Berbagai kasus pelanggaran Pasal 8 dan 9 UUPK yang melarang pemberian pernyataan tidak benar atau menyesatkan mengenai barang atau jasa terus terungkap dalam praktik pemasaran digital (Putu & Suryawan, 2025; Jurnal Hukum Universitas Jenderal Jaya, n.d.; Hukum Online, 2024b). Riset mendalam mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen atas iklan menyesatkan juga telah dilakukan oleh berbagai institusi akademik (Jurnal Hukum Universitas Jaya Negara, n.d.).

Menghadapi kompleksitas permasalahan perlindungan konsumen di era digital, reformulasi asas hukum perlindungan konsumen menjadi keharusan. Reformulasi ini tidak hanya menyangkut penyesuaian pasal-pasal substantif, melainkan juga reorientasi terhadap asas-asas fundamental yang menjadi landasan perlindungan konsumen.

Berbagai penelitian akademik telah membahas aspek-aspek kunci dalam perlindungan konsumen modern, termasuk studi perbandingan hukum perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik (Universitas Pattimura, n.d.), tantangan implementasi UUPK di era digital (Universitas Ishlahiyah Saburai, n.d.), dan tinjauan yuridis terhadap perlindungan konsumen khususnya dalam sektor elektronik (Jurnal Universitas Darma Cendika, n.d.). Literatur akademik juga mencakup pembahasan mengenai pengaruh brand awareness dan e-word of mouth dalam konteks perlindungan konsumen digital (NIPAMOF, n.d.).

Beberapa aspek penting yang harus dipertimbangkan dalam reformulasi ini mencakup: (1) penyesuaian asas tanggung jawab pelaku usaha dengan karakteristik ekosistem digital yang multi-stakeholder (SIPLAW Firm, 2022); (2) penguatan asas transparansi dan kejelasan informasi dalam transaksi digital (Sibermate, 2025; Sartika & Rahman, 2023); (3) pengakuan atas hak perlindungan data pribadi konsumen sebagai bagian integral dari hak konsumen (Faisal & Wijaya, 2024; SIPLAW Firm, 2024b); (4) peningkatan efektivitas mekanisme penyelesaian sengketa yang responsif terhadap kecepatan dan skala transaksi digital (Putri & Santoso, 2025); (5) harmonisasi dengan peraturan-peraturan terkait seperti UU Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan UU Perlindungan Data Pribadi (Sibermate, 2025); serta (6) penguatan kapasitas edukasi dan literasi hukum konsumen, terutama bagi kelompok konsumen yang rentan dan pelaku UMKM (Departemen Perdagangan, 2024; Syaiful & Kusuma, 2024).

Penelitian terkait perlindungan hukum konsumen terhadap manipulasi harga dan diskon palsu juga telah memberikan kontribusi penting dalam memahami kebutuhan reformulasi (Universitas Syiah Kuala, n.d.; JDIH Aceh, n.d.). Selain itu, analisis tanggung jawab hukum penyedia platform terhadap transaksi konsumen memberikan perspektif mengenai peran platform dalam ekosistem e-commerce (Universitas Sebelas Maret, n.d.).

Rancangan Revisi UUPK yang sedang dalam tahap pembahasan mencerminkan upaya pemerintah untuk menjawab tantangan-tantangan ini. Namun, perlunya analisis kritis untuk memastikan bahwa reformulasi asas hukum perlindungan konsumen benar-benar responsif terhadap realitas permasalahan yang dihadapi konsumen di era digital dan mampu memberikan perlindungan yang efektif dan komprehensif (Safira & Wijaya, 2023; Kumparan, 2022; Detik, 2024).

Kondisi ini menimbulkan kesenjangan antara realitas digital dan norma hukum, di mana hukum tertinggal dibandingkan inovasi ekonomi. Dalam praktiknya, banyak sengketa konsumen digital yang tidak dapat diselesaikan secara efektif karena keterbatasan yurisdiksi,

lemahnya pengawasan platform, dan belum jelasnya tanggung jawab penyedia sistem elektronik. Padahal, secara normatif, UUPK berlandaskan pada lima asas utama : asas manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan, serta kepastian hukum. Yang seharusnya bersifat adaptif dan mampu menyesuaikan diri dengan perubahan zaman. Namun, tanpa reinterpretasi dan perluasan makna, asas-asas tersebut berisiko kehilangan relevansi dalam menghadapi ekosistem ekonomi yang berbasis data dan algoritma. (Prayuti, 2021)

Selain itu, dinamika kelembagaan juga memperlihatkan kebutuhan akan reformasi struktural. BPKN (Badan Perlindungan Konsumen Nasional) dan BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen), yang selama ini menjadi ujung tombak perlindungan konsumen, dinilai belum memiliki kapasitas kelembagaan dan teknologi yang memadai untuk menjangkau sengketa konsumen digital secara cepat dan efisien. Akibatnya, banyak kasus berakhir tanpa penyelesaian yang adil. Oleh karena itu, proses revisi UUPK yang sekarang sedang dibahas di Komisi VI DPR RI menjadi momentum penting untuk memperbarui paradigma perlindungan konsumen, termasuk dalam aspek asas hukum yang menjadi dasar normatifnya. (Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI), 2025)

Melihat situasi tersebut, penelitian ini hadir dengan tujuan untuk menganalisis relevansi dan perluasan asas-asas hukum perlindungan konsumen dalam rancangan revisi UUPK, serta menelaah bagaimana asas-asas tersebut dapat diadaptasi agar mampu menjawab tantangan perlindungan konsumen di era digital. Selain itu, penelitian ini juga berupaya mengidentifikasi kendala konseptual dan implementatif dalam penerapan asas hukum tersebut di Indonesia, baik dari segi substansi norma maupun dari aspek kelembagaan.

Secara akademik, penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan ilmu hukum, khususnya dalam bidang hukum ekonomi dan perlindungan konsumen, dengan menghadirkan konsep reformulasi asas hukum yang relevan dengan era digital. Sedangkan secara praktis, penelitian ini diharapkan memberikan rekomendasi konstruktif bagi pemerintah, DPR, dan lembaga perlindungan konsumen dalam proses penyusunan revisi UUPK agar dapat mewujudkan sistem hukum yang berkeadilan, responsif, dan berorientasi pada kepentingan publik.

Penelitian ini memiliki tingkat kebaruan yang tinggi karena menawarkan kerangka reformulasi asas hukum perlindungan konsumen yang adaptif terhadap era digital, sekaligus memperluas dimensi normatif UUPK menuju model keadilan digital dan tanggung jawab platform. Tidak seperti penelitian terdahulu yang masih berorientasi pada perlindungan

konvensional, penelitian ini mengajukan paradigma baru bahwa asas hukum perlu bertransformasi dari sekadar prinsip formal menjadi instrumen etika, teknologi, dan sosial yang mampu menjamin keseimbangan antara kepastian hukum, perlindungan konsumen, dan inovasi ekonomi nasional.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berupaya mengkaji norma secara tekstual, tetapi juga menempatkan asas hukum perlindungan konsumen sebagai bagian dari proyek rekayasa sosial dan moral bangsa, di mana hukum menjadi alat untuk menata ulang hubungan antara pelaku usaha, konsumen, dan negara dalam ekosistem ekonomi digital yang berkeadilan dan berkelanjutan.

KERANGKA TEORI

Kerangka teori dalam penelitian ini berfungsi sebagai dasar konseptual untuk memahami dan menafsirkan asas-asas hukum perlindungan konsumen dalam konteks revisi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Teori-teori hukum yang digunakan tidak hanya memberikan landasan filosofis bagi analisis norma, tetapi juga menuntun arah reformulasi hukum agar selaras dengan realitas sosial dan perkembangan teknologi digital. (Zulham, 2013)

Pertama, penelitian ini berpijak pada Teori Asas-Asas Hukum (Legal Principles Theory) yang dikembangkan oleh Hans Kelsen dan Gustav Radbruch. Menurut Kelsen, hukum merupakan sistem norma yang bersumber dari *grundnorm* atau norma dasar. Dalam konteks perlindungan konsumen, asas hukum berperan sebagai fondasi moral dan rasional yang menjiwai seluruh bangunan peraturan perundang-undangan. Sementara itu, Radbruch menegaskan bahwa asas hukum adalah jembatan antara *sein* (kenyataan hukum) dan *sollen* (cita-cita keadilan). Dengan perspektif ini, lima asas utama dalam UUPK : manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan, serta kepastian hukum. Bukan hanya ketentuan formal, melainkan ekspresi nilai moral yang harus diterjemahkan ulang sesuai perkembangan masyarakat dan teknologi digital. (Nasution, 1995) (Teori Hukum / Sudikno Mertokusumo | Perpustakaan Mahkamah Konstitusi, 2016)

Kedua, penelitian ini menggunakan Teori Keadilan Sosial (Social Justice Theory) yang dikemukakan oleh John Rawls. Rawls berpendapat bahwa keadilan adalah kebajikan utama dalam kehidupan sosial, dan hukum harus menciptakan kondisi yang adil bagi semua pihak, terutama bagi kelompok yang lemah. Prinsip *fairness* Rawlsian ini sangat relevan dalam

konteks hukum perlindungan konsumen, karena hubungan antara pelaku usaha dan konsumen tidak seimbang. Pelaku usaha menguasai informasi, modal, dan teknologi, sedangkan konsumen sering kali berada dalam posisi subordinat. Oleh karena itu, asas keadilan dalam revisi UUPK perlu dimaknai sebagai keadilan distributif yang memastikan bahwa hak konsumen terlindungi dari dominasi ekonomi dan teknologi pelaku usaha. (*A Theory of Justice by John Rawls | Research Starters | EBSCO Research*, n.d.)

Ketiga, digunakan pula Teori Hukum Pembangunan (Law as a Tool of Social Engineering) dari Roscoe Pound. Pound memandang hukum sebagai alat untuk merekayasa masyarakat menuju ketertiban, kesejahteraan, dan keadilan. Dalam konteks UUPK, hukum tidak hanya berfungsi melindungi konsumen dari praktik curang, tetapi juga mengarahkan pelaku usaha agar menjalankan kegiatan ekonomi secara etis, bertanggung jawab, dan berkelanjutan. Dengan demikian, revisi UUPK harus mampu berperan sebagai social engineering yang mendorong terbentuknya ekosistem bisnis yang sehat, transparan, dan berkeadilan digital. (*Teori Hukum Law As A Tool of Social Engineering (SASWIN HARDEGO) | PDF | Politik*, n.d.)

Selain ketiga teori utama tersebut, penelitian ini juga memanfaatkan pendekatan teori perlindungan hukum (legal protection theory) yang dikembangkan oleh Satjipto Rahardjo. Satjipto menekankan pentingnya hukum yang hidup dan berpihak pada manusia (law for human beings, not human beings for law). Dalam perspektif ini, perlindungan konsumen tidak boleh hanya bersifat formalistik, tetapi harus menghadirkan perlindungan substantif yang benar-benar dirasakan manfaatnya oleh masyarakat. Oleh sebab itu, revisi UUPK perlu menekankan asas yang lebih humanistik dan adaptif terhadap perubahan sosial, misalnya dengan mengakomodasi asas transparansi digital dan akuntabilitas platform. (Rahardjo, 2011)

Dengan menggabungkan keempat kerangka teoretis tersebut, penelitian ini menempatkan asas hukum sebagai instrumen moral, sosial, dan teknologis yang bersifat dinamis. Hukum perlindungan konsumen harus mampu bergerak seiring perubahan zaman, tidak hanya menjaga keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen, tetapi juga menciptakan tatanan ekonomi digital yang etis, adil, dan berkelanjutan. (Prayuti, 2021)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif (doctrinal legal research) yang berfokus pada kajian terhadap norma, asas, dan prinsip hukum yang mengatur

perlindungan konsumen di Indonesia. Pendekatan ini dipilih karena tujuan utama penelitian bukan untuk mengukur fenomena empiris, melainkan untuk menganalisis kesesuaian dan kelengkapan norma hukum yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) beserta rancangan revisinya. (“Penelitian Hukum Normatif - Soerjono Soekanto,” n.d.) (Purnomo & Suparta, 2009)

Pendekatan yang digunakan meliputi pendekatan perundang-undangan (statute approach), pendekatan konseptual (conceptual approach), dan pendekatan komparatif (comparative approach). Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan menelaah hierarki dan hubungan antara UUPK dengan regulasi lain yang relevan, seperti Undang-Undang Pelindungan Data Pribadi (UU No. 27 Tahun 2022) dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU No. 11 Tahun 2008 jo. UU No. 19 Tahun 2016). Pendekatan konseptual digunakan untuk menggali makna filosofis dan teoretis dari asas-asas hukum perlindungan konsumen, sedangkan pendekatan komparatif dilakukan dengan membandingkan pengaturan hukum perlindungan konsumen digital di beberapa negara seperti Uni Eropa, Malaysia, dan Singapura.

Sumber data utama penelitian ini terdiri atas bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Bahan hukum primer meliputi UUPK, rancangan revisi UUPK, serta peraturan pelaksana lainnya yang terkait dengan perlindungan konsumen. Bahan hukum sekunder diperoleh dari literatur ilmiah seperti buku teks, jurnal akademik, dan hasil penelitian terdahulu dari para pakar seperti Shidarta, Janus Sidabalok, dan Yuyut Prayuti. Adapun bahan hukum tersier mencakup kamus hukum, ensiklopedia hukum, berita resmi dari DPR RI, publikasi OECD, serta laporan lembaga perlindungan konsumen. (Prayuti, 2021; Shidarta, 2000; Sidabalok, 2014) (Purnomo, 2025)

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan (library research) dan analisis dokumen (document study), dengan menelusuri peraturan, naskah akademik, dan publikasi ilmiah terkait revisi UUPK. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kualitatif menggunakan penalaran deduktif, yakni menarik kesimpulan umum dari teori hukum untuk menjawab persoalan khusus mengenai relevansi, perluasan, dan tantangan implementasi asas-asas hukum perlindungan konsumen.

Dengan metode ini, penelitian diharapkan mampu memberikan analisis yang komprehensif terhadap pembaruan asas hukum dalam rancangan revisi UUPK serta

menawarkan konsep reformulasi asas hukum yang responsif terhadap perkembangan ekonomi digital dan tantangan perlindungan konsumen modern.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Relevansi Lima Asas Pokok UUPK di Era Digital

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menegaskan lima asas utama yang menjadi landasan penyelenggaraan hukum perlindungan konsumen, yaitu asas manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan, serta kepastian hukum. Kelima asas tersebut telah berperan penting dalam menciptakan sistem perdagangan yang lebih etis dan berkeadilan pada awal reformasi. Namun, dalam konteks ekonomi digital yang serba cepat, kelima asas tersebut kini memerlukan reinterpretasi agar tetap relevan dengan karakteristik transaksi modern yang melibatkan pelaku usaha digital dan konsumen lintas batas. (*Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen - JDIH Kementerian Perdagangan RI, n.d.*)

Asas manfaat, misalnya, harus dipahami tidak hanya sebagai upaya memberikan keuntungan bagi kedua pihak, tetapi juga sebagai prinsip untuk menjamin kesejahteraan digital bagi konsumen. Transaksi elektronik menawarkan efisiensi, tetapi juga menghadirkan risiko baru seperti pencurian data, penipuan daring, dan eksploitasi algoritma. Oleh karena itu, asas manfaat dalam konteks revisi UUPK perlu diartikan secara lebih luas, bahwa manfaat ekonomi tidak boleh mengorbankan keamanan, privasi, dan hak atas informasi yang benar. (Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI), 2025)

Asas keadilan juga mengalami perluasan makna. Dalam transaksi digital, pelaku usaha memiliki kemampuan untuk mengakses dan memanfaatkan data konsumen secara masif. Ketimpangan informasi ini menimbulkan bentuk baru dari ketidakadilan, yang oleh John Rawls disebut sebagai *asymmetric fairness*. Maka, keadilan dalam revisi UUPK harus mencakup keadilan informasi (*information fairness*), yaitu hak konsumen untuk memahami algoritma penawaran, sistem harga, dan kebijakan privasi yang digunakan oleh platform.

Selanjutnya, asas keseimbangan kini tidak lagi terbatas pada relasi dua pihak antara konsumen dan pelaku usaha, melainkan harus mencakup peran penyedia platform digital sebagai pihak ketiga. Platform berperan ganda : sebagai fasilitator transaksi sekaligus pengendali ekosistem digital. Revisi UUPK perlu menempatkan platform sebagai subjek hukum dengan tanggung jawab hukum yang sepadan dengan pelaku usaha, sehingga

keseimbangan hukum dapat tercapai di antara tiga pihak: pelaku usaha, konsumen, dan platform.

Adapun asas keamanan dan keselamatan kini menuntut dimensi baru yang mencakup keamanan siber dan perlindungan data pribadi. Produk berbahaya tidak lagi hanya berbentuk fisik, melainkan juga digital, seperti aplikasi yang mengandung malware atau sistem yang mengumpulkan data pribadi tanpa izin. Oleh karena itu, revisi UUPK harus memuat norma mengenai keamanan sistem elektronik sebagai bagian dari hak konsumen.

Sementara itu, asas kepastian hukum menghadapi tantangan utama dalam konteks transaksi lintas batas (cross-border e-commerce). Saat ini, UUPK belum mengatur mekanisme yurisdiksi ekstrateritorial terhadap pelaku usaha asing yang menjual barang di Indonesia. Akibatnya, banyak kasus kerugian konsumen yang tidak dapat diselesaikan karena pelaku usaha berdomisili di luar negeri. Revisi UUPK perlu memperkenalkan norma yurisdiksi yang lebih fleksibel agar hukum Indonesia tetap dapat memberikan perlindungan efektif bagi konsumen domestik. (Prayuti, 2021)

2) Perluasan dan Penambahan Asas Hukum dalam Rancangan Revisi UUPK

Berdasarkan hasil kajian akademik dan diskusi publik yang dilakukan oleh BPKN (Badan Perlindungan Konsumen Nasional) dan Komisi VI DPR RI, muncul kesepakatan bahwa revisi UUPK perlu menambahkan asas-asas baru yang mencerminkan dinamika masyarakat digital. Tiga asas baru yang diusulkan adalah asas transparansi digital, asas akuntabilitas platform, dan asas keberlanjutan serta etika bisnis. (Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI), 2025)

Asas transparansi digital menekankan pentingnya keterbukaan informasi dalam transaksi elektronik. Konsumen harus memiliki hak untuk mengetahui bagaimana data pribadinya digunakan, bagaimana algoritma penawaran bekerja, dan sejauh mana risiko dari setiap produk digital yang mereka konsumsi. Asas ini merupakan respons terhadap fenomena dark pattern marketing, di mana pelaku usaha menggunakan teknik desain digital yang menipu konsumen untuk melakukan pembelian tanpa sadar. (Prayuti, 2021)

Asas akuntabilitas platform diperlukan untuk menegaskan bahwa penyedia platform digital tidak lagi dapat berlindung di balik status sebagai “perantara netral.” Dalam praktiknya, platform memiliki kendali besar terhadap perilaku pelaku usaha dan konsumen, termasuk penentuan visibilitas produk, sistem pembayaran, dan penyelesaian sengketa. Oleh karena itu,

revisi UUPK perlu memberikan dasar hukum bagi tanggung jawab platform apabila terjadi pelanggaran hak konsumen, baik melalui kelalaian sistem maupun penyebaran informasi yang menyesatkan. (Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI), 2025)

Terakhir, asas keberlanjutan dan etika bisnis merefleksikan orientasi baru hukum ekonomi modern yang tidak hanya mengejar efisiensi, tetapi juga memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pelaku usaha digital diharapkan menjalankan praktik bisnis yang tidak merugikan masyarakat atau merusak lingkungan, serta menerapkan prinsip ESG (Environmental, Social, and Governance). Dengan demikian, perlindungan konsumen tidak hanya bersifat hukum privat, tetapi juga bagian dari moralitas publik dan keberlanjutan pembangunan nasional. (*Ketahui Apa Itu ESG Beserta Contohnya*, 2024)

3) Perbandingan dengan Sistem Hukum Perlindungan Konsumen di Negara Lain

Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa negara telah lebih dahulu memperbarui regulasi konsumen mereka untuk mengantisipasi era digital. Misalnya, Uni Eropa melalui Consumer Rights Directive (2011/83/EU) dan Digital Content Directive (2019) telah memperluas perlindungan hukum terhadap konten digital, termasuk hak pembatalan kontrak dan hak atas kompensasi ketika layanan digital tidak sesuai harapan. (*(PDF) Aspek Hukum Dalam Dunia Digital*, 2025)

Malaysia melalui Consumer Protection (Amendment) Act 2019 memperluas definisi “pelaku usaha” ke ranah transaksi elektronik dan menetapkan mekanisme pengawasan daring. Sementara Singapura melalui Consumer Protection (Fair Trading) Act 2012 menegaskan peran lembaga pengawas perdagangan yang aktif menindak iklan menyesatkan di media digital. Dari perbandingan tersebut dapat disimpulkan bahwa Indonesia perlu segera menyesuaikan UUPK agar sejalan dengan standar global, terutama dalam hal perlindungan data, hak pembatalan transaksi digital, dan pengawasan platform daring. (Christiana et al., 2024)

4) Tantangan Implementasi Asas Hukum dalam Revisi UUPK

Implementasi asas hukum perlindungan konsumen dalam revisi UUPK menghadapi tiga tantangan utama, yaitu normatif, kelembagaan, dan implementatif.

Dari sisi normatif, tantangan muncul karena tumpang tindih antara UUPK dengan UU ITE dan UU Pelindungan Data Pribadi (PDP). Jika tidak diharmonisasikan dengan baik, revisi UUPK berisiko menimbulkan dualisme norma terkait yurisdiksi sengketa digital dan tanggung jawab data pribadi.

Dari sisi kelembagaan, BPKN dan BPSK masih menghadapi keterbatasan sumber daya manusia, kewenangan, serta infrastruktur digital. Banyak kasus konsumen daring belum dapat ditangani karena belum adanya mekanisme Online Dispute Resolution (ODR) yang terintegrasi secara nasional.

Sedangkan dari sisi implementatif, tantangan terbesar adalah rendahnya literasi hukum konsumen dan rendahnya kesadaran pelaku usaha terhadap etika digital. Banyak masyarakat yang belum memahami hak-haknya dalam transaksi online, sementara pelaku usaha sering kali mengabaikan kewajiban untuk memberikan informasi yang jujur dan transparan.

5) Strategi Penguatan Implementasi Asas Hukum

Untuk mengatasi berbagai tantangan tersebut diatas, perlu dilakukan beberapa strategi konkret:

1. Harmonisasi Regulasi

Revisi UUPK harus dirancang secara terpadu dengan UU ITE dan UU PDP agar tidak menimbulkan tumpang tindih norma.

2. Restrukturisasi Kelembagaan

BPKN perlu ditingkatkan menjadi otoritas nasional yang memiliki fungsi pengawasan, edukasi, dan penegakan hukum. Sementara itu, BPSK perlu diperkuat dengan sistem digital untuk menangani sengketa daring secara efisien.

3. Digitalisasi Penyelesaian Sengketa Konsumen

Pengembangan sistem Online Dispute Resolution (ODR) perlu diatur dalam revisi UUPK agar konsumen dapat mengajukan pengaduan secara daring dengan cepat, murah, dan efektif.

4. Pendidikan dan Literasi Konsumen Digital

Pemerintah, pelaku usaha, dan lembaga pendidikan perlu berkolaborasi dalam meningkatkan literasi hukum konsumen agar masyarakat memahami hak dan kewajibannya di ruang digital.

5. Penerapan Asas Baru secara Progresif

Ketiga asas baru — transparansi digital, akuntabilitas platform, dan keberlanjutan — perlu dijadikan dasar moral bagi seluruh peraturan pelaksana di bawah UUPK baru,

sehingga hukum dapat berkembang secara progresif mengikuti perubahan sosial dan teknologi.

Dengan penerapan strategi tersebut, asas hukum perlindungan konsumen dalam revisi UUPK diharapkan tidak hanya menjadi perangkat normatif, tetapi juga alat transformasi sosial (social transformation tool) yang menciptakan keseimbangan antara kepentingan ekonomi dan keadilan sosial. Hukum perlindungan konsumen Indonesia perlu berevolusi menjadi hukum yang progresif, humanistik, dan berkeadilan digital, di mana kepentingan publik ditempatkan di atas keuntungan ekonomi semata. (Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), 2023).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis konseptual, normatif, dan komparatif terhadap asas-asas hukum dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), dapat disimpulkan bahwa kebutuhan untuk merevisi undang-undang tersebut sudah bersifat mendesak. Perubahan lingkungan ekonomi akibat digitalisasi, globalisasi perdagangan, dan kemajuan teknologi informasi telah menimbulkan bentuk-bentuk baru hubungan hukum antara pelaku usaha, konsumen, dan penyedia platform digital.

Kondisi ini menuntut pembaruan terhadap asas-asas hukum perlindungan konsumen agar tetap relevan dan responsif terhadap perkembangan zaman.

Secara filosofis, lima asas klasik UUPK — asas manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan, serta kepastian hukum — tetap memiliki kekuatan normatif yang fundamental. Namun, dari sisi substansi, kelima asas tersebut memerlukan reinterpretasi agar mampu menjawab dinamika ekonomi digital. Asas manfaat tidak lagi cukup dipahami sebagai keuntungan ekonomi, tetapi juga harus menjamin manfaat sosial dan keamanan digital.

Asas keadilan perlu ditafsirkan sebagai keadilan informasi, di mana konsumen berhak atas keterbukaan dan perlakuan yang setara dalam ekosistem digital. Asas keseimbangan harus diperluas untuk mengakomodasi peran platform sebagai aktor hukum baru. Sementara itu, asas keamanan dan kepastian hukum perlu dihubungkan dengan prinsip perlindungan data pribadi dan tanggung jawab lintas batas.

Temuan penelitian juga menunjukkan perlunya penambahan tiga asas baru dalam revisi UUPK, yakni: Asas Transparansi Digital, untuk menjamin keterbukaan informasi dan

kejujuran algoritma dalam transaksi elektronik. Asas Akuntabilitas Platform, untuk menegaskan tanggung jawab hukum penyedia sistem elektronik terhadap pelanggaran hak konsumen. Asas Keberlanjutan dan Etika Bisnis, untuk memastikan bahwa kegiatan usaha tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga memperhatikan nilai-nilai sosial, moral, dan lingkungan.

Ketiga asas ini akan melengkapi asas lama dan memperkuat fondasi moral hukum perlindungan konsumen Indonesia agar sejalan dengan semangat keadilan sosial dan pembangunan ekonomi berkelanjutan. (Imbrani & Global Akademia, 2025) Di sisi lain, implementasi asas-asas dalam hukum ini masih menghadapi tantangan serius. Tumpang tindih antar-regulasi, lemahnya kelembagaan (terutama peran BPKN dan BPSK), serta rendahnya literasi hukum masyarakat menjadi hambatan nyata yang harus segera diatasi. Tanpa penguatan kelembagaan dan modernisasi penegakan hukum, asas hukum hanya akan berhenti pada tataran ideal tanpa daya paksa di lapangan. Oleh karena itu, revisi UUPK tidak boleh hanya difokuskan pada penambahan pasal, tetapi juga harus menyentuh aspek struktur, budaya hukum, dan partisipasi publik secara komprehensif. (Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI), 2025)

Dengan demikian, revisi UUPK bukan sekadar perubahan redaksional, melainkan sebuah reorientasi nilai hukum, dari perlindungan konvensional menuju perlindungan digital yang berbasis keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial. Hukum perlindungan konsumen yang baru diharapkan menjadi alat social engineering yang mampu menata ulang perilaku pelaku usaha sekaligus memperkuat posisi konsumen dalam sistem ekonomi digital yang inklusif dan berkeadilan.

Saran

Sebagai bentuk tindak lanjut dari hasil penelitian ini, beberapa rekomendasi praktis dan akademis dapat diajukan untuk mendukung efektivitas revisi UUPK ke depan:

Bagi DPR RI dan Pemerintah, perlu dilakukan percepatan pembahasan Rancangan Revisi UUPK dengan melibatkan partisipasi aktif akademisi, organisasi konsumen, pelaku usaha digital, dan masyarakat sipil. Substansi revisi harus menegaskan dimensi perlindungan digital melalui norma yang jelas mengenai hak konsumen atas data pribadi, kewajiban transparansi platform, dan tanggung jawab hukum lintas batas.

Bagi BPKN dan BPSK, perlu dilakukan reformasi kelembagaan yang meliputi peningkatan kewenangan, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, serta pemanfaatan teknologi informasi dalam penyelesaian sengketa. Pembentukan sistem Online Dispute Resolution (ODR) berbasis digital menjadi langkah strategis untuk mempercepat proses penyelesaian kasus konsumen dengan biaya murah, waktu singkat, dan akses yang luas.

Bagi Pelaku Usaha dan Platform Digital, prinsip etika bisnis dan tanggung jawab sosial harus dijadikan bagian integral dari praktik usaha. Transparansi algoritmik, perlindungan data pribadi, dan perlakuan yang adil terhadap konsumen perlu menjadi komitmen moral yang melekat dalam model bisnis mereka.

Bagi Akademisi dan Peneliti Hukum, penting untuk terus mengembangkan kajian lintas disiplin antara hukum ekonomi, hukum siber, dan hukum perlindungan data. Pendekatan interdisipliner akan memperkaya analisis akademik dan memberikan landasan ilmiah yang kuat bagi legislator dalam menyusun kebijakan yang responsif terhadap kemajuan teknologi.

Bagi Masyarakat dan Konsumen, peningkatan kesadaran hukum dan literasi digital merupakan kunci keberhasilan pelaksanaan UUPK yang baru. Konsumen harus memahami hak dan kewajibannya serta berani menuntut perlindungan hukum ketika terjadi pelanggaran. Pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen perlu aktif menyelenggarakan program edukasi publik agar masyarakat lebih kritis dan mandiri dalam menghadapi dinamika pasar digital.

Akhirnya, dapat ditegaskan bahwa keberhasilan revisi UUPK tidak hanya bergantung pada kualitas norma yang dihasilkan, tetapi juga pada kesadaran kolektif seluruh pemangku kepentingan. Ketika asas-asas hukum perlindungan konsumen dipahami dan dijalankan secara konsisten, maka hukum akan benar-benar berfungsi sebagai sarana keadilan sosial, moralitas ekonomi, dan keseimbangan kepentingan publik di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

A Theory of Justice by John Rawls | Research Starters | EBSCO Research. (n.d.). *EBSCO*.

Retrieved November 1, 2025, from <https://www.ebsco.com>

Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). (2024). *Aduan melonjak, BPKN RI sebut kerugian konsumen 2024*. <https://www.bpkn.go.id>

- Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). (2024). *Sampaikan kinerja awal tahun 2024, BPKN sebut banyak permasalahan perlindungan konsumen digital*. <https://www.bpkn.go.id>
- Christiana, C., Fitri, W., & Silviani, N. (2024). Studi komparasi hukum perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online antara Indonesia dengan Malaysia. *PAMALI: Pattimura Magister Law Review*, 4(3), 279–290. <https://doi.org/10.47268/pamali.v4i3.2311>
- Ciputra, O. (2025, September 11). *Keranjang belanja yang berlubang, mengapa data kita tidak aman di e-commerce?* [Blog post]. <https://www.ciputra.ac.id>
- Departemen Perdagangan Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga. (2024, December 17). *Diseminasi hasil survei indeks keberdayaan konsumen untuk meningkatkan perlindungan konsumen era digital*. <https://www.ditjenpktn.kemendag.go.id>
- Detik. (2024, December 30). *Peneliti bongkar sisi gelap e-commerce di Asia Tenggara*. <https://www.detik.com>
- Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI). (2025). *Naskah akademik rancangan revisi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. Komisi VI DPR RI.
- Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian Provinsi DKI Jakarta. (2025, April 18). *Waspada penipuan! Panduan aman belanja online*. <https://jalahoaks.jakarta.go.id>
- Faisal, A., & Wijaya, R. (2024, November 17). Perlindungan data pribadi konsumen dalam e-commerce. *Jurnal Hukum Bisnis*, 5(2), 145–162. <https://www.siplawfirm.id>
- Hukum Online. (2024, April 17). *Jebakan diskon palsu, adakah jerat hukumnya?* <https://www.hukumonline.com>
- Hukum Online. (2024, December 26). *Sepanjang 2024, BPKN terima 1.733 pengaduan dari konsumen digital*. <https://www.hukumonline.com>
- Imbrani, H., & Global Akademia, M. (2025). *Etika bisnis dalam ekonomi digital*. CV Aksara Global Akademia.
- Inet Detik. (2019, July 3). *Keluhan pelanggan e-commerce: 90% soal status pengiriman*. <https://inet.detik.com>
- Isa, M. (2025, August 7). Tanggung jawab platform Tokopedia dalam kasus kebocoran data konsumen. *Jurnal Ilmu Data*, 8(1), 67–89. <https://journal.ilmudata.co.id>

Jalahoaks Jakarta. (2025, April 18). *Waspada penipuan dan panduan aman belanja online*.

<https://jalahoaks.jakarta.go.id>

Kementerian Komunikasi dan Digital RI. (2024). *Data penipuan transaksi online 2017–2024* [Laporan internal].

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2025). *Aduan konsumen e-commerce periode 2022–Maret 2025* [Data statistik].

Ketahui Apa Itu ESG Beserta Contohnya. (2024, April 4).

<https://www.prudential.co.id/id/pulse/article/apa-itu-esg/index.html>

Kumparan. (2022, August 9). *Buat konsumen buntung, UU Perlindungan Konsumen perlu revisi*. <https://kumparan.com>

LIKMI. (2019, July 17). *Keluhan pelanggan e-commerce: 90% soal status pengiriman dan transparansi informasi*. <https://likmi.ac.id>

Mahkamah Agung Republik Indonesia. (2024, July 14). *Putusan pengadilan terkait perlindungan konsumen e-commerce*. <https://putusan3.mahkamahagung.go.id>

MG Partners. (2024, February 22). *Perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce: Tantangan dan solusi*. <https://mgpartners.id>

Nasution, A. (1995). *Konsumen dan hukum: Tinjauan sosial, ekonomi, dan hukum pada perlindungan konsumen Indonesia*. Pustaka Sinar Harapan.

Netmarks. (2025, April 13). *Serangan siber terbesar yang pernah terjadi di Indonesia: Kebocoran data Tokopedia*. <https://netmarks.co.id>

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2023). *Digital consumer protection guidelines*. OECD Publishing.

Permatasari, D. (2025, August 8). *Syarat komplain 1x24 jam: Melindungi konsumen atau sekadar iklan?* *Jurnal Media Justisia*, 12(3), 234–251. <https://mediajustitia.com>

ResearchGate, Aspek Hukum dalam Dunia Digital. (2025, August 6). *ResearchGate*. https://www.researchgate.net/publication/394276470_Aspek_Hukum_dalam_Dunia_Digital

Penelitian Hukum Normatif—Soerjono Soekanto. (n.d.). *Rajagrafindo Persada*. Retrieved November 1, 2025, from <https://www.rajagrafindo.co.id/produk/penelitian-hukum-normatif/>

Prayuti, Y. (2021). *Perlindungan konsumen di era digital*. Literasi Nusantara Abadi Grup.

- Prayuti, Y. (2023). Urgensi pembaruan hukum perlindungan konsumen dengan pembentukan pengadilan khusus sebagai upaya pemenuhan akses terhadap keadilan bagi konsumen. *Unes Law Review*, 6(1), 2181–2192.
- Purnomo, A., & Suparta, G. (2009). Pengelolaan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di PT. Tropica Nucifera Industry (PT. TNI) sebagai Strategi Hubungan Sosial (Social Networking) dengan Masyarakat. *Https://Etd.repository.ugm.ac.id/, https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/45573(https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/45573)*. <https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/45573>.
- Purnomo, A. D. (2025). Legal Study of Telemedicine Implementation at XYZ Clinic in South Jakarta Based on the Perspective of Law 17 of 2023 concerning Health. *Journal of Law and Humanity Studies*, 2(1), 23–27. <https://doi.org/10.59613/z5n8d627>
- Pusat Kajian Hukum Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. (2025, September 12). *Implikasi hukum e-commerce terhadap perlindungan konsumen digital*. <https://pkbh.uinssc.ac.id>
- Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Islam Sumatera Utara. (2024, August 19). *Tantangan dan perlindungan konsumen dalam era digitalisasi perdagangan elektronik*. <https://lppm.uinsu.ac.id>
- Putri, A., & Santoso, H. (2025, June 30). BPSK kurang efektif dalam penyelesaian sengketa konsumen digital. *Law Journal*, 18(2), 112–128. <https://jurnal.dharmawangsa.ac.id>
- Putu, I. W., & Suryawan, K. (2025, August 7). Perlindungan hukum terhadap produk elektronik yang tidak sesuai deskripsi. *Jurnal Warmadewa*, 9(1), 45–67. <https://ejournal.warmadewa.ac.id>
- Rahardjo, S. (2011). Hukum progresif: Hukum yang membebaskan. *Jurnal Hukum Progresif*, 1(1), 1–24. <https://doi.org/10.14710/hp.1.1.1-24>
- Rechts Vinding Badan Pembinaan Hukum Nasional. (n.d.). *Urgensi perlindungan hukum konsumen dan penyelesaian sengketa konsumen*. <https://rechtsvinding.bphn.go.id>
- Safira, B., & Wijaya, M. (2023, December 6). Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen di era digital. *Jurnal Innovative*, 5(2), 89–105. <https://j-innovative.org>
- Sartika, E., & Rahman, F. (2023). Pemenuhan hak konsumen atas informasi yang benar: Studi kasus transaksi e-commerce. *Lintar Research*, 3(1), 15–31. <https://lintar.untar.ac.id>
- Shidarta. (2000). *Hukum perlindungan konsumen*. Grasindo.

- Sidabalok, J. (2014). *Hukum perlindungan konsumen di Indonesia*. Citra Aditya Bakti.
- Sibermate. (2025, February 20). *Regulasi perlindungan data konsumen pada e-commerce di Indonesia*. <https://sibermate.com>
- SIPLAW Firm. (2022, December 23). *Tanggung jawab hukum penyelenggara marketplace*. <https://siplawfirm.id>
- SIPLAW Firm. (2024, November 17). *Perlindungan data pribadi konsumen dalam e-commerce*. <https://siplawfirm.id>
- Suratman, A. (2024, September 12). Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce di platform digital. *Jurnal Ulilalba Institute*, 7(2), 78–94. <https://ulilalbabinstitute.id>
- Susan Himawan Law. (2025, January 27). *Perlindungan data pribadi konsumen e-commerce*. <https://susanhimawanlaw.com>
- Syaiful, M., & Kusuma, R. (2024, October 2). Analisis kesadaran konsumen, tantangan dan peluang perlindungan konsumen digital. *Journal Abdur Rauf Institute*, 11(3), 156–173. <https://journal.abdurraufinstitute.org>
- Teori hukum / Sudikno Mertokusumo | Perpustakaan Mahkamah Konstitusi. (2016, November 3). <https://simpus.mkri.id/opac/detail-opac?id=10162>
- Teori Hukum Law As A Tool of Social Engineering (Saswin Hardego) | PDF | Politik. (n.d.). *Scribd*. Retrieved November 1, 2025, from <https://id.scribd.com/document/667405896/Teori-Hukum-Law-as-a-Tool-of-Social-Engineering-SASWIN-HARDEGO>
- Tokopedia Care. (2025, April 10). *Produk yang diterima rusak/tidak sesuai*. <https://tokopedia.com>
- Ulilalba Institute. (n.d.). *Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce*. <https://ulilalbabinstitute.id>
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen—JDIH Kementerian Perdagangan RI. (n.d.). Retrieved November 1, 2025, from <https://jdih.kemendag.go.id/>
- Wirawan, S., & Santoso, B. (2024, April 24). Muncul fenomena barang palsu banjir e-commerce, Kemendag catat 20 ribu lebih aduan. *CNBC Indonesia*. <https://cnbcindonesia.com>
- Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). (2022–2023). *Laporan survei kepuasan konsumen e-commerce* [Data penelitian].

Zulham. (2013). *Hukum perlindungan konsumen*. Kencana Prenada Media Group.