

Tinjauan Yuridis terhadap Perlindungan Konsumen atas Produk Digital dalam Transaksi Elektronik

Indah Novita Sari, Irawaty

Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang

Corresponding Author: indahano3@students.unnes.ac.id

ISSN 2964-3848

QRCBN 62-6861-0144-710

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis hubungan hukum antara para pihak dalam transaksi produk digital dalam konteks transaksi elektronik serta mengkaji tanggung jawab pelaku usaha apabila terjadi pelanggaran terhadap hak konsumen dalam transaksi produk digital. Dengan pendekatan yuridis normatif, penelitian menggunakan metode deskriptif yang menelaah norma hukum tertulis melalui studi kepustakaan dan dokumenter. Analisis kualitatif dilakukan secara deduktif terhadap peraturan perundang-undangan dan literatur hukum terkait perlindungan konsumen dalam transaksi produk digital. Hasil penelitian mengungkap bahwa transaksi produk digital melalui media elektronik melibatkan berbagai pihak, termasuk *merchant*, konsumen, *acquirer*, *issuer*, dan *certification authorities*, yang membangun hubungan hukum multilapis dengan tanggung jawab hukum berbeda sesuai fungsi masing-masing. Meskipun regulasi nasional seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik telah mengatur hak dan kewajiban para pihak, pengaturan khusus terkait produk digital dan

tanggung jawab pelaku usaha dalam *e-commerce* masih belum memadai. Tantangan signifikan meliputi ketidakseimbangan posisi tawar antara konsumen dan pelaku usaha dan rendahnya kesadaran konsumen atas haknya. Prinsip pertanggungjawaban kontraktual dan produk menjadi dasar hukum utama, namun implementasinya sering menghadapi hambatan praktis. Kesimpulannya, penguatan regulasi yang responsif terhadap karakteristik unik produk digital, peningkatan edukasi konsumen, dan penguatan lembaga perlindungan konsumen sangat diperlukan untuk menciptakan ekosistem transaksi elektronik yang aman, adil, dan berkeadilan.

Kata kunci: perlindungan konsumen, produk digital, transaksi elektronik, tanggung jawab pelaku usaha

PENDAHULUAN

Indonesia Produk digital telah merevolusi cara masyarakat modern mengonsumsi barang dan jasa dengan memberikan akses cepat ke berbagai layanan dan produk yang sebelumnya sulit dijangkau. Contohnya adalah aplikasi, e-book, perangkat lunak, dan game yang kini menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Kehadiran produk digital ini mengubah pola interaksi antara konsumen dan penyedia produk melalui transaksi elektronik yang cepat dan mudah. Namun, di balik kemudahan tersebut, muncul berbagai tantangan baru dalam hal perlindungan konsumen. Salah satu risiko utama adalah penipuan dan ketidakpuasan konsumen yang disebabkan ketidakmampuan mereka untuk menilai produk secara fisik sebelum pembelian. Meski demikian, produk digital menawarkan efisiensi distribusi dan akses tanpa batasan geografis, yang mendorong perubahan perilaku konsumen ke arah ketergantungan pada teknologi (Barkatullah, 2017).

Produk digital memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan barang fisik, terutama karena sifatnya yang

tidak berwujud dan tergantung pada perangkat digital untuk distribusi. Perbedaan ini turut memengaruhi aspek kepemilikan, di mana konsumen seringkali hanya memperoleh hak penggunaan terbatas sesuai ketentuan lisensi yang tidak selalu transparan. Misalnya, saat membeli aplikasi, konsumen hanya mendapatkan hak pakai yang diatur oleh perjanjian lisensi, bukan kepemilikan penuh atas produk tersebut. Selain itu, produk digital umumnya tidak dapat dikembalikan, sehingga menimbulkan kerugian apabila produk tidak sesuai dengan harapan. Ketidakjelasan lisensi dan potensi masalah teknis dapat memperburuk pengalaman konsumen dan menimbulkan kebingungan terkait hak-hak mereka (Prayuti, 2024). Oleh sebab itu, risiko-risiko tersebut wajib menjadi perhatian serius dalam perlindungan hukum konsumen atas produk digital.

Di Indonesia, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU PK) menjadi payung hukum utama yang menjamin hak-hak konsumen. Pasal 4 UU PK menegaskan bahwa konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan jasa. Ketentuan ini bertujuan melindungi konsumen dari kerugian akibat produk yang tidak memenuhi standar atau berbahaya. Namun, perkembangan pesat produk digital menuntut perlindungan khusus yang belum secara eksplisit diatur dalam UU PK. Kekosongan norma ini berpotensi melemahkan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi produk digital yang memiliki karakteristik berbeda dari produk fisik (Hayati & Ginting, 2021).

Selain UU PK, perlindungan konsumen dalam transaksi produk digital juga terkait dengan Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yang telah diperbarui melalui Undang-Undang No. 19 Tahun 2016. UU ITE mengatur penyelenggaraan sistem elektronik dan transaksi elektronik sebagai bagian dari perkembangan teknologi digital di Indonesia. Dalam Pasal 5 UU ITE ditegaskan bahwa informasi elektronik dan dokumen

elektronik memiliki kekuatan hukum dan dapat menjadi alat bukti yang sah. Sedangkan Pasal 11 mengakui perjanjian elektronik sebagai bentuk perjanjian yang sah sepanjang memenuhi syarat tertentu. Meskipun demikian, UU ITE belum mengatur secara rinci perlindungan khusus bagi konsumen produk digital. Produk digital tidak secara eksplisit disebut sebagai objek transaksi, sehingga hak dan kewajiban konsumen serta tanggung jawab pelaku usaha dalam konteks ini masih belum jelas. Hal ini menimbulkan ketidakpastian hukum dan potensi risiko kerugian bagi konsumen (Izazi et al., 2024).

Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik juga mengatur tata kelola platform digital, termasuk kewajiban penyelenggara sistem elektronik dalam transaksi digital. Regulasi ini menekankan pentingnya keamanan sistem (Pasal 15), transparansi informasi produk atau jasa (Pasal 16), serta perlindungan data pribadi pengguna (Pasal 17). Namun demikian, peraturan tersebut belum mengatur secara spesifik perlindungan konsumen atas produk digital, seperti hak pengembalian produk dan tanggung jawab pelaku usaha saat terjadi kerugian. Kekosongan norma ini menyebabkan ketidakpastian hukum dan perlindungan yang kurang memadai bagi konsumen di era ekonomi digital yang terus berkembang (Fadillah & Lubis, 2022).

Dalam kerangka perlindungan konsumen, UU PK mengatur kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang dan jasa yang ditawarkan (Pasal 7). Kewajiban ini menjadi dasar transparansi dan pencegahan kerugian konsumen, termasuk dalam transaksi produk digital yang memiliki karakteristik unik. Jika pelaku usaha melanggar ketentuan ini hingga menyebabkan kerugian konsumen, UU PK menetapkan sanksi tegas berupa tanggung jawab perdata dan pidana (Pasal 19 dan seterusnya). Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha memiliki tanggung jawab hukum yang nyata

atas kerugian yang dialami konsumen. Namun, implementasi ketentuan ini dalam konteks produk digital masih menghadapi tantangan karena belum ada aturan yang mengatur perlindungan dan mekanisme penegakan hukum secara khusus (Sahib et al., 2023).

Kepastian hukum menjadi faktor utama dalam melindungi hak konsumen, terutama dalam transaksi elektronik di Indonesia. Namun, regulasi yang ada masih menyisakan celah yang menyebabkan hak konsumen produk digital sering terabaikan. Hukum positif Indonesia, melalui UU PK dan UU ITE, belum sepenuhnya mengakomodasi perlindungan bagi produk digital. Akibatnya, konsumen bisa menghadapi ketidakpastian terkait kualitas, keamanan, dan klaim produk yang tidak sesuai harapan. Produk digital sering membatasi hak konsumen, seperti ketiadaan jaminan pengembalian dana (*refund*) untuk produk cacat. Selain itu, aspek hukum terkait hak kekayaan intelektual dan privasi belum selaras dengan perlindungan konsumen, sehingga menimbulkan keraguan efektivitas hukum di era digital. Kebutuhan akan kepastian hukum juga mencakup harmonisasi regulasi dengan dinamika pasar digital yang terus berubah (Indriyani et al., 2025).

Praktik transaksi produk digital memiliki karakteristik tersendiri yang membedakannya dari transaksi barang fisik, sehingga menghadirkan tantangan baru dalam perlindungan konsumen. Konsumen sering kali kekurangan informasi memadai mengenai hak dan kewajiban mereka, serta menghadapi ketidakjelasan aturan terkait kepemilikan, pengembalian produk, dan jaminan layanan. Di sisi lain, pelaku usaha belum tentu bertanggung jawab secara proporsional atas pelanggaran hak konsumen karena belum adanya pengaturan rinci dan eksplisit dalam peraturan perundang-undangan (Putri, Dewi, & Priowirjanto, 2025). Oleh karena itu, penelitian mendalam mengenai perlindungan konsumen atas produk digital dalam transaksi elektronik sangat penting untuk menjamin kepastian hukum

dan perlindungan konsumen di era transaksi elektronik saat ini.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Konseptual

Tinjauan tentang Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan bagian hukum yang mengatur hubungan antara konsumen dan pelaku usaha, dengan tujuan utama untuk melindungi kepentingan konsumen dari kerugian akibat praktik usaha yang tidak adil atau merugikan. Hal ini ditegaskan oleh Nasution (2002), yang menjelaskan bahwa perlindungan konsumen berfungsi sebagai upaya untuk melindungi konsumen dari pedagang yang tidak adil atau ilegal. Pendapat serupa juga disampaikan oleh Business English Dictionary, yang menyatakan perlindungan konsumen sebagai upaya untuk melindungi konsumen dari pedagang yang tidak adil atau melanggar hukum (Colin, 2006). Begitu juga menurut Black's Law Dictionary, yang mendefinisikan perlindungan konsumen sebagai aturan yang menjamin keselamatan konsumen dalam penggunaan barang dan jasa (Garner, 2004).

Di Indonesia, perlindungan konsumen diatur dalam UU PK yang memberikan kepastian hukum dan melindungi hak-hak konsumen. UU ini bertujuan untuk mengatur perilaku pelaku usaha agar hak-hak konsumen terlindungi secara hukum dan pelaku usaha tidak bertindak sewenang-wenang. Sebagaimana dijelaskan oleh Sutanto (2008), UU PK mengatur hak-hak konsumen dan mewajibkan pelaku usaha untuk bertindak sesuai dengan prinsip-prinsip yang adil.

Menurut Shidarta (2000), terdapat empat prinsip utama yang membentuk hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha. Pertama, prinsip *let the buyer beware (caveat emptor)*, yang mengasumsikan adanya keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen sehingga tidak diperlukan perlindungan khusus bagi konsumen. Kedua,

prinsip *due care theory* yang mengharuskan pelaku usaha untuk berhati-hati dalam menyediakan produk kepada konsumen. Ketiga, prinsip *privity of contract* yang menyatakan bahwa pelaku usaha hanya bertanggung jawab berdasarkan kontrak yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Keempat, prinsip kontrak bukan syarat yang menegaskan bahwa kontrak tidak selalu menjadi prasyarat untuk menetapkan adanya hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha.

Selanjutnya, Pasal 2 UU PK mengatur beberapa asas yang menjadi landasan perlindungan konsumen. Asas manfaat mengamanatkan bahwa perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi konsumen dan pelaku usaha. Asas keadilan menghendaki agar hak dan kewajiban antara konsumen dan pelaku usaha dijalankan secara adil. Asas keseimbangan menciptakan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah. Asas keamanan dan keselamatan memberikan jaminan atas keamanan konsumen dalam menggunakan produk atau jasa. Terakhir, asas kepastian hukum memastikan bahwa hukum ditaati dan keadilan dapat ditegakkan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen.

Menurut Pasal 3 UU PK, tujuan perlindungan konsumen mencakup beberapa hal penting, antara lain untuk meningkatkan kesadaran dan kemampuan konsumen dalam melindungi diri, menjaga harkat dan martabat konsumen, memberdayakan konsumen dalam memilih dan menegakkan hak-haknya, menciptakan sistem perlindungan yang didasarkan pada kepastian hukum serta keterbukaan informasi, serta meningkatkan kualitas barang dan jasa demi kelangsungan usaha dan keselamatan konsumen.

Tinjauan tentang Produk Digital

Produk digital mencakup berbagai barang dan layanan yang diakses serta digunakan melalui teknologi digital,

seperti perangkat lunak, aplikasi, buku elektronik, musik, video, dan kursus online. Keunikan produk digital terletak pada sifatnya yang tidak berwujud, bergantung pada infrastruktur digital untuk distribusi yang efisien. Karakteristik utama produk digital adalah biaya produksi dan distribusi yang relatif rendah, serta jangkauan pasar yang luas. Namun, kemudahan penyalinan dan distribusi tanpa izin menimbulkan tantangan hukum terkait hak cipta dan perlindungan data (Widyastuti et al., 2024).

Produk digital dapat diklasifikasikan dalam beberapa kategori utama, antara lain perangkat lunak (baik sistem maupun aplikasi), konten digital seperti e-book, audio, dan video yang dilindungi hak cipta, layanan berbasis internet seperti penyimpanan dan *e-learning*, serta aplikasi mobile yang terus berkembang seiring peningkatan penggunaan perangkat genggam. Setiap kategori ini membawa isu hukum yang berbeda, mulai dari perlindungan konsumen hingga hak kekayaan intelektual, serta masalah terkait keamanan data dan privasi pengguna (Malani & Zuhrah, 2025).

Selain itu, produk digital memiliki ciri utama berupa intangibilitas, yaitu sifatnya yang tidak berwujud fisik. Hal ini memungkinkan distribusi yang cepat dan murah melalui ruang digital. Namun, tantangan hukum muncul pada aspek lisensi, hak cipta, dan perlindungan data pribadi. Isu penting lainnya adalah pengaturan terkait hak pengembalian produk. Mengingat produk digital seringkali tidak dapat dikembalikan setelah diakses atau diunduh, maka pelaku usaha diwajibkan memberikan kebijakan pengembalian yang jelas untuk menjaga keseimbangan antara kepentingan konsumen dan pelaku usaha (Anny & Sugiasuti, 2024).

Di Indonesia, pengaturan produk digital dilaksanakan melalui beberapa regulasi utama, seperti UU ITE, UU PK, serta peraturan pelaksana seperti Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika. UU ITE mengatur keabsahan transaksi elektronik dan larangan penyalahgunaan informasi

elektronik, sementara UU PK mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang jelas dan transparan, serta menyediakan layanan purna jual dan mekanisme ganti rugi. Sinergi dari berbagai regulasi ini bertujuan untuk menciptakan ekosistem digital yang aman, terpercaya, dan inovatif (Andrias et al., 2024).

Tinjauan tentang Transaksi Elektronik

Transaksi elektronik merujuk pada perjanjian yang dilakukan melalui media digital tanpa adanya pertemuan fisik antara para pihak. Meskipun demikian, transaksi ini tetap menghasilkan hubungan hukum yang sah apabila terdapat kesepakatan antara kedua pihak. Jenis transaksi ini meliputi jual beli, layanan, dan aktivitas bisnis digital lainnya yang memanfaatkan jaringan komputer, terutama internet (Desy et al., 2017). Berdasarkan UU ITE, transaksi elektronik merupakan perbuatan hukum yang menggunakan media elektronik dan memiliki kekuatan hukum, asalkan memenuhi syarat sahnya perjanjian.

Pelaksanaan transaksi elektronik harus didasarkan pada beberapa asas penting yang tertuang dalam Pasal 3 UU ITE, yaitu kepastian hukum, manfaat, kehati-hatian, itikad baik, serta kebebasan dalam memilih teknologi. Selain itu, unsur-unsur dalam perjanjian elektronik mencakup unsur pokok (*essentialia*), unsur melekat (*naturalia*), dan unsur tambahan (*accidentalalia*) (Widi Nugrahaningsih, 1999).

Unsur *essentialia* merupakan unsur-unsur pokok yang harus ada dalam setiap perjanjian agar dapat dianggap sah menurut hukum. Dalam konteks transaksi elektronik, unsur ini mencakup identitas para pihak yang bersepakat, objek transaksi (barang atau jasa), dan kesepakatan yang terjadi secara elektronik. Ketentuan ini sejalan dengan Pasal 1320 KUH Perdata tentang syarat sahnya perjanjian, yang dalam ruang digital dapat disesuaikan dengan media elektronik sebagai sarana penyampaian kehendak (Widi Nugrahaningsih, 1999).

Unsur *naturalia* bersifat melekat secara otomatis pada suatu perjanjian, meskipun tidak dicantumkan secara eksplisit oleh para pihak. Dalam transaksi elektronik, unsur ini misalnya berkaitan dengan kewajiban untuk melaksanakan isi kesepakatan, pengakuan terhadap hak dan kewajiban timbal balik, serta prinsip kepercayaan antara penjual dan pembeli (Widi Nugrahaningsih, 1999).

Unsur *accidentalalia* merupakan unsur tambahan dalam perjanjian yang sifatnya ditentukan oleh kehendak para pihak, seperti klausul mengenai pengembalian barang, jaminan, atau batas waktu pengiriman. Dalam konteks marketplace, *accidentalalia* banyak dijumpai dalam bentuk syarat dan ketentuan tambahan yang dicantumkan dalam platform atau halaman checkout (Widi Nugrahaningsih, 1999).

Perubahan hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen menunjukkan pergeseran dari prinsip *caveat emptor* (pembeli berhati-hati) ke *caveat venditor* (penjual bertanggung jawab), di mana pelaku usaha kini memikul tanggung jawab lebih besar dalam melindungi hak-hak konsumen (Halim, 2017). Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam *e-commerce* harus mampu mengatasi berbagai risiko, seperti penipuan dan pencurian data. Oleh karena itu, peran negara dalam regulasi, pengawasan, serta edukasi menjadi sangat penting untuk memastikan terlaksananya perlindungan yang efektif bagi konsumen (Halim, 2017).

Tinjauan tentang Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Pelaku usaha, menurut Pasal 1 angka 3 UU PK, adalah setiap individu atau badan usaha, baik berbentuk badan hukum maupun bukan, yang menjalankan kegiatan usaha secara sendiri atau bersama melalui perjanjian di wilayah hukum Indonesia. Definisi ini mencakup berbagai entitas seperti perusahaan, korporasi, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), koperasi, importir, pedagang, dan distributor.

Tanggung jawab pelaku usaha diatur secara tegas dalam Pasal 19 UU PK. Pasal ini mengamanatkan bahwa pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi kepada konsumen atas kerusakan, pencemaran, atau kerugian yang timbul akibat penggunaan barang atau jasa yang diperdagangkan atau dihasilkan. Bentuk ganti rugi tersebut dapat berupa pengembalian uang, penggantian barang atau jasa yang sejenis atau setara, perawatan kesehatan, maupun santunan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Lebih lanjut, pelaku usaha diwajibkan menyelesaikan pemberian ganti rugi tersebut paling lambat tujuh hari setelah transaksi berlangsung. Kewajiban ini tidak menghilangkan kemungkinan adanya tuntutan pidana apabila terbukti adanya unsur kesalahan dari pelaku usaha. Namun demikian, apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kerugian yang terjadi disebabkan oleh kesalahan konsumen, maka kewajiban ganti rugi tersebut tidak berlaku (Gunawan & Ahmad, 2000).

Kajian Teori

Teori Pertanggungjawaban

Pertanggungjawaban hukum merupakan konsekuensi dari adanya hubungan hukum antara subjek hukum yang menimbulkan hak dan kewajiban. Dalam interaksi hukum sehari-hari, dikenal konsep pergaulan hukum (*rechtsverkeer*) yang mencakup tindakan hukum (*rechtshandeling*) dan hubungan hukum (*rechtbetrekking*) antar subjek hukum. Setiap subjek hukum yang melanggar kewajibannya wajib bertanggung jawab secara hukum dan diwajibkan memulihkan hak yang dilanggar. Prinsip ini berlaku untuk individu, badan hukum, maupun pemerintah (Rahardjo, 2000).

Menurut Hans Kelsen, konsep pertanggungjawaban erat kaitannya dengan hak dan kewajiban, di mana hak seseorang selalu berpasangan dengan kewajiban pihak lain.

Bertanggung jawab secara hukum berarti siap menanggung sanksi atas tindakan yang melanggar peraturan. Hans Kelsen menegaskan bahwa tanggung jawab hukum muncul ketika suatu perbuatan bertentangan dengan norma hukum yang berlaku (Asshiddiqie & Safa'at, 2006).

Munir Fuady membagi perbuatan melawan hukum menjadi tiga kategori: (a) karena kesengajaan, (b) tanpa kesalahan (tanpa sengaja atau lalai), dan (c) karena kelalaian. Berdasarkan kategori tersebut, pertanggungjawaban hukum dapat dibedakan menjadi tiga model utama: (1) pertanggungjawaban dengan unsur kesalahan (Pasal 1365 KUH Perdata), (2) pertanggungjawaban dengan unsur kelalaian khusus (Pasal 1366 KUH Perdata), dan (3) pertanggungjawaban mutlak tanpa unsur kesalahan (Pasal 1367 KUH Perdata) (Munir Fuady, 2002).

Asas pertanggungjawaban berdasarkan kesalahan (*fault*) menegaskan bahwa tidak ada tanggung jawab tanpa adanya unsur kesalahan (*liability based on fault*). Beban pembuktian unsur kesalahan berada pada pihak penggugat sesuai Pasal 1865 KUH Perdata. Selain itu, terdapat pertanggungjawaban berdasarkan wanprestasi atau *contractual liability*, diatur dalam Pasal 1243 KUH Perdata, yang mengatur ganti rugi akibat tidak terpenuhinya perikatan sesuai waktu yang disepakati (Munir Fuady, 2002).

Teori Perlindungan Hukum

Secara etimologis, perlindungan hukum terdiri dari dua kata, yaitu perlindungan dan hukum. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, perlindungan berarti tempat berlindung, proses, atau cara melindungi, sedangkan hukum berfungsi sebagai alat untuk melindungi kepentingan manusia secara profesional. Dengan demikian, perlindungan hukum adalah tindakan atau upaya yang dilakukan berdasarkan aturan hukum untuk menjamin hak setiap warga negara serta

melindungi mereka dari tindakan sewenang-wenang (Kansil, 1989).

Mochammad Isnaeni membedakan perlindungan hukum menjadi dua jenis, yakni perlindungan hukum internal dan perlindungan hukum eksternal. Perlindungan hukum internal merupakan perlindungan yang disepakati secara bersama oleh para pihak dalam suatu perjanjian, di mana klausul kontrak disusun untuk mengakomodasi kepentingan dan risiko masing-masing secara seimbang, dengan asumsi kedudukan hukum para pihak relatif sederajat dan memiliki kekuatan tawar yang setara. Sementara itu, perlindungan hukum eksternal adalah perlindungan yang diatur oleh pihak berwenang melalui peraturan yang dirancang untuk melindungi pihak yang lebih lemah agar terhindar dari ketidakadilan dan kesewenang-wenangan. Perlindungan ini bertujuan menciptakan keseimbangan dan keadilan dalam hubungan hukum yang tidak simetris (Isnaeni, 2016).

Philipus M. Hadjon menekankan bahwa perlindungan hukum adalah upaya untuk menjaga harkat dan martabat serta hak asasi manusia berdasarkan ketentuan hukum, baik secara preventif maupun represif. Perlindungan hukum preventif bertujuan mencegah sengketa melalui kebijakan pemerintah yang berhati-hati dan penuh pertimbangan, sedangkan perlindungan represif berfokus pada penyelesaian sengketa melalui mekanisme hukum yang berlaku (Hadjon, 1987).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif, yaitu pendekatan yang menelaah hukum sebagai seperangkat norma tertulis dalam peraturan perundang-undangan. Pendekatan ini memandang hukum sebagai sistem yang tersusun secara hierarkis dan logis, di mana setiap peraturan harus selaras secara vertikal dan horizontal (Suteki, 2018). Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif, yang bertujuan menjelaskan secara sistematis

fakta dan ketentuan hukum yang relevan dengan isu yang dikaji. Data dikumpulkan melalui studi kepustakaan dan dokumenter, dengan menelusuri bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Analisis dilakukan secara kualitatif dengan pendekatan deduktif, yaitu mengkaji asas, prinsip, dan norma hukum untuk menilai keselarasan atau ketidaksesuaian antar peraturan terkait perlindungan konsumen dalam transaksi produk digital.

PEMBAHASAN

Hubungan Hukum antara Para Pihak dalam Transaksi Produk Digital dalam Konteks Transaksi Elektronik

Dalam ranah transaksi elektronik, khususnya pada perdagangan produk digital, terdapat beberapa pihak yang berperan penting dalam menjalin hubungan hukum selama proses transaksi berlangsung. Kompleksitas hubungan ini sangat bergantung pada jenis dan cakupan transaksi yang dilakukan. Bila seluruh rangkaian transaksi berlangsung secara daring dimulai dari penawaran produk, pengiriman, hingga pembayaran maka hubungan hukum yang terbentuk bersifat multilapis dan melibatkan berbagai aktor yang saling berinteraksi sesuai fungsi dan kewenangannya. Hal ini sejalan dengan definisi transaksi elektronik sebagai perbuatan hukum yang menggunakan media elektronik dan memiliki kekuatan hukum (Dikdik et al., 2005).

Menurut Budhiyanto, dalam transaksi elektronik yang melibatkan produk digital, terdapat beberapa pihak utama yang secara langsung maupun tidak langsung membangun hubungan hukum dalam proses tersebut. Pertama, penjual atau *merchant* merupakan entitas yang menawarkan produk digital kepada konsumen melalui platform daring. *Merchant* ini dapat berupa perusahaan atau produsen yang mendaftarkan diri ke sistem pembayaran elektronik, misalnya dengan membuka akun *merchant* di bank, sehingga mampu menerima pembayaran elektronik dari konsumen. Secara hukum, *merchant* bertanggung jawab

atas produk digital yang dijual serta memiliki kewajiban untuk memenuhi hak konsumen berdasarkan kontrak transaksi yang disepakati. Tanggung jawab ini sesuai dengan ketentuan Pasal 19 UU PK yang mengamanatkan kewajiban pelaku usaha memberikan ganti rugi apabila terjadi pelanggaran (Dikdik et al., 2005).

Selanjutnya, konsumen atau *card holder* adalah pihak yang membeli produk digital tersebut, baik sebagai perorangan maupun badan usaha. Dalam konteks hukum perlindungan konsumen, konsumen memiliki hak atas produk digital yang dibeli, termasuk kepastian kualitas, aksesibilitas, dan perlindungan keamanan data pribadi selama proses transaksi berlangsung. Asas keadilan dan kepastian hukum yang diatur dalam Pasal 2 UU PK menjadi landasan bagi perlindungan hak konsumen, sejalan dengan konsep perlindungan hukum eksternal yang bertujuan mencegah ketidakadilan dan kesewenang-wenangan terhadap pihak yang lebih lemah (Dikdik et al., 2005).

Kemudian ada *acquirer*, yang berperan sebagai perantara dalam proses penagihan dan pembayaran antara *merchant* dan penerbit kartu kredit (*issuer*). Fungsi hukum *acquirer* sangat penting karena menjamin kelancaran aliran dana serta memastikan bahwa pembayaran yang dilakukan sah secara hukum sesuai dengan ketentuan perbankan dan transaksi elektronik. *Issuer* sendiri adalah lembaga yang menerbitkan kartu kredit kepada konsumen. Dalam transaksi produk digital, *issuer* berperan memastikan bahwa transaksi pembayaran yang dilakukan oleh konsumen adalah valid dan sah. Selain itu, *issuer* juga memberikan perlindungan terhadap potensi penyalahgunaan kartu kredit yang dapat merugikan konsumen maupun *merchant* (Dikdik et al., 2005).

Terakhir, terdapat *certification authorities* sebagai pihak ketiga yang bersifat netral dan memiliki kewenangan untuk menerbitkan sertifikat elektronik. Sertifikat ini berfungsi menjamin keamanan transaksi dan validitas identitas para

pihak yang terlibat. Dalam konteks hukum, sertifikasi tersebut menjadi dasar autentikasi digital yang sangat penting untuk mencegah penipuan dan pelanggaran hukum dalam transaksi produk digital. Peran *certification authorities* ini mendukung perlindungan hukum preventif (Dikdik et al., 2005).

Secara umum, transaksi elektronik, termasuk jual beli produk digital, pada dasarnya adalah perwujudan kontrak yang terjalin secara elektronik (*e-contract*). Kontrak ini mengatur hak dan kewajiban para pihak, mulai dari penawaran, persetujuan, hingga pelaksanaan kewajiban pembayaran dan penyerahan produk. Variasi kontrak yang kerap digunakan meliputi perjanjian pengembangan situs web, kontrak komunikasi digital seperti *chatting* atau *video conference*, kontrak pembayaran menggunakan kartu kredit, hingga komunikasi kontrak melalui email. Asas kebebasan berkontrak dan kesetaraan kedudukan para pihak idealnya menjadi pijakan dalam pembentukan kontrak, sesuai prinsip dalam hukum perdata, namun dalam praktik transaksi elektronik modern, hal ini sering kali tidak terjadi (Munir Fuady, 2001)

Meskipun perkembangan *e-commerce* dan transaksi produk digital berlangsung pesat, regulasi hukum yang mengatur khusus tentang *e-commerce* masih relatif belum memadai, sehingga sering kali menciptakan ketidakpastian hukum. Hal ini penting untuk dicermati dalam konteks perlindungan konsumen produk digital, karena produk tersebut memiliki karakteristik khusus yang berbeda dengan produk fisik, misalnya sifat intangible, lisensi digital, dan pembaruan produk secara berkala. Kondisi ini menunjukkan perlunya pengembangan regulasi yang responsif, mengakomodasi karakteristik unik produk digital, sejalan dengan kebutuhan perlindungan hukum eksternal dan internal (Nandang Sutrisno, 2001)

Keuntungan transaksi elektronik, khususnya produk digital, adalah kemampuan memperluas jangkauan pasar

baik secara nasional maupun internasional secara cepat dan efisien. Namun, keberhasilan tersebut menuntut adanya kepastian hukum yang mengikat para pihak dalam transaksi, agar hak dan kewajiban mereka terlindungi secara optimal. Perlindungan hukum preventif dan represif sangat dibutuhkan agar hak konsumen tidak terabaikan dan pelaku usaha bertanggung jawab secara hukum.

Dari hubungan hukum yang terbentuk, penting untuk menegaskan bahwa setiap pihak memiliki peranan dan tanggung jawab hukum yang berbeda sesuai fungsi mereka dalam ekosistem transaksi produk digital. *Merchant* harus memastikan produk digital yang dijual memenuhi standar yang dijanjikan, serta menyelesaikan setiap sengketa konsumen sesuai ketentuan hukum perlindungan konsumen dan kontrak elektronik. Konsumen memiliki hak yang harus dijaga, termasuk mendapatkan produk yang sesuai, keamanan data pribadi, dan perlindungan atas pembayaran elektronik yang mereka lakukan. Peran *acquirer* dan *issuer* sangat krusial dalam menjamin transaksi pembayaran berlangsung dengan aman dan sah secara hukum, sekaligus bertanggung jawab atas penyelesaian masalah yang timbul akibat transaksi yang gagal atau penipuan kartu kredit. *Certification authorities* juga memperkuat aspek keamanan dan keabsahan hukum transaksi digital melalui sertifikasi elektronik.

Dengan demikian, hubungan hukum antar pihak dalam transaksi produk digital merupakan satu kesatuan sistem yang saling bergantung. Ketidakjelasan satu aspek hukum pada salah satu pihak dapat berimplikasi pada kerentanan perlindungan konsumen maupun risiko hukum bagi pelaku usaha. Oleh karena itu, penguatan regulasi dan sinergi antar lembaga hukum menjadi sangat penting.

Dalam konteks transaksi produk digital melalui media elektronik, hubungan hukum antar para pihak sering kali ditentukan oleh mekanisme kontrak yang menjadi dasar hubungan tersebut. Secara tradisional, kontrak dibangun

atas asas kebebasan berkontrak, di mana kedua belah pihak memiliki kedudukan yang setara dan melakukan negosiasi untuk mencapai kesepakatan bersama. Namun, dalam praktik transaksi elektronik modern, terutama dalam jual beli produk digital, keseimbangan tersebut sering kali tidak terjadi. Seringkali kontrak terjadi melalui penerapan kontrak standar atau kontrak *adhesi*, di mana satu pihak, biasanya pelaku usaha atau *merchant*, telah menyiapkan syarat dan ketentuan baku yang harus diterima oleh konsumen tanpa ruang tawar menawar. Kondisi ini menimbulkan ketidakseimbangan posisi tawar yang dapat merugikan konsumen.

Beberapa faktor menyebabkan ketidakseimbangan dalam hubungan kontraktual antara konsumen dan pelaku usaha yaitu, pertama, minimnya kesempatan konsumen untuk melakukan negosiasi. Konsumen biasanya hanya diberikan formulir kontrak yang telah disiapkan sebelumnya tanpa mendapatkan ruang yang cukup untuk memahami atau menawar isi kontrak tersebut secara mendalam. Selain itu, dominasi pelaku usaha dalam penyusunan kontrak juga turut berperan. Pelaku usaha umumnya memiliki waktu dan sumber daya yang memadai, termasuk akses kepada ahli hukum, sehingga mampu merancang klausul-klausul kontrak yang menguntungkan pihak mereka. Di sisi lain, konsumen sering kali tidak familiar dengan isi kontrak yang kompleks dan sulit dipahami. Akibatnya, posisi tawar konsumen menjadi sangat tertekan karena mereka hanya dihadapkan pada pilihan "terima atau tinggalkan" (*take it or leave it*), sehingga tidak ada ruang bagi proses negosiasi yang sebenarnya (Arsyad Sanusi, 2001).

Dalam transaksi produk digital, *e-commerce* menghadirkan kelebihan berupa kemudahan akses informasi yang lebih lengkap dibanding perdagangan konvensional, tanpa harus mengunjungi tempat fisik. Namun, metode transaksi yang tidak mempertemukan langsung pelaku usaha dan konsumen juga menimbulkan tantangan, seperti

ketidakmampuan konsumen untuk memeriksa produk secara langsung dan potensi risiko keamanan transaksi elektronik. Permasalahan keamanan ini sangat krusial, karena kurangnya jaminan keamanan dapat mengikis kepercayaan konsumen terhadap transaksi digital. Tanpa kepastian keamanan dan perlindungan hukum yang memadai, pelaku usaha juga akan enggan menggunakan media elektronik sebagai saluran transaksi. Oleh karena itu, jaminan keamanan ini menjadi dasar penting dalam membangun kepercayaan dan mendukung pengembangan ekosistem transaksi produk digital.

Dari aspek hukum, penting untuk memperhatikan domisili pelaku usaha yang menyediakan produk digital, karena hal ini menentukan yurisdiksi hukum apabila terjadi sengketa. Di Indonesia, pengaturan mengenai perizinan, pendirian, dan pendaftaran usaha yang bertransaksi elektronik tidak berbeda dengan usaha pada umumnya, yakni tunduk pada hukum negara tempat perusahaan tersebut terdaftar.

Secara nasional, perlindungan konsumen diatur dalam UU PK, namun regulasi ini belum secara khusus mengatur transaksi produk digital atau *e-commerce*. Hal ini menimbulkan kebutuhan akan regulasi yang lebih spesifik mengantisipasi perkembangan teknologi informasi. Indonesia pun telah mengimplementasikan regulasi terkait perlindungan hak kekayaan intelektual dan konsumen, namun masih perlu memperkuat aspek hukum khusus yang mengatur transaksi produk digital secara lebih komprehensif (Wiradipradja & Budhijanto, 2002).

Hubungan hukum dalam transaksi produk digital melalui media elektronik sangat dipengaruhi oleh pola kontrak yang berlaku, yang sering kali bersifat kontrak *adhesi* dengan klausul baku yang tidak memberikan kebebasan negosiasi kepada konsumen. Ketimpangan posisi tawar ini dapat menimbulkan risiko pelanggaran hak konsumen, khususnya dalam hal ketidakjelasan klausul kontrak, ketidakmampuan

konsumen untuk memahami isi kontrak, serta ketidakpastian keamanan transaksi (Wiradipradja & Budhijanto, 2002).

Ketidakseimbangan ini menunjukkan perlunya perlindungan hukum yang lebih tegas untuk menjaga kepentingan konsumen, misalnya melalui pengaturan klausul yang adil dalam kontrak standar dan pemberian informasi yang transparan dan mudah dipahami. Selain itu, jaminan keamanan dan kepastian hukum atas lokasi domisili pelaku usaha menjadi fondasi penting untuk penyelesaian sengketa dan pelaksanaan hak-hak konsumen secara efektif.

Di Indonesia, hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha telah diatur secara jelas dalam UU PK. Pasal-pasal yang mengatur hak dan kewajiban konsumen terdapat dalam Pasal 4 dan Pasal 5, sedangkan hak dan kewajiban pelaku usaha diatur dalam Pasal 6 dan Pasal 7. Ketentuan tersebut menegaskan proporsi kedudukan dan tanggung jawab masing-masing pihak dalam suatu transaksi bisnis, termasuk transaksi produk digital melalui e-commerce.

Dalam transaksi elektronik, aspek perlindungan konsumen yang sangat relevan adalah larangan-larangan terhadap tindakan tertentu yang dilakukan oleh pelaku usaha, sebagaimana diatur dalam Pasal 8 hingga Pasal 17 UU PK. Ketentuan ini berlaku apabila terbukti bahwa barang atau jasa yang diperjualbelikan secara daring melanggar aturan tersebut, termasuk larangan iklan menyesatkan yang dapat mengecoh konsumen dengan menampilkan produk digital seolah-olah dalam kondisi prima padahal kenyataannya tidak demikian (Nasution, 2001).

Selain itu, tanggung jawab pelaku usaha (*merchant*) juga diatur secara rinci dalam Pasal 19 sampai Pasal 28 UU PK. Dalam hal produk digital yang dibeli oleh konsumen tidak sesuai dengan perjanjian atau mengalami kerugian akibat perbuatan pelaku usaha, maka pelaku usaha wajib menanggung konsekuensi hukum atas kerugian tersebut. Tanggung jawab ini juga mencakup pelaku usaha periklanan

serta importir atau penyedia jasa asing yang terlibat dalam transaksi digital.

Tujuan utama dari perlindungan konsumen sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 2 UU PK mencakup beberapa aspek penting. Pertama, perlindungan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, kemampuan, serta kemandirian konsumen dalam melindungi diri selama melakukan transaksi produk digital. Selanjutnya, upaya ini juga diarahkan untuk mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan mencegah dampak negatif yang mungkin timbul dari penggunaan barang dan jasa digital. Selain itu, perlindungan konsumen berfungsi memberdayakan konsumen agar dapat memilih, menentukan, serta menuntut haknya secara aktif. Pada tingkat sistemik, tujuan lainnya adalah mewujudkan sistem perlindungan konsumen yang menjamin kepastian hukum, keterbukaan informasi, dan akses yang mudah bagi konsumen. Di sisi lain, perlindungan ini juga mendorong kesadaran pelaku usaha agar menjalankan usahanya secara jujur dan bertanggung jawab. Terakhir, tujuan perlindungan konsumen mencakup peningkatan kualitas produk digital yang tidak hanya menjamin keberlangsungan usaha, tetapi juga kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Meskipun UU Perlindungan Konsumen telah menjadi dasar hukum yang kuat, kelemahan yang paling nyata masih terletak pada rendahnya tingkat kesadaran konsumen akan hak-haknya, yang banyak dipengaruhi oleh tingkat pendidikan dan pemahaman hukum konsumen. Oleh karena itu, edukasi konsumen menjadi faktor penting dalam efektivitas perlindungan hukum.

Selain UU PK, hukum pidana, khususnya ketentuan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana, juga dapat menjadi instrumen pelindung konsumen dalam kasus-kasus pelanggaran yang berat. Lebih jauh, penggunaan instrumen asuransi juga dapat dipertimbangkan sebagai mekanisme

perlindungan tambahan bagi konsumen dalam transaksi elektronik.

Dengan perkembangan pesat teknologi informasi dan transaksi produk digital, kebutuhan legislasi yang secara khusus mengatur transaksi elektronik dan perlindungan konsumen di dalamnya menjadi sangat mendesak. UU PK saat ini belum sepenuhnya mengakomodasi karakteristik unik dari transaksi *e-commerce*, terutama yang berkaitan dengan produk digital yang bersifat intangible dan kompleks.

Oleh karena itu, pengembangan *cyberlaw* yang mencakup regulasi mengenai *e-commerce* sangat diperlukan. Regulasi tersebut harus dapat memastikan hak konsumen sebagai pengguna teknologi elektronik terlindungi, memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha, serta menciptakan iklim bisnis digital yang sehat dan berkeadilan di Indonesia.

Pengaturan hukum perlindungan konsumen dalam transaksi produk digital melalui *e-commerce* memegang peranan sentral dalam menjaga keseimbangan hak dan kewajiban para pihak. Regulasi yang ada memberikan kerangka kerja hukum yang memungkinkan konsumen untuk mendapatkan perlindungan atas produk digital yang dibeli, terutama terkait kualitas produk, kejelasan informasi, dan tanggung jawab pelaku usaha apabila terjadi pelanggaran.

Namun, karakteristik khusus produk digital seperti keberadaan yang tidak berwujud (intangible), kemudahan penggandaan, dan kompleksitas lisensi digital, menuntut penguatan regulasi yang responsif dan adaptif. Kelemahan UU PK dalam mengakomodasi perkembangan teknologi ini membuka peluang risiko ketidakpastian hukum dan potensi penyalahgunaan dalam transaksi produk digital.

Oleh karena itu, penyusunan dan pengesahan peraturan hukum yang mengatur aspek teknis dan perlindungan khusus produk digital dalam *e-commerce* menjadi langkah penting untuk melindungi konsumen dan memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha. Sinergi antara

perlindungan hukum nasional, pemanfaatan hukum pidana, dan instrumen tambahan seperti asuransi, akan menciptakan sistem perlindungan konsumen yang komprehensif dan efektif dalam menghadapi tantangan transaksi elektronik modern.

Tanggung Jawab Pelaku Usaha apabila Terjadi Pelanggaran terhadap Hak Konsumen dalam Transaksi Produk Digital

Tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi produk digital melalui media elektronik masih menjadi isu yang kompleks dan belum diatur secara rinci dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia. Baik UU PK maupun ITE belum secara khusus mengatur tanggung jawab pelaku usaha dalam konteks jual beli produk digital melalui internet. Ketidakjelasan regulasi ini menjadi kendala bagi konsumen untuk menuntut pertanggungjawaban pelaku usaha apabila terjadi kerugian dalam arti luas, baik berupa kegagalan pemenuhan produk, penipuan, maupun pelanggaran hak konsumen lainnya. Fenomena tersebut tercermin dari banyaknya keluhan konsumen yang beredar di ranah publik, namun minim data resmi terkait penyelesaian kasus tersebut melalui lembaga perlindungan konsumen atau pengadilan. Hal ini menunjukkan adanya kekosongan hukum yang membuat penegakan hak konsumen dalam transaksi digital menjadi sulit.

Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menetapkan empat syarat yang harus dipenuhi agar suatu perjanjian dianggap sah, yaitu: pertama, adanya kesepakatan bersama antara pihak-pihak yang membuat perjanjian, yang berarti persetujuan tersebut harus dilakukan secara sadar tanpa adanya tekanan, kesalahan, atau penipuan; kedua, para pihak harus memiliki kecakapan hukum untuk melakukan tindakan hukum; ketiga, objek perjanjian harus jelas dan tertentu; serta keempat, adanya sebab yang sah atau legal. Syarat pertama dan kedua

termasuk syarat subjektif, dimana jika tidak terpenuhi, salah satu pihak berhak mengajukan pembatalan perjanjian yang telah dibuat. Sedangkan syarat ketiga dan keempat merupakan syarat objektif, yang jika tidak dipenuhi, maka perjanjian tersebut dianggap batal secara hukum (Subekti, 1989).

Dalam konteks ini, apabila terjadi wanprestasi yakni pelaku usaha gagal memenuhi kewajiban berdasarkan kontrak, pelaku usaha wajib mengganti kerugian sesuai dengan ketentuan kontraktual tersebut. Dalam praktiknya, terutama pada transaksi produk digital yang dilakukan secara daring, terdapat tantangan khusus pada tahap prakontraktual. Tanggung jawab prakontraktual meliputi kewajiban pelaku usaha untuk tidak menghentikan negosiasi secara tidak etis serta memberikan informasi yang lengkap, jelas, dan transparan mengenai produk digital, proses pemesanan, dan identitas pelaku usaha. Informasi ini sangat penting mengingat transaksi elektronik tidak mempertemukan secara fisik penjual dan pembeli sehingga validitas dan transparansi data menjadi tolok ukur utama dalam menentukan tanggung jawab hukum.

Pentingnya kewajiban pelaku usaha menyediakan informasi akurat dan jujur tentang produk digital. Apabila terjadi ketidaksesuaian data atau informasi yang menyesatkan konsumen, pelaku usaha harus memikul konsekuensi atas kerugian yang timbul. Hal ini memperkuat posisi tanggung jawab kontraktual dalam transaksi elektronik produk digital, yang sejalan dengan asas keadilan, manfaat, dan keseimbangan yang diatur dalam Pasal 2 UU PK.

Selain itu, tanggung jawab pelaku usaha juga dapat dilihat dari sisi pertanggungjawaban produk (*product liability*), di mana pelaku usaha harus menjamin bahwa produk digital yang dipasarkan memenuhi standar kualitas dan tidak menimbulkan kerugian bagi konsumen. Ketidakpatuhan terhadap standar ini dapat menyebabkan kerugian yang berimplikasi pada kewajiban hukum

memberikan kompensasi. Hal ini sesuai dengan prinsip perlindungan hukum preventif dan represif sebagaimana dikemukakan oleh Philipus M. Hadjon (1987), yang menekankan perlunya upaya untuk menjaga harkat, martabat, dan hak asasi manusia dengan menerapkan tindakan preventif dan penyelesaian sengketa yang adil.

Secara keseluruhan, meskipun terdapat kekurangan regulasi khusus, prinsip tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi produk digital harus diimplementasikan dengan memperhatikan aspek kontrak, transparansi informasi, dan kualitas produk. Regulasi lebih lanjut yang mengakomodasi karakteristik unik produk digital sangat diperlukan agar perlindungan terhadap konsumen dapat lebih efektif dan pelaku usaha dapat memahami batas tanggung jawab hukumnya dengan jelas.

Tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi produk digital merupakan fondasi utama untuk membangun kepercayaan konsumen dan kelangsungan ekosistem *e-commerce*. Ketidakjelasan regulasi dalam konteks produk digital menjadi tantangan besar yang dapat merugikan konsumen serta melemahkan perlindungan hukum yang seharusnya diberikan. Pertanggungjawaban kontraktual menjadi instrumen hukum yang paling relevan dan dapat segera diterapkan dalam kasus wanprestasi. Namun, keberhasilan penerapan tanggung jawab ini sangat bergantung pada transparansi dan kelengkapan informasi yang disediakan pelaku usaha sejak tahap prakontraktual. Dengan kata lain, praktik etika bisnis yang jujur dan informatif menjadi prasyarat mutlak agar kontrak dapat memenuhi syarat sah dan mengikat.

Lebih jauh, pertanggungjawaban produk juga menuntut adanya standar kualitas dan keamanan produk digital yang jelas dan terukur. Hal ini termasuk perlindungan terhadap risiko teknis seperti malware, pelanggaran lisensi, atau kegagalan fungsi produk digital yang dapat merugikan konsumen. Oleh sebab itu, penguatan regulasi yang

mengatur secara spesifik tentang tanggung jawab pelaku usaha dalam jual beli produk digital, termasuk aspek prakontraktual, kontraktual, dan produk, sangat penting untuk menjamin perlindungan konsumen yang optimal. Hal ini juga akan memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas bisnis digitalnya secara profesional dan bertanggung jawab.

Ketentuan dalam *Article 24 CISG* menegaskan bahwa suatu penawaran dianggap telah mencapai pihak penerima apabila penawaran tersebut telah disampaikan secara lisan atau dikirim ke alamat domisili usaha, alamat surat-menyurat, atau tempat tinggal penerima. Namun, jika penawaran tersebut ditarik kembali sebelum diterima secara efektif, maka penawaran itu menjadi tidak berlaku, meskipun sebelumnya diklaim tidak dapat ditarik kembali. Apabila penarikan penawaran terjadi bersamaan dengan diterimanya penawaran oleh pihak penerima, maka penawaran tersebut juga dianggap tidak berlaku. Oleh karena itu, penerima penawaran tidak dapat menerima suatu penawaran jika penawaran tersebut belum benar-benar diterima secara hukum, walaupun mengetahui bahwa penawaran telah dikirim (Larry, 2005).

Dalam konteks hukum perlindungan konsumen Indonesia, Pasal 19 hingga Pasal 28 UU PK mengatur tanggung jawab pelaku usaha, termasuk aspek pembuktian unsur kesalahan dalam tuntutan ganti rugi. Berdasarkan Pasal 28, beban pembuktian atas kesalahan berada pada pelaku usaha. Dengan kata lain, pelaku usaha harus membuktikan bahwa kerugian yang dialami konsumen bukan disebabkan oleh kesalahannya. Jika pelaku usaha gagal membuktikan hal tersebut, maka ia wajib bertanggung jawab untuk mengganti kerugian konsumen.

Ketentuan mengenai beban pembuktian dalam hukum acara perdata memegang peranan penting karena menentukan apakah suatu gugatan perdata dapat diterima atau tidak. Kesalahan dalam penentuan beban pembuktian

oleh hakim dapat menyebabkan pihak yang sebenarnya berhak memenangkan perkara justru kalah, hanya karena gagal membuktikan haknya. Prinsip dasar beban pembuktian dalam hukum acara perdata di Indonesia diatur dalam H.I.R/283 Rbg/1865 B.W., yang menyatakan bahwa setiap orang yang mengklaim memiliki hak atau mengajukan suatu fakta sebagai dasar haknya, maupun yang membantah hak pihak lain, wajib membuktikan keberadaan hak atau fakta tersebut (Ahmadi Miru, 2008).

Dalam transaksi jual beli produk digital melalui internet, pelaku usaha tetap dapat dimintai pertanggungjawaban, terutama apabila produk yang diperdagangkan mengalami cacat atau menimbulkan kerugian bagi konsumen. Namun, proses penegakan tanggung jawab tersebut kerap mengalami kendala yang cukup kompleks. Salah satu hambatan utama adalah jarak dan perbedaan lokasi antara pelaku usaha dan konsumen, yang menyulitkan penyelesaian sengketa secara langsung. Batas waktu ganti rugi yang relatif singkat juga membatasi hak konsumen untuk mengajukan klaim. Di samping itu, regulasi yang ada saat ini masih belum mengatur secara khusus mengenai tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi produk digital. Terakhir, rendahnya pengetahuan dan kesadaran konsumen terhadap hak-hak mereka serta mekanisme perlindungan hukum menjadi faktor penghambat lain dalam upaya penegakan perlindungan konsumen.

Efektivitas penegakan hukum tidak hanya bergantung pada isi undang-undang (faktor materi), tetapi juga pada budaya hukum (*culture*) dan lembaga penegak hukum serta prosesnya. Dalam hal ini, materi hukum seperti Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan UU PK belum mengakomodasi secara tegas tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi jual beli elektronik lintas batas negara. Demikian pula, UU ITE belum secara khusus mengatur jual beli produk digital. Faktor budaya masyarakat Indonesia yang masih minim pemahaman tentang hak dan kewajiban

konsumen serta tanggung jawab pelaku usaha turut memengaruhi rendahnya perlindungan konsumen di ranah transaksi elektronik. Selain itu, peran lembaga-lembaga pendukung seperti Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) dan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) juga belum optimal dalam mengadvokasi hak konsumen, sehingga perlindungan konsumen dalam transaksi produk digital masih menjadi tantangan besar.

Pengaturan tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi produk digital sangat dipengaruhi oleh aspek pembuktian kesalahan yang menjadi beban pelaku usaha, sesuai dengan Pasal 28 UU PK. Hal ini memberikan perlindungan hukum yang relatif kuat bagi konsumen, namun dalam praktiknya menghadapi berbagai hambatan, terutama dalam transaksi elektronik yang bersifat lintas batas dan sulitnya identifikasi pelaku usaha. Permasalahan utama yang muncul adalah kekurangan regulasi khusus yang dapat mengakomodasi dinamika transaksi produk digital serta rendahnya kesadaran konsumen akan haknya. Kondisi ini mengakibatkan perlindungan konsumen menjadi kurang efektif, bahkan dapat membuka peluang terjadinya pelanggaran hak yang tidak terselesaikan dengan baik.

Oleh karena itu, upaya penguatan regulasi yang mengatur tanggung jawab pelaku usaha dalam konteks transaksi produk digital secara eksplisit, peningkatan edukasi konsumen, serta penguatan lembaga perlindungan konsumen sangat penting dilakukan. Sinergi ketiga aspek ini akan memperkuat sistem perlindungan hukum konsumen dan memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha dalam menjalankan bisnis elektronik secara adil dan bertanggung jawab.

SIMPULAN

Dari pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa hubungan hukum dalam transaksi produk digital melalui media elektronik melibatkan berbagai

pihak dengan peranan dan tanggung jawab hukum yang berbeda-beda. Meskipun regulasi nasional telah mengatur hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha secara umum, pengaturan khusus mengenai transaksi produk digital dan tanggung jawab pelaku usaha dalam konteks *e-commerce* masih kurang memadai. Prinsip-prinsip pertanggungjawaban kontraktual dan produk menjadi landasan utama untuk menegakkan hak konsumen, namun tantangan seperti ketidakseimbangan posisi tawar serta rendahnya kesadaran konsumen menghambat efektivitas perlindungan hukum. Selain itu, aspek pembuktian kesalahan yang menjadi beban pelaku usaha memberikan perlindungan hukum yang kuat bagi konsumen, namun dalam praktiknya sering menemui berbagai kendala.

Untuk itu, perlu dilakukan penguatan regulasi yang secara eksplisit mengatur tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi produk digital, termasuk aspek prakontraktual, kontraktual, dan pertanggungjawaban produk. Peningkatan edukasi dan kesadaran konsumen tentang hak dan mekanisme perlindungan juga sangat penting agar mereka dapat aktif melindungi diri dalam transaksi elektronik. Selanjutnya, penguatan lembaga perlindungan konsumen yang efektif dan sinergis akan mendukung penegakan hukum yang lebih optimal. Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan tercipta ekosistem bisnis digital yang sehat, adil, dan memberikan kepastian hukum bagi semua pihak yang terlibat.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Halim Barkatullah. (2007). Urgensi perlindungan hak-hak konsumen dalam transaksi *e-commerce*. *Jurnal Hukum*, 14(2).

Ahmadi Miru. (2008). *Hukum perikatan (penjelasan pasal 1233 sampai 144 BW)*. Bandung: Rajawali Pers.

Andrias, M. Y., Gani, N., Upara, A. R., & Stofel, M. (2024). Hak milik intelektual dalam era globalisasi: Tantangan

hukum dan kebijakan di Indonesia. *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 4(4), 747–761.

Anny, S. S. A., & Sugiasuti, N. Y. (2024). Analisa teori hukum dan perkembangan ekonomi menurut Burg dalam UU HKI terhadap produk digital: Analysis of legal and economic.

Arief Mansyur, D. M., & Gultom, E. (2005). *Cyber law dan HAKI dalam sistem hukum Indonesia*. Jakarta: Refika Aditama.

Asshiddiqie, J., & Safa'at, M. A. (2006). *Teori Hans Kelsen tentang hukum*. Jakarta: Sekretariat Jenderal & Kepaniteraan Mahkamah Konstitusi RI.

Barkatullah, A. H. (2017). *Hukum transaksi elektronik di Indonesia*. Bandung: Nusa Media.

Colin, P. (2006). *Business English dictionary*. London: Linguaphone.

Desy Ary Setyawati. (2017). Perlindungan bagi hak konsumen dan tanggung jawab pelaku usaha dalam perjanjian transaksi elektronik. *Syiah Kuala Law Journal*, 1(3).

DiMatteo, L. A., et al. (2005). *International sales law: A critical analysis of CISG jurisprudence*. Cambridge: Cambridge University Press.

Garner, B. A. (2004). *Black's law dictionary (8th ed.)*. USA: Thomson West Publishing Co.

Hadjon, P. M. (1987). *Perlindungan hukum bagi rakyat Indonesia*. Surabaya: PT Bina Ilmu.

Hayati, A. N., & Ginting, A. R. (2021). Analisis mekanisme ganti rugi pengembalian dana dalam transaksi e-commerce ditinjau dari hukum perlindungan konsumen. *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum*, 15(3), 509–526.

Indriyani, A. D., Ihsan, B. F., LW, K. A., Marsetina, L. N., Apriliani, N. A., & Hasmiati, R. A. (2025). Analisis perkembangan regulasi e-commerce dalam hukum dagang di Indonesia: Perlindungan konsumen dan tantangan regulasi. *Jurnal Darma Agung*, 33(1), 60–65.

Isnaeni, M. (2016). *Pengantar hukum jaminan kebendaan*. Jakarta: Revka Petra Media.

Izazi, F. S., Sajena, P., Kirana, R. S., & Marsaulina, K. (2024). Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan melalui Sistem Elektronik. *Leuser: Jurnal Hukum Nusantara*, 1(2), 3026–3204.

Kansil, C. S. T. (1989). *Pengantar ilmu hukum dan tata hukum Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Malani, F., & Zuhrah, Z. (2025). Hak dan kewajiban pelaku usaha dalam ekonomi digital menurut hukum. *Jurnal Tana Mana*, 6(1).

Mansyur, D. M. A., & Gultom, E. (2005). *Cyber law dan HAKI dalam sistem hukum Indonesia*. Jakarta: Refika Aditama.

Munir Fuady. (2002). *Perbuatan melawan hukum: Pendekatan kontemporer*. Jakarta: PT Citra Aditya Bakti.

Munir Fuady. (2001). *Hukum kontrak: Dari sudut pandang hukum bisnis (Buku pertama)*. Jakarta: Citra Aditya Bakti.

Nandang Sutrisno. (2001). Cyberlaw: Problem dan prospek pengaturan aktifitas internet. *Jurnal Hukum Ius Quies Iustum*, 16(8), 10–29.

Nasution, A. (2001). Revolusi teknologi dalam transaksi bisnis melalui internet. *Jurnal Keadilan*, 1(3), 28.

Nasution, A. (2002). *Hukum perlindungan konsumen: Suatu pengantar*. Jakarta: Diadit Media.

Prayuti, Y. (2024). Dinamika perlindungan hukum konsumen di era digital: Analisis hukum terhadap praktik e-commerce dan perlindungan data konsumen di Indonesia. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 5(1), 903–913.

Putri, T. B., Dewi, S., & Priowirjanto, E. S. (2025). Aspek hukum praktik penghapusan akun pengguna sistem elektronik secara sepihak untuk memoderasi konten oleh marketplace menurut Peraturan Menteri Komunikasi dan

Informatika Nomor 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik lingkup privat. *Jurnal Hukum, Politik dan Ilmu Sosial*, 4(1), 10–27.

Sahib, N. S. M., Idayanti, S., & Rahayu, K. (2023). Problematika aturan Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) di Indonesia. *Pancasakti Law Journal (PLJ)*, 1(1), 61–74.

Satjipto Rahardjo. (2000). *Ilmu hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Shidarta. (2000). *Hukum perlindungan konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo.

Subekti. (1989). *Aneka perjanjian*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.

Susanto, H. (2008). *Hak-hak konsumen jika dirugikan*. Jakarta: VisiMedia.

Suteki. (2018). *Metodologi penelitian hukum (filsafat, teori dan praktik)*. Depok: Raja Grafindo Persada.

Widi Nugrahaningsih, et al. (2017). Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap bisnis online. *Jurnal Serambi Hukum*, 11(1).

Widyastuti, T. A. R., Judijanto, L., Rukmana, A. Y., Pramuditha, P., Harto, B., Kusumastuti, S. Y., ... & Nasution, U. B. (2024). *Produk digital: Revolusi produk digital & inovasi di era teknologi*. Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia.