



Paradikma Hukum Perlindungan Konsumen Di Era Ekonomi Digital Indonesia

Joni Laksito

Universitas STEKOM

Rengga Kusuma Putra

Universitas STEKOM

ABSTRACT. *Objective: to determine trends in consumer legal protection in the digital economy era from various industries in Indonesia based on article reviews. Method: secondary data in the form of articles that match the research objectives with a publication period of 2014-2023, obtained online from Emerald, Elsevier, and Google Scholar. The analysis was carried out using Systematic Literature Review (SLR), using the Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses (PRISMA) approach. Results: The data search obtained 341 articles, and those that met the inclusion criteria were 9 (nine) articles with publication years 2019-2023, in the fields of e-commerce, fintech, and online transportation. Article on cases of transactions via e-commerce and online transportation using UUTE No. 19 of 2016, and UUPK no. 8 of 1999. This regulation has not been able to meet increasingly dynamic market conditions and very sharp competition in the business world, so it has not been able to provide legal certainty to consumers. Problems in the fintech P2P lending sector use the legal basis of POJK No. 77 of 2016 concerning Information Technology-Based Money Lending Services. Regarding this regulation, it is still subjective, so it cannot provide protection to customers. In fact, there are still many illegal fintech loans found, thus outside the responsibility and authority of the OJK. Novelty: trends obtained from previous research regarding consumer legal protection. Future Research Agenda: conducting a study on the future of law in the digital economy era regarding obstacles in harmonizing various regulations.*

Keywords: *Article Review, Consumer Legal Protection, Digital Economy*

ABSTRAK. Tujuan: mengetahui kecenderungan perlindungan hukum konsumen di era ekonomi digital dari berbagai industri di Indonesia berdasarkan *review* artikel. **Metode:** data sekunder berupa artikel yang sesuai dengan tujuan penelitian dengan periode *publish* 2014-2023, diperoleh secara *online* dari *emerald, elsevier, dan google scholar*. Analisis dilakukan dengan *Systematic Literature Review (SLR)*, melalui pendekatan *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses (PRISMA)* **Hasil:** pencarian data diperoleh 341 artikel, dan yang memenuhi *inclusion criteria* ada 9 (sembilan) artikel dengan tahun *publish* 2019-2023, dibidang *e-commerce, fintech, dan transportasi online*. Artikel pada kasus transaksi melalui *e-commerce* dan transportasi *online* menggunakan UUTE No. 19 Tahun 2016, dan UUPK No. 8 Tahun 1999. Regulasi ini belum dapat memenuhi kondisi pasar yang semakin dinamis serta persaingan di dunia usaha yang sangat tajam, sehingga belum mampu memberikan kepastian hukum terhadap para konsumen. Permasalahan di bidang *fintech P2P lending*, menggunakan dasar hukum POJK No. 77 Tahun 2016 tentang Layanan Pinjaman Uang Berbasis Teknologi Informasi. Terkait dengan regulasi ini masih bersifat subyektif, sehingga belum bisa memberikan perlindungan kepada nasabah. Kenyataannya juga masih banyak ditemukan *fintech lending* ilegal, dengan demikian diluar tanggung jawab dan kewenangan OJK. **Novelty:** diperoleh kecenderungan hasil penelitian terdahulu mengenai perlindungan hukum konsumen. **Agenda Penelitian Mendatang:** melakukan kajian mengenai masa depan hukum di era ekonomi digital terkait hambatan-hambatan di dalam menselaraskan berbagai regulasi.

Kata Kunci : *Review Arikel, Perlindungan Hukum Konsumen, Ekonomi Digital*

PENDAHULUAN

Revolusi digital tengah membawa perubahan mulai dari perusahaan multinasional mulai dari diproduksi, cara memberikan layanan hingga distribusi di berbagai sektor. Dinyatakan oleh Menteri Koordinator bidang Perekonomian Airlangga Hartarto dalam pembukaan *Indonesia Economic Outlook Seminar 2024*, bahwa Indonesia tercatat sebagai negara dengan ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara, pada tahun 2023 hampir menembus angka US\$ 80 miliar atau setara dengan Rp. 1.232 triliun dengan demikian mengalami peningkatan US\$ 3 miliar dibandingkan tahun 2022, dan diprediksi pada tahun 2023 US\$ 130 miliar pada tahun 2025. Optimisme masih berlanjut, diprediksi perkembangan ekonomi digital Indonesia tahun 2025 mencapai Rp. 1.723 triliun, hingga tahun 2030 dapat mencapai US\$ 1 triliun. Mengingat terdapat >2.500 perusahaan *start up*, dan Indonesia berada pada posisi keenam jumlah terbanyak di dunia (Aprilianti dan Dina, 2021; Kamalina, 2023; Siswanto, 2023).

Kondisi tersebut merupakan akibat dari berkembangnya perdagangan *online* secara dramatis dalam dekade terakhir, sehingga mengubah perilaku konsumen dalam membeli barang. Ditambah dengan terjadinya pandemi covid-19 (tahun 2020–2021), semakin memperkuat fenomena baru yaitu konsumen berinteraksi melalui berbagai platform. Kondisi ini disatu sisi dapat menguntungkan konsumen, namun disisi lain juga bisa merugikan karena sering terjadi manipulasi (Kettemann et al., 2022). Hal ini akan menjadi masalah besar bagi produsen atau perusahaan, mengingat di dalam bisnis khususnya era digitalisasi, konsumen merupakan aset yang sangat fundamental karena sebagai salah satu alat pemasaran massal menjadi jaringan dinamis, pada akhirnya memberikan pengaruh utama (Wibowo.a., 2023).

Pada industri perbankan dan perusahaan yang bergerak di bidang keuangan berada pada garda terdepan untuk mempromosikan layanan dari konvensional menjadi versi digital, namun perusahaan lain juga sudah mulai melakukan adopsi (Aprilianti dan Dina, 2021). Contoh kegiatan ekonomi digital non perbankan atau perusahaan bidang keuangan yang sangat umum yaitu aktivitas transaksi jual beli melalui *e-commerce*. Konsumen cukup memanfaatkan ponsel atau komputer pribadi dengan bantuan jaringan internet untuk melakukan pencarian berbagai kebutuhan, hingga memutuskan melakukan pembelian. Pembayaranpun juga bisa dilakukan melalui layanan elektronik, selanjutnya pasar *online* akan secara otomatis akan menindaklanjuti kepada penyedia layanan logistik juga berbasis aplikasi, untuk mengambil sampai mengantar produk kepada para konsumen. Transaksi ini dengan demikian tanpa dilakukan secara fisik, dan bahkan hingga lintas negara (Rillo, 2018; Kulhmann et al., 2018). Pada satu sisi konsumen sangat dipermudah, namun disisi lain kenyataannya masih sangat

banyak jumlah pengaduan konsumen di dalam melakukan transaksi melalui digital. Misalnya saja sebagaimana yang dinyatakan oleh Ketua Pengurus Harian Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), bahwa selama kurun waktu 5 (lima) tahun terakhir pengaduan konsumen *e-commerce* menduduki posisi 3 (tiga) besar bahkan sempat pada posisi pertama. Aduan ini paling banyak adalah ketidak sesuaian barang, *refund*, pembatalan transaksi sepihak, dan pembayaran telah dilakukan namun barang pesanan tidak sampai kepada konsumen. Tercatat pula oleh Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) selama tahun 2017 sampai Februari 2023 sebanyak 1.136 kasus (Bestari, 2023).

Badan Riset dan Inovasi Manajemen (BRIN) mengungkapkan bahwa meskipun Indonesia merupakan pasar digital terbesar, namun disisi lain masih mempunyai berbagai *gap* untuk memaksimalkan potensi tersebut, sehingga diantaranya dibutuhkan berbagai regulasi yang dapat memberikan perlindungan hukum kepada konsumen (Hermawati, 2023; Zon, 2022). Dinyatakan pula oleh Direktur Ekonomi Digital Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), bahwa berbagai kebijakan dan regulasi yang mendukung merupakan prioritas tantangan pengembangan ekonomi digital di Indonesia (Adhiarna, 2022). Sehubungan dengan hal tersebut, Kementerian Investasi (2021) mengungkapkan bahwa masih banyak tantangan yang harus dihadapi di era ekonomi digital ini, diantaranya adalah berbagai regulasi yang belum semua relevan, diantaranya mengenai perlindungan hukum konsumen pengguna digitalisasi. Bahkan regulasi merupakan bagian sepuluh besar dari tantangan yang harus dihadapi saat ini (Wibowo.b., 2023).

Mengingat bahwa perlindungan hukum konsumen di era ekonomi digital ini mempunyai urgensi yang sangat tinggi, maka menarik minat para akademisi hukum untuk melakukan kajian mengenai hal tersebut. Hal ini tentu saja masing-masing melihat dari berbagai aspek hukum, industri, dan tujuan penelitian yang berbeda-beda, tentu memberikan kesimpulan yang beragam pula. Pada akhirnya menarik untuk melakukan *review* atas berbagai artikel terdahulu yang telah dipublish ke berbagai sumber bereputasi. Tujuan utamanya adalah mengetahui kecenderungan hasil penelitian terdahulu mengenai perlindungan hukum konsumen di era ekonomi digital dari berbagai industri di Indonesia. Manfaat yang ingin dicapai dari tujuan penelitian ini terutama memberikan kontribusi kepada pemerintah untuk menemukan metode penyusunan peraturan perundang-undangan menjadi sistem hukum yang saling terintegrasi sesuai dengan era ekonomi digital.

LITERATURE REVIEW

Ekonomi Digital

Istilah ekonomi digital pertama kali dikenalkan oleh Don Tapscott pada tahun 1995 melalui karyanya dengan judul : *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*. Dinyatakan bahwa ekonomi digital merupakan aktivitas ekonomi yang didasarkan pada pemanfaatan teknologi digital internet, oleh karenanya disebut pula dengan *internet economy*, *web economy*, *digital-based economy*, *new economy knowledge*, atau *new economy* (Hartono, 2016). Ekonomi digital dalam konteks bisnis menggunakan informasi digital, dan jaringan internet bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, perluasan jaringan pasar, dan penghematan biaya operasional. Selanjutnya dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi secara inklusif, misalnya dengan menggunakan layanan keuangan digital maka biaya transaksi menjadi lebih murah dan efisien dibandingkan dengan uang tunai, dan meningkatkan kepemilikan rekening bank bagi para masyarakat usia dewasa hingga 44,3% (Schueth & Simorangkir, 2018). Layanan keuangan digital juga menciptakan peluang bagi perempuan, yang secara tradisional memiliki akses yang tidak setara terhadap rekening bank dan saluran pembayaran digital, termasuk peluang untuk mengakses layanan seperti asuransi kesehatan (Women's World Banking, 2018).

Pada sektor bisnis, ketika teknologi digital diintegrasikan ke dalam operasional sehari-hari maka artinya sudah mengadopsi ekonomi digital. Upaya untuk memberikan fasilitas terhadap pertumbuhan ekonomi digital lebih lanjut, maka pemerintah harus bisa memberikan kepastian atas keamanan ekosistem digital kepada seluruh pengguna dan bisa menyiapkan lingkungan yang kondusif bagi inovasi, melalui regulasi-regulasi yang relevan. Harapannya dapat berjalan dengan efektif, sehingga dibutuhkan proses pengaturan regulasi bersama, yaitu suatu pendekatan peraturan yang memberikan penekanan pada pembagian tanggung jawab antara aktor negara dan non-negara (sektor swasta) di dalam pembuatan kebijakan dan penegakan hukum. Hal ini dengan demikian terfokus pada kolaborasi dalam pembuatan, adopsi, penegakan, evolusi kebijakan dan peraturan, karena bisa memberikan data yang dibutuhkan oleh negara, sarana mekanisme dialog, dan adaptasi solusi legislatif yang sesuai dengan kondisi eksisting yang sangat dinamis (Aprilianti dan Dina, 2021).

Perlindungan Hukum Konsumen di Era Ekonomi Digital

Perlindungan hukum konsumen secara khusus telah diatur ke dalam Undang-Undang RI No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya dalam konteks ini disingkat dengan UUPK. Pada regulasi tersebut menyatakan mengenai perlindungan konsumen

yaitu segenap upaya ditujukan untuk memberikan jaminan atas kepastian hukum atas perlindungan yang kepada para konsumen. Regulasi ini sendiri tidak memberikan batasan definisi mengenai konsumen, namun lebih siapapun yang memakai barang dan/atau jasa untuk berbagai kepentingan. Selanjutnya, upaya pemerintah untuk semakin menjamin perlindungan hukum di era digitalisasi ini kepada seluruh lapisan masyarakat, maka disyahkan Undang-Undang RI No. 19 tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang selanjutnya dalam konteks ini disebut dengan UU ITE. Pertimbangannya bahwa pemerintah memberikan jaminan atas keamanan dan ketertiban umum yang demokratis.

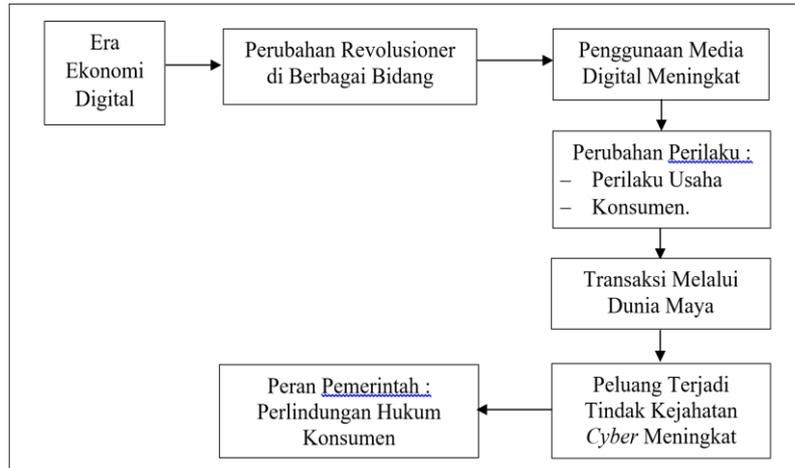
Teknologi digital secara nyata era sekarang ini sangat menarik membangun gagasan dasar mengenai hukum, misalnya mengenai kontrak konsumen (Bradley, 2019). Pemikiran yang mendasar mengenai hukum tersebut karena tidak semua konsumen berada pada situasi dan kondisi yang sama. Misalnya, bagi kelompok konsumen yang rawan (usia lanjut, pendidikan yang kurang, dan yang tidak mempunyai akses terhadap teknologi) akan membutuhkan perlindungan hukum yang lebih besar (Kettemann et al., 2022). Mengingat, hukum merupakan suatu sistem nilai yang mempunyai tanggung jawab di dalam memberikan kepastian hukum, perlindungan dan memajukan norma serta berbagai nilai budaya yang masyarakat demi meningkatkan kesejahteraan hukum. Undang-undang yang terdefinisi dengan baik suatu hal yang sangat penting untuk menanggulangi kemungkinan terjadinya berbagai konflik yang diakibatkan tidak adanya kepastian hukum (Wijatmoko et al., 2023). Diantaranya mengenai hukum kontrak konsumen, namun permasalahannya seringkali saling tumpang tindih (Aprilianti dan Dina, 2021).

KERANGKA KONSEPTUAL

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia saat ini membawa perubahan yang revolusioner diberbagai bidang maupun industri. Pengguna media digitalisasi melalui sarana jaringan internet tentu saja mengimbangi yaitu meningkat tajam. Sehubungan dengan bisnis, maka hal ini mengubah perilaku para pelaku usaha dan konsumen. Para pelaku usaha mulai dari kegiatan menawarkan produk (barang maupun jasa), pembayaran, pengiriman hingga penanganan *complain* semua dilakukan dengan sarana dunia maya. Hal ini sangat berpotensi digunakan untuk melakukan tindak kejahatan *cyber* oleh para pelaku usaha, yang dapat merugikan konsumen. Kondisi ini sudah seharusnya pemerintah turun tangan untuk dapat memberikan perlindungan hukum kepada konsumen dari seluruh lapisan masyarakat. Pemerintah membutuhkan berbagai informasi sebagai bahan masukan, salah satunya dapat

diperoleh dari berbagai hasil penelitian yang telah dilakukan oleh berbagai pihak, termasuk dari para akademisi.

Berdasarkan hal ini maka *review* atas berbagai artikel yang telah *publish* sangat berkontribusi untuk mengetahui kecenderungan hasil dari implementasi regulasi perlindungan hukum konsumen, sebagaimana yang nampak pada Gambar 1 berikut :



Gambar 1 : Kerangka Konseptual

METODOLOGI PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan desain kualitatif, yang bertujuan melakukan kajian atas suatu objek alamiah, dengan demikian sumber data utama adalah dari peneliti sendiri. Penentuan pokok kajian utama berawal dari hasil pengamatan peneliti atas suatu fenomena yang terjadi.

Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data hanya 1 (satu) jenis data yang digunakan yaitu data sekunder mengenai artikel hukum perlindungan konsumen di Indonesia pada era ekonomi digital, adapun sumber data dijelaskan pada Tabel 1.

Teknik Analisis

Analisis dilakukan dengan *Systematic Literature Review* (SLR) yang dimaksudkan untuk melakukan identifikasi, penilaian dan interpretasi atas berbagai temuan penelitian terdahulu, yang tentu saja ditujukan untuk menjawab berbagai pertanyaan penelitian. Pada analisis ini dilakukan mulai dengan memilih, mengidentifikasi dan menganalisis berbagai literatur yang relevan dengan topik utama penelitian, sehingga akan mendapatkan kesimpulan untuk melakukan pengembangan pengetahuan (Tranfield et al., 2003). Pendekatan SLR yang

digunakan untuk melakukan adopsi dari Page et al. (2021) dengan diagram *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses* (PRISMA), dengan tahapan sebagai berikut:

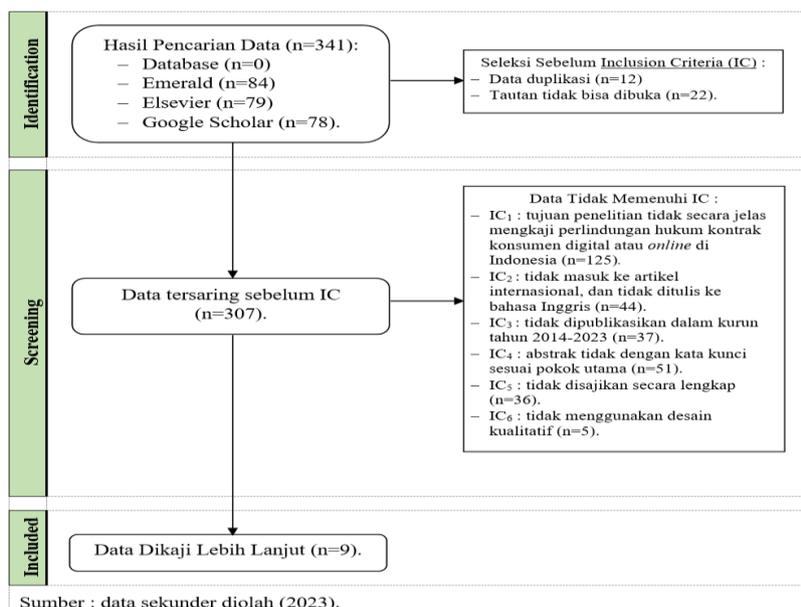
Tabel 1 : Tahap Pengumpulan Data Metode PRISMA

Tahap	Keterangan
Melakukan identifikasi kriteria kelayakan.	Dilakukan dengan <i>Inclusion Criteria (IC)</i> berikut : 1. IC ₁ : artikel yang menyajikan tujuan penelitian untuk mengkaji perlindungan hukum kontrak konsumen (barang dan/atau jasa) pengguna sarana digital atau <i>online</i> di Indonesia. 2. IC ₂ : masuk ke dalam kategori artikel internasional, dengan demikian ditulis ke dalam bahasa Inggris. 3. IC ₃ : dipublikasikan dalam kurun waktu 10 tahun terakhir (2014-2023). 4. IC ₄ : menyertakan abstrak dengan kata kunci sesuai pokok utama. 5. IC ₅ : disajikan secara lengkap. 6. IC ₆ : desain kualitatif.
Mendefisikan sumber data/ informasi	Data sekunder diperoleh secara <i>online</i> dari <i>emerald</i> , <i>elsevier</i> , dan <i>google scholar</i> .
Memilih literatur	1. Mengidentifikasi data dengan kata kunci dalam bahasa Inggris (<i>consumer contract law, legal protection for online consumers, consumer protection law, consumer law enforcement, barriers and challenges to consumer law enforcement</i>). 2. Menentukan artikel yang sesuai dengan IC pada objek di Indonesia. 3. Membaca secara detail artikel yang belum tereliminasi. 4. Menyaring artikel-artikel terpilih.
Pengumpulan data	Pengumpulan artikel dilakukan secara manual dengan membuat matrix yang akan dijadikan dasar menyaring inti dari artikel terpilih, berisi : nama dan tahun penelitian, tujuan, metode dan dasar hukum yang digunakan kesimpulan, dan rekomendasi.
Pemilihan item data	Terdapat 2 (dua) item data, yaitu : 1. Demografi artikel terpilih, berdasarkan tahun penelitian, jenis industri konsumen (barang dan/atau jasa), metode penelitian. 2. Data utama yaitu mengenai perlindungan hukum kotrak konsumen di era ekonomi digital.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Pencarian Data

Data yang dimaksud dalam kontek ini adalah berupa artikel-artikel yang relevan dengan tujuan utama penelitian yaitu mengkaji perlindungan hukum kotrak konsumen di era ekonomi digital yang ada di Indonesia berdasarkan artikel yang sudah *publish* internasional. Berdasarkan hasil pelacakan diperoleh total keseluruhan 341 artikel dari 3 (tiga) sumber utama, yaitu *emerald*, *elsevier*, dan *google scholar*. Berdasarkan metode PRISMA yang telah ditetapkan sebelumnya (Tabel 1) tersisa 9 (sembilan) artikel terpilih yang selanjutnya dijadikan acuan di dalam melakukan pembahasan, sebagaimana nampak pada *flowchart* berikut :



Gambar 2 : Flowchart PRISMA Penentuan Artikel Yang Relevan

Berdasarkan Gambar 2 nampak bahwa ada 9 (sembilan) artikel yang sesuai dengan tujuan penelitian ini yang mana pencarian ditargetkan tahun 2014 – 2023, namun yang masuk di dalam kajian adalah hanya tahun 2019 – 2023. Demografi data nampak bahwa artikel terbanyak tahun 2020 dan 2022 masing-masing sebanyak 3 (tiga), periode lainnya masing-masing hanya 1 (satu) artikel. Lingkup bidang industri beragam, mulai di platform *e-commerce* (Shopee, Bukalapak dan Instagram), *fintech* (*peer to peer lending*), hingga ojek/transportasi *online* (gojek), yang semuanya dikaji dengan ruang lingkup nasional atau Indonesia. Metode penelitian seluruh artikel terpilih menggunakan desain kualitatif pendekatan *literature review*, yuridis normatif dan studi kasus, serta fenomenologi.

Hasil Systematic Literature Review (SLR)

Berikut *review* atas 9 (sembilan) artikel yang terpilih atau sangat relevan dengan tujuan penelitian yaitu mengkaji beberapa hasil penelitian terdahulu mengenai perlindungan hukum kontrak konsumen di era ekonomi digital yang ada di Indonesia. Hasil *review* Disajikan dari urutan tahun terlama hingga terbaru, sebagaimana nampak pada tabel berikut :

Tabel 2 : Review Atas Artikel-Artikel Terpilih

No	Nama (Tahun)	Tujuan Penelitian	Metode & Dasar Hukum	Kesimpulan	Rekomendasi
1.	Hamzah et al. (2019)	Mengkaji penerapan hukum perlindungan konsumen <i>e-commerce</i> di Indonesia.	Metode : <i>Literature review</i> . Dasar hukum: UU ITE No. 19 Tahun 2016; dan UUPK No. 8 Tahun 1999.	<ul style="list-style-type: none"> – Hukum perlindungan konsumen <i>e-commerce</i> diatur secara khusus dalam UU ITE No. 19 Tahun 2016, dan UUPK No. 8 Tahun 1999. – Kenyataannya belum pernah ada regulasi yang secara khusus untuk menyesuaikan diri terkait dengan <i>fraud</i> dalam penimbangan dan pengukuran transaksi <i>e-commerce</i>. Hal ini menjadikan penyebab kesenjangan dan berujung pada timbulnya denda, serta menimbulkan ketidakpastian. 	Tidak memberikan rekomendasi.
2.	Rahim (2020)	Memberikan profil UUPK transaksi digital (<i>E-commerce Shopee</i>).	Metode : <i>Literature review</i> . Dasar hukum: UUPK No. 8 Tahun 1999; UU ITE No. 11 Tahun 2008.	<ul style="list-style-type: none"> – UUPK No. 8 Tahun 1999; UU ITE No. 11 Tahun 2008 nampak sudah jelas dan bisa dipahami perdagangan dan kepastian atas sistem elektronik (kepada pedagang, penyelenggara dan konsumen). – Terbukti adanya fasilitas tentang kerugian, pemblokiran konten yang membahayakan, pengembalian dana, pemantauan terhadap kemungkinan pedagang palsu, dan perlindungan data pribadi dan adanya kartu kredit konsumen. – Ganti rugi bisa berupa pengembalian uang, penggantian produk rusak. – Shopee memiliki batasan tanggung jawab. 	Tidak memberikan rekomendasi.
3.	Safitri & Izziyana (2020)	Mengkaji perlindungan hukum pengguna transaksi online di Indonesia.	Metode : <i>Literature review</i> . Dasar hukum: UUPK No. 8 Tahun 1999 dan UUIE No. 11 Tahun 2008.	UUPK No. 8 Tahun 1999 dan UUIE No. 11 Tahun 2008 dibutuhkan fungsi pengendalian dan evaluasi secara periodik, khususnya mengenai prinsip keadilan atas penyelesaian perselisihan (harus netral).	Perlu dilakukan sosialisasi kepada masyarakat luas.

No	Nama (Tahun)	Tujuan Penelitian	Metode & Dasar Hukum	Kesimpulan	Rekomendasi
4.	Hidayat et al. (2020)	Mengkaji perlindungan nasabah <i>fintech</i> .	Metode : Yuridis normatif dan tуди kasus. Dasar hukum: POJK No. 77 Tahun 2016 Tentang Layanan Pinjaman Uang Berbasis Teknologi Informasi.	Industri <i>fintech</i> muncul <i>Peer to Peer Lending</i> (PPL) merupakan kegiatan pinjam meminjam antar individu secara <i>online</i> (serupa <i>e-commerce</i>), sehingga belum memiliki persyaratan yang ditujukan untuk perlindungan kepada nasabah.	Tidak memberikan rekomendasi.
5.	Candrawati et al. (2021)	Mengetahui peranan hukum dan stratifikasi sosial untuk konsumen ojek <i>online</i> sehubungan dengan implementasi UU No 8 Tahun 1999	Metode : Yuridis normatif. Dasar hukum: UUPK No. 8 Tahun 1999.	<ul style="list-style-type: none"> – Peranan hukum dan stratifikasi sosial konsumen ojek online diatur dalam UUPK No. 8 Tahun 1999, dilihat dari tujuan bersama mengenai perlindungan keselamatan konsumen. – Stratifikasinya bahwa asas hukum diantaranya persamaan di depan hukum yang artinya bahwa kedudukan setiap individu di hadapan hukum adalah sama. – Permasalahannya, bahwa antara hukum dan realitas sosial terdapat kesenjangan atau disebut kesenjangan hukum. 	Peneliti selanjutnya dapat menambah sampel dan variabel.
6.	Cahyani et al. (2022)	Mengkaji dampak negatif dari <i>decoy effect</i> dan arti pentingnya perlindungan konsumen dengan literasi digital.	Metode : <i>Literature review</i> . Dasar hukum: UUPK No. 8 Tahun 1999.	<ul style="list-style-type: none"> – Responden lebih dominan terpengaruh oleh <i>decoy effect</i>, karena pertimbangan harga, ukuran, kualitas, dan kebutuhan. – UUPK harus segera sejalan dengan pasar saat ini, supaya terjadi keadilan antara produsen dan konsumen. 	<ul style="list-style-type: none"> – Memberi pemahaman masyarakat. – UUPK harus bisa memberikan kepastian hukum (fleksibel, rasional, dan berbasis literasi digital).
7.	Al-Mumtaza & Rustamaji (2022)	Mengetahui perlindungan hukum konsumen <i>e-commerce</i> (instagram).	Metode : Yuridis normatif mengacu pada norma hukum dan norma di masyarakat. Dasar hukum: UUPK No. 8 Tahun 1999.	<ul style="list-style-type: none"> – Pelaksanaan transaksi melalui <i>e-commerce</i> (instagram) dengan sistem pre-order dalam pelaksanaannya, konsumen belum mendapatkan perlindungan hukum atas hak-hak dari para pelaku usaha. 	Tidak memberikan rekomendasi.

No	Nama (Tahun)	Tujuan Penelitian	Metode & Dasar Hukum	Kesimpulan	Rekomendasi
				– Pada saat terjadi wanprestasi, maka konsumen tidak bisa menuntut pertanggung jawaban dari pelaku usaha.	
8.	Manullang et al. (2022)	Mengkaji tinjauan hukum perlindungan konsumen di era perdagangan berbasis internet.	Metode : Fenomenologi. Dasar hukum: UUPK No. 8 Tahun 1999.	– Hukum perlindungan konsumen <i>e-commerce</i> diatur secara khusus dalam UUPK No. 8 Tahun 1999. – Kenyataannya belum pernah ada regulasi yang secara khusus untuk menyesuaikan diri terkait dengan <i>fraud</i> dalam penimbangan dan pengukuran transaksi <i>e-commerce</i> . Hal ini menjadikan penyebab kesenjangan dan berujung pada timbulnya denda, serta menimbulkan ketidakpastian.	Tidak memberikan rekomendasi.
9.	Purnomo et al. (2023)	Melakukan analisis terkait dengan perlindungan korban atas terjadinya penipuan <i>online</i> .	Metode: <i>Literature review</i> . Dasar hukum: UUPK No. 8 Tahun 1999.	– UUPK No. 8 Tahun 1999 nampak sudah jelas dan bisa dipahami perdagangan dan kepastian atas sistem elektronik (kepada pedagang, penyelenggara dan konsumen). – Terbukti adanya fasilitas tentang kerugian, pemblokiran konten yang membahayakan, pengembalian dana, pemantauan terhadap kemungkinan pedagang palsu, dan perlindungan data pribadi dan adanya kartu kredit konsumen. – Ganti rugi bisa berupa pengembalian uang, penggantian produk rusak. – Shopee memiliki batasan tanggung jawab.	Dilakukan penelitian hukum lanjutan yang memberikan penekanan pada prosedur penelitian ilmiah untuk mencari kebenaran berdasarkan logika ilmiah hukum dari perspektif normatif.

Sumber : data sekunder diolah (2023).

Berdasarkan Tabel 2 selanjutnya dibuat kategori berdasarkan kelompok subjek atau konsumen di dalam melakukan transaksi, yang dijadikan dasar untuk merumuskan hasil penelitian di kelompok bidang yang berbeda-beda. Bidang yang dikaji terkait transaksi melalui *E-commerce*, *fintech*, dan ojek *online*. Hasil secara keseluruhan dapat ditarik pola bahwa UU

Perlindungan Konsumen berserta turunannya khususnya di era digital ini belum dapat diimplementasikan secara efektif, sebagaimana yang nampak pada tabel berikut :

Tabel 3 : Klasifikasi Hasil *review* Artikel Terpilih

Peneliti (Tahun)	Jenis Transaksi Konsumen	Dasar Hukum	Pola Hasil <i>Review</i>
Hamzah et al. (2019); Rahim (2020); Safitri & Izziyana (2020); Cahyani et al. (2022); Al-Mumtaza & Rustamaji (2022); Manullang et al. (2022); Purnomo et al. (2023).	<i>E-commerce / online.</i>	UU ITE No. 19 Tahun 2016; UUPK No. 8 Tahun 1999.	Regulasi tentang perlindungan konsumen di era ekonomi digital khususnya transaksi melalui platform <i>e-commerce</i> pada kenyataannya belum mampu memberikan kepastian hukum dan belum sejalan dengan kondisi pasar saat ini. Kenyataannya pelaku usaha melalui <i>e-commerce</i> memiliki batasan yang ketat mengenai tanggung jawab. Dibutuhkan pengendalian dan evaluasi, khususnya terkait prinsip keadilan.
Hidayat et al. (2020)	<i>Fintech.</i>	POJK No. 77 Tahun 2016 tentang Layanan Pinjaman Uang Berbasis Teknologi Informasi.	Regulasi <i>fintech</i> belum mempunyai persyaratan yang spesifik untuk memberikan perlindungan kepada nasabah.
Candrawati et al. (2021)	Ojek <i>online.</i>	UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.	Masih terjadi kesenjangan antara hukum perlindungan konsumen terkait dengan keselamatan pengguna ojek <i>online.</i>

Sumber : data sekunder diolah (2023).

Tabel 3 setidaknya dari hasil *review* artikel terpilih memberi gambaran mengenai perlindungan hukum konsumen dari 3 (tiga) aspek bidang transaksi dengan menggunakan digitalisasi. Aspek pertama, mengenai perlindungan hukum konsumen yang melakukan transaksi *online* di *marketplace*; kedua terkait nasabah melalui *fintech*, dan ketiga pengguna ojek *online*. Selanjutnya, masing-masing dilakukan pembahasan sesuai dari aspek hukum yang digunakan untuk dasar penelitian dari masing-masing artikel di atas, dan akan diperkuat dari sumber lain yang analog dengan 9 artikel terpilih.

Pembahasan

Perlindungan Hukum Konsumen *Online* Melalui *Marketplace*

Sehubungan dengan perlindungan konsumen sesungguhnya telah diatur secara khusus pada UUPK RI No. 8 Tahun 1999. Regulasi tersebut tidak memberikan batasan definisi konsumen, sehingga bisa ditujukan pada seluruh konsumen yang melakukan transaksi baik berupa barang maupun jasa. Regulasi ini mengungkapkan bahwa perlindungan konsumen harus mendasarkan pada berbagai asas, diatur di dalam Pasal 1 diantaranya manfaat, keadilan

dan keamanan. Berdasarkan hasil *review* dari artikel-artikel terdahulu, dapat dirumuskan kesimpulan bahwa transaksi di era digitalisasi pada berbagai platform *e-commerce*, kenyataannya belum memenuhi asas keadilan maupun keamanan. Hasil ini dengan demikian konsumen belum mendapatkan kepastian hukum sebagaimana yang telah diatur ke dalam regulasi tersebut. Dilihat dari aspek berbagai aplikasi yang disediakan oleh platform *e-commerce* untuk memberikan asas keamanan diantaranya telah disediakan *tool* pengembalian dana dan pemantauan terhadap kemungkinan pedagang palsu (Rahim, 2020). Disisi lain, pada kenyataannya pelaku usaha memiliki batasan yang ketat mengenai tanggung jawab, pada saat terjadi wanprestasi maka konsumen tidak bisa menuntut pertanggung jawaban dari pelaku usaha dengan mudah (Al-Mumtaza & Rustamaji, 2022). Pada kondisi seperti ini, maka dibutuhkan fungsi pengendalian dan evaluasi secara periodik, khususnya mengenai prinsip keadilan atas penyelesaian perselisihan dan harus netral. Argumennya karena di dalam perjanjian jual beli harus ada kesanggupan untuk melaksanakan kegiatan hukum, hal ini dimaksudkan untuk menanggulangi terjadinya berbagai kasus (Safitri & Izziyana, 2020).

Contoh kasus, sehubungan dengan cara promosi yang dilakukan oleh para pelaku usaha di platform *e-commerce* diantaranya sistem *decoy effect*, yang pada akhirnya menjadi konsumen terpengaruh karena terutama pertimbangan harga, seringkali mengabaikan keamanan baik dari aspek barang, pengiriman maupun pedagang tersebut riil atau fiktif, tanpa disadari dapat merugikan konsumen. Sehubungan ini, maka UUPK harus segera mampu mengimbangi kondisi dan kebutuhan pasar saat ini, supaya terjadi keadilan (Cahyani et al., 2022), dengan demikian Pasal 1 pada regulasi tersebut dapat terealisasi. Pada saat platform mengadakan promosi, maka banyak produk yang diberikan diskon atau *flash sale*, sehingga banyak *e-commerce* yang dilibatkan dalam program tersebut, salah satunya *marketplace* Bukalapak. Berhubung berbagai produk memberikan diskon yang sangat tinggi maka konsumen berlomba-lomba untuk memperoleh barang dengan harga yang murah. Kasus ini seakan-akan menguntungkan konsumen, namun sesungguhnya banyak konsumen yang membeli produk bukan yang sesungguhnya dibutuhkan. Permasalahan lain juga, konsumen sudah tidak memperhatikan tanggal *expired*, *size*, kualitas, dan sebagainya, hal ini sesungguhnya merugikan konsumen.

Kasus di atas menunjukkan bahwa, keputusan yang diambil konsumen sudah tidak rasional namun justru emosional, sehingga penuh dengan ketidakpastian (Awati & Nikolova, 2022; Mahmoud et al.; 2020; Shan, 2022), konsumen semestinya menghindari faktor emosional (Zilincik, 2022). Keputusan tidak rasional tersebut diintervensi oleh faktor emosional (Amin, 2018), hal ini juga didorong oleh adanya digitalisasi (Monteiro, 2016;

Febyana & Surbakti, 2019), sehingga sering kali terjebak dalam *decoy effect*. Permasalahan lain, bahwa hal ini justru ada campur tangan dari pihak manajemen dari lapak di *e-commerce*. Berdasarkan hasil audit internal *marketplace* Bukalapak, dinyatakan oleh CEO bahwa ada tim anggota yang melakukan tindak kejahatan terhadap 49 produk yang dijual pada acara promosi dengan cara *flash sale* tersebut dan dilakukan rutin selama ini (Hamzah et al., 2019).

Kasus lain terjadi pada *marketplace* Shopee, sehubungan dengan perlindungan hukum kepada para konsumennya sangat tergantung pada permasalahan atau kerugian yang sering dialami, diantaranya : 1). Terjadi ketidak sesuaian antara barang pesanan dengan yang diterima; 2). Terjadi pembatalan permintaan sepihak dari Shopee dengan berbagai alasan, namun disisi lain konsumen telah menyelesaikan pembayaran; 3). Ketika konsumen mengadukan masalah pengiriman yang tidak tepat waktu, dan retur barang, maka pihak Shopee akan memberikan tanggapan namun berbelit-belit tidak kunjung ada tanda-tanda penyelesaian, bahkan sebaliknya sama sekali tidak mendapat tanggapan. Pada kasus ini dengan demikian konsumen belum memperoleh perlindungan hukum sebagaimana yang telah diatur dalam UUPK (Rahim, 2020, Cahyani et al., 2022).

Hamzah et al. (2019) sehubungan dengan perlindungan konsumen di era digitalisasi ini juga melihat dari sudut pandang UU ITE No. 11 Tahun 2008, ada beberapa Pasal yang dapat menutupi kelemahan di UUPK. Pasal 9, secara garis besar menyatakan bahwa para pelaku usaha yang menjalankan usahanya melalui sistem elektronik maka harus bisa memberikan informasi secara lengkap dan benar mengenai syarat perjanjian jual beli dan terkait dengan produk yang ditawarkan. Selanjutnya, Pasal 10 yang mana para pelaku usaha sudah harus memenuhi persyaratan sertifikasi keandalan. Dipertegas dengan Pasal 2 dan 18, yaitu kekuatan hukum yang memberikan jalan keluar terhadap permasalahan hukum dan pilihan forum terkait pengadilan sehubungan dengan transaksi elektronik tersebut melibatkan pihak yang berada di luar negeri. Ditegaskan pula dalam Pasal 17 mengenai ketika para pihak dalam melakukan transaksi elektronik, suatu kewajiban beritikad baik dalam menjalankan interaksi, bertukar informasi maupun dokumen elektronik.

Sementara, di era ekonomi digital ini transaksi *online* tidak dapat dihentikan karena setiap waktu selalu ada tawaran baru yang dilakukan melalui di internet, sehingga perlindungan hukum dan kepastian hukum saja bagi para pengguna internet belum dirasa cukup, maka sudah saatnya harus ada berbagai upaya supaya dapat tercapai mencapai keseimbangan hukum saat ini. Pemerintah telah melahirkan UU ITE, namun juga masih banyak kelemahan untuk mengakomodir kepastian dan/atau perlindungan hukum dalam transaksi *e-commerce*. Perlindungan hukum tersebut sebetulnya secara jelas dinyatakan Pasal 38 dan 39 UU ITE No.

11 Tahun 2008, dan Pasal 23 UUPK No. 8 Tahun 1999. Misalnya, jika terjadi wanprestasi dapat melakukan pengajuan gugatan, namun kenyataannya pelaku usaha tidak dapat menyelesaikan tanggung jawabnya dengan alasan tidak mempunyai kemampuan. Lahirnya regulasi tersebut, sebetulnya sekurang-kurangnya sudah bisa menunjukkan adanya keseriusan dari pemerintah Indonesia untuk memberikan kepastian dan perlindungan hukum kepada seluruh lapisan masyarakat atas perselisihan yang terjadi melalui teknologi informasi. Permasalahan lain juga, seluruh lapisan masyarakat belum banyak yang memahami mengenai hal ini sehingga dibutuhkan sosialisasi secara menyeluruh (Safitri & Izziyana, 2020).

Pada prinsipnya, berbagai barang/jasa yang diperjual belikan melalui *e-commerce* untuk seluruh *marketplace* kriterianya sudah diatur oleh pemerintah, misalnya tertuang dalam Peraturan Pemerintah No. 2 Tahun 2000 tentang Standarisasi Nasional, dan Peraturan Menteri Perindustrian No. 29 Tahun 2017 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penghitungannya. Permasalahannya peraturan tersebut belum secara terinci, sehingga tidak mampu mengimbangi transaksi ini di Indonesia dengan berbagai usia, jenis kelamin, status sosial, lokasi geografis, dan sebagainya meningkat tajam. Salah satu *marketplace* yang paling banyak peminatnya di Indonesia adalah Instagram. Disisi lain instagram juga mempunyai beberapa kelemahan. Misalnya, belum ada lembaga yang memberikan jaminan atas keabsahannya, dan banyak konsumen yang tidak tervisualisasikan dengan jelas, pelaku usaha tidak bertanggung jawab, pelaku usaha dengan cepat untuk menghilangkan bukti transaksi, dan pelaku usaha seringkali tidak memenuhi kewajibannya untuk memenuhi para konsumen. Permasalahan yang terjadi tersebut jika terjadi wanprestasi, maka akan melemahkan posisi konsumen (Al-Mumtaza & Rustamaji, 2022; Purnomo et al., 2023).). Sehubungan dengan kasus tersebut dapat dikaji dari UU ITE, Pasal 21 ayat (2) huruf “a”, yang mana pada intinya jika perbuatan wanprestasi dilakukan sendiri, maka seluruh akibat hukum yang timbul dalam transaksi elektronik menjadi tanggung jawab pihak yang melakukan transaksi. Terkait dengan transaksi *e-commerce*, maka pihak yang bertanggung jawab yaitu yang melakukan wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha. Berdasarkan kasus-kasus yang terjadi di atas yang menunjukkan bahwa UUPK No 8 Tahun 1999 belum mampu mengakomodir perlindungan terhadap konsumen, maka pada penelitian ini memberikan pandangan dari beberapa Pasal yang ada di dalam UUPK tersebut.

Pertama, merujuk pada Pasal 4 yang dapat ditarik benang merahnya yaitu mengenai hak konsumen untuk mendapatkan pelayanan yang optimal. Hak tersebut diantaranya mengenai berbagai informasi yang mengandung unsur keakurasian, transparansi, dapat dipercaya mengenai kebenaran tentang persyaratan dan jaminan atas barang dan/atau jasa. Lebih lanjut

pada ayat (1), dinyatakan bahwa konsumen juga mempunyai hak mendengarkan komentar dan/atau kekhawatirannya mengenai produk dan/atau layanan yang dipilih. Ayat (2), konsumen juga mempunyai hak untuk memperoleh advokasi, perlindungan, dan upaya yang tepat untuk menyelesaikan jika terjadi sengketa. Bahkan konsumen juga mempunyai hak untuk mendapatkan pendidikan dan bimbingan konsumen, dinyatakan dalam ayat (3). Lebih lanjut ayat (4) memberikan perlindungan atas hak untuk pelayanan yang adil dan tanpa adanya diskriminasi.

Kedua, merujuk pada Pasal 19 dalam UUPK yaitu terkait dengan hak konsumen atas ganti rugi. Ayat (1), yang pada intinya menyatakan bahwa pelaku usaha mempunyai tanggung jawab mengganti kerugian yang dialami oleh konsumen yang diakibatkan oleh para produsen. Lebih lanjut pada ayat (2) yang secara garis besar bahwa ganti rugi tersebut bisa berupa uang atau produk dan/atau jasa dengan nilai yang sama/setara, bentuk lain yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Pengganti tersebut dalam ayat (3) disebutkan dalam kurun waktu tujuh hari setelah tanggal transaksi dilakukan. Pada ayat (4) mengungkapkan bahwa pemberian ganti rugi sebagaimana dinyatakan pada ayat (1) dan (2) bukan tidak mungkin dilakukannya perkara pidana dan disertai dengan bukti tambahan. Diberikan catatan khusus sesuai ayat (5), bahwa ketentuan pada ayat (1) dan (2) tidak dapat berlaku jika para pelaku usaha bisa membuktikan bahwa kesalahan yang terjadi dikarenakan oleh pelanggan sendiri.

Ketiga, dapat dilihat dari sudut pandang Pasal 4 pada UUPK, yaitu mengenai hak konsumen untuk mengadukan jika terjadi masalah. Sehubungan dengan pasal ini, termasuk referensi atas dukungan yang tersedia, kejelasan, dan upaya untuk mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara tepat. Bagi konsumen yang yakin bahwa haknya telah dilanggar, maka mempunyai hak untuk mengajukan keluhan kepada organisasi yang berwenang. Yaitu pada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen atau kepada badan Perlindungan Konsumen Non-Pemerintah. Konsumen juga bisa mencari alternatif lain mengajukan aduan kepada Yayasan Konsumen Indonesia.

Perlindungan Hukum Nasabah *Fintech P2P Lending*

Financial technology (fintech) merupakan bagian industri keuangan yang pada saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat di Indonesia akibat dukungan dari teknologi. Pada akhir tahun 2019, OJK dan otoritas keuangan mencatat sebanyak 164 perusahaan *fintech Peer to Peer (P2P) lending* yang secara legal terdaftar. Disisi lain, sejak awal tahun 2018, Satgas Waspada Investasi (SWI) dan Kementerian Komunikasi dan Informatika ditemukan 1.350

platform fintech ilegal dan dilakukan pemblokiran. Praktik *fintech lending* ilegal, dengan demikian diluar tanggung jawab dan kewenangan OJK, termasuk perlindungan terhadap nasabah. Sehubungan ini terdapat beberapa permasalahan yang sering dijadikan pokok permasalahan. Yaitu kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang P2P *lending*, terkait data pribadi (kebocoran, pembatasan akses, perlindungan, penipuan), ilegal *fintech lending*, dan kode etik etika marketing (Suryono, 2021). Sehubungan ini beberapa peneliti memberikan rekomendasi untuk segera membangun sistem terkait dengan analisis media sosial bahkan mengenai berita *online*, sebagai upaya untuk melakukan identifikasi atas isu-isu yang beredar, dan *trend* terbaru mengenai praktik *fintech* (Suryono et al., 2021; Pohan et al., 2019; Pengnate dan Riggins, 2020).

Upaya untuk memberikan pemahaman yang baik kepada masyarakat juga dibutuhkan literasi digital untuk pengendalian diri dalam transaksi *online* (Baber dkk., 2022; Peng & Yu, 2022). Literasi digital ini juga harus diimbangi dengan adanya perlindungan hukum untuk semakin memperkuat adanya upaya diantaranya memberikan keamanan, serta kepastian hukum yang dapat diterima oleh konsumen (Arif & Djajaputera, 2022). Sehubungan dengan transaksi *fintech* di Indonesia telah diatur oleh POJK No. 77 Tahun 2016 tentang Layanan Pinjaman Uang Berbasis Teknologi Informasi (Hidayat et al., 2020). POJK tersebut dimaksudkan untuk memberikan keamanan bagi para nasabah dalam proses peminjaman yang berbasis teknologi, akan tetapi sifatnya subyektif terhadap urgensi yang berdampak pada ketidak merataan aturan pada setiap aspek *peer to peer lending*. Misalnya terkait dengan bunga pinjaman kepada peminjam sebagaimana yang tertuang di Pasal 17 yang pada intinya bahwa pemberi pinjaman harus mempertimbangkan kewajaran. Fakta empiris menunjukkan bahwasanya POJK tersebut hanya mengatur mengenai proses dan pedoman pendaftaran serta perizinan yang bersifat umum saja (Arif & Djajaputera, 2022).

Hasil kajian dari POJK No. 77 Tahun 2016 jika dibandingkan dengan POJK No. 1 Tahun 2013 tentang Perlindungan Sektor Jasa Keuangan, bahwa POJK terbaru tersebut hanya memuat sedikit aturan sebelumnya sehubungan dengan penyelenggara atau penyedia jasa. Pertama, penyelenggara menyediakan dan/atau memberika informasi terbaru dengan akurat, jujur, jelas dan tidak menyesatkan. Kedua, juga sifatnya wajib d dalam menggunakan kosa kata, frasa, dan/atau kalimat sederhana ke dalam bahasa Indonesia yang mudah dibaca dan dimengerti oleh pengguna di berbagai dokumen elektronik. Ketiga, wajib memiliki standar operasional terkait dengan pelayanan. Sementara terkait dengan larangan bagi penyelenggara yang ada di dalam POJK No. 77 Tahun 2016, hanya ditetapkan pembayaran administrasi hal ini dinilai terlalu ringan dan tidak menimbulkan efek jera. Selanjutnya, dilihat dari perpektif

norma UU No. 11 Tahun 2008 tentang ITE, juga masih banyak terjadi kesenjangan, nampak dari banyaknya kasus pelanggaran kode etik dan hukum dari perusahaan *fintech lending*, dengan demikian masih terjadi banyak kekosongan hukum (Prastyanti & Budiyo, 2023).

Perlindungan Hukum Konsumen Aplikasi Ojek Online

Berdasarkan UUPK RI No. 8 Tahun 1999, bahwa sehubungan dengan perlindungan terhadap konsumen menganut asas keselamatan dan kepastian hukum. Peranan hukum dan stratifikasi sosial konsumen ojek *online* terkait dengan regulasi tersebut terletak pada prinsip bahwa asas hukum mengandung persamaan di depan hukum. Artinya bahwa kedudukan setiap individu di hadapan hukum adalah sama. Permasalahannya, bahwa antara hukum dan realitas sosial terdapat kesenjangan atau disebut kesenjangan hukum (Candrawati et al., 2021). Menurut Pasal 1 ayat (2) yang dimaksud dengan konsumen adalah setiap individu yang menggunakan barang dan/atau jasa yang ada di tengah masyarakat untuk berbagai kepentingan, selanjutnya, pengemudi transportasi *online* dapat disebut sebagai pelaku usaha, dinyatakan lebih lanjut di dalam dalam ayat (3).

Pada kondisi apabila terjadi perselisihan atau permasalahan antara para pihak maka dalam perjanjian transportasi adalah hanya penumpang dan pengemudi ojek *online*. Perusahaan transportasi *online* tidak termasuk sebagai pihak yang bersengketa, karena hanya sebagai penyedia jasa aplikasi atau mediator, bukan sebagai pihak penyedia jasa. Permasalahan tersebut, pihak penumpang dapat melakukan pengaduan melalui Shelter, permasalahannya masih banyak penumpang yang belum mengetahui akan hal tersebut. Pada prinsipnya, jika terjadi permasalahan penumpang bisa melakukan pengaduan kepada pihak perusahaan, diantaranya dengan memberikan rating dan komentar pada *tool* yang telah disediakan pada aplikasi, atau juga bisa melalui *email* perusahaan. Tindak lanjut yang diberikan oleh perusahaan, yaitu dengan memberikan sanksi berupa skorsing akun pengemudi dibekukan atau tidak menerima pesanan hingga pemutusan hubungan kerja tergantung dari tingkat kasusnya (Ratnawati & Budhianti, 2022).

Permasalahan yang sering terjadi nomor kendaraan yang ada di aplikasi berbeda dengan kenyataan saat penjemputan, banyak pengemudi yang tidak mengenakan atribut perusahaan sehingga seringkali menjadikan penumpang ragu. Permasalahan lain juga terjadi yang dapat merugikan konsumen yaitu mengenai keamanan barang yang akan dikirim melalui *tool GoSend*. Ditemui pula, ketika pengemudi mendapatkan penilaian yang relatif rendah dan kritikan, maka akan membalas melalui pesan singkat dengan kosa kata yang kurang etis (Selfira & Neltje,

2021). Polemik tersebut dengan demikian tidak memenuhi Pasal 4 huruf “d” dalam UUPK, yang mana konsumen mempunyai hak keluhannya untuk didengarkan.

Polemik yang terjadi juga karena pengemudi yang dinilai kurang hati-hati, kedatangan terlambat terlalu lama, melanggar rambu-rambu lalu lintas, sehingga bisa menjadikan penumbang dalam kondisi yang berbahaya (Mathios et al., 2020). Permalahan yang paling pelik adalah memperkenalkan sistem legislasi dan yurisdiksi terapan yang efektif (Kirillova et al., 2016). Kelemahan mengenai transportasi *online* sendiri belum jelas spesifikasinya, apakah jenis transportasi itu sendiri berbentuk angkutan massal atau tidak. Mengingat yang digunakan adalah kendaraan pribadi, sehingga timbul permasalahan ketika penumpang mengalami kerugian akan meminta pertanggung jawaban kepada pihak mana (Mathios et al., 2020). Hal ini sudah seharusnya, pemerintah mengambil peran sebagai pihak regulator dalam memberikan kemudahan kepada masyarakat terkait perlindungan hukum konsumen transportasi *online*, supaya dapat diperoleh hak-hak konsumen (Rachman & Imron, 2020).

Berdasarkan keseluruhan kajian seluruh artikel terpilih, dapat dinyatakan bahwa satu sisi dibutuhkan regulasi mengenai perlindungan konsumen, namun kenyataannya saat ini belum mampu mengakomodir model bisnis yang sangat dinamis seperti saat ini. Sebaliknya, justru dapat mengakibatkan potensi hambatan dalam kelancaran bisnis, misalnya mengenai persyaratan atas perizinan bagi para pelaku usaha *online* (Aprilianti & Dina, 2021). Persoalan hukum selanjutnya di era digitalisasi ini bahwa tidak ada peraturan yang konsisten untuk melakukan pengawasan, dan pendekatan yang bersifat kolaboratif dalam upaya untuk mengatasi berbagai kasus, justru terhambat oleh pendekatan pemerintah dalam pembuatan kebijakan (Prastyanti & Budiyo, 2023). Selain itu, satu hal yang tidak dapat dipungkiri bahwa *cyber security* merupakan tantangan terberat dalam pembangunan ekonomi digital di berbagai negara termasuk Indonesia, yang mempunyai perilaku masyarakat untuk melakukan transaksi *online* semakin mengalami peningkatan. Kondisi ini dijadikan celah untuk melakukan tindak kriminal, dimana Indonesia sendiri pernah mendapat serangan *cyber* 1.225 miliar per hari. Salah satu bentuk serangan ke *website* perekonomian digital tersebut adalah *ransomware*, bahkan dapat membobol bank sentral Bangladesh dan Malaysia yang mengakibatkan kerugian yang sangat besar (Kementerian Investasi, 2021). Aprilianti & Dina (2021) mengungkapkan bahwa proteksi terhadap serangan *cyber* ini sangat penting. Upaya untuk menanggulangi hal ini, pemerintah telah meluncurkan akademi kepemimpinan digital, serta menggandeng mitra seperti *apple microsoft amaxon* dan lainnya untuk menjalin kerja sama memperoleh 9 (sembilan) juta talenta digital dalam jangka waktu 15 tahun ke depan (Siswanto, 2023).

Berdasarkan pembahasan di atas, peneliti memberikan benang merah bahwa regulasi yang terkait dengan perlindungan konsumen di era ekonomi digital di segala sektor industri belum dapat memenuhi kondisi pasar yang semakin dinamis serta persaingan di dunia usaha yang sangat tajam. Mengingat kondisi pasar digital Indonesia yang sangat dinamis ini, maka regulasi beserta turunnya tidak lagi mampu mengakomodir kebutuhan keamanan dari para konsumen. Transaksi yang dilakukan secara *online* menjadi sulit bagi penyedia platform untuk mengendalikan produsen, supaya bisa memberikan semua hal konsumen. Pada akhirnya, banyak terjadi tindakan *fraud* yang dilakukan oleh produsen, disisi lain juga ada batasan yang ketat mengenai tanggung jawab. Hal ini yang pada akhirnya konsumen menjadi tidak mampu berbuat apa-apa, sehingga mengalami kerugian.

CONCLUSION

Kesimpulan

Hasil pencarian diperoleh 341 artikel, dan yang memenuhi *inclusion criteria* ada 9 (sembilan) artikel dengan tahun *publish* 2019–2023, dengan pembahasan mengenai perlindungan hukum konsumen di platform *e-commerce*, *fintech*, dan ojek/transportasi *online*. Dasar hukum yang digunakan dalam artikel pada kasus transaksi *e-commerce* dan transportasi *online* yaitu UUTE No. 19 Tahun 2016, dan UUPK No. 8 Tahun 1999. Regulasi ini belum dapat memenuhi kondisi pasar yang semakin dinamis serta persaingan di dunia usaha yang sangat tajam. Mengingat kondisi pasar digital Indonesia yang sangat dinamis ini, maka regulasi beserta turunnya tidak lagi mampu mengakomodir kebutuhan keamanan sekaligus perlindungan terhadap konsumen. Kenyataannya masih banyak terjadi tindakan *fraud*, dan batasan yang ketat mengenai tanggung jawab dari para pelaku usaha. Hal ini yang pada akhirnya konsumen menjadi tidak mampu berbuat apa-apa, sehingga mengalami kerugian. Hasil *review* artikel mengenai *fintech P2P lending*, masih banyak ditemukan *fintech lending* ilegal, dengan demikian diluar tanggung jawab dan kewenangan OJK, termasuk perlindungan terhadap nasabah. Sehubungan dengan ini menggunakan dasar hukum POJK No. 77 Tahun 2016 tentang Layanan Pinjaman Uang Berbasis Teknologi Informasi, akan tetapi masih bersifat subyektif terhadap berbagai urgensi permasalahan yang terjadi, sehingga terjadi ketidakmerataan aturan pada setiap aspek *P2P lending*, yang dapat merugikan nasabah.

Implikasi

Diharapkan akan dapat menyatukan pola pikir para akademisi hukum, agar memiliki sudut pandang yang sama dalam hal reaksi terhadap bentuk komunikasi melalui media digital global yang bisa terjadi lintas batas antar negara. Selain itu juga bisa memberikan kontribusi

dalam mempertimbangkan dalam mengidentifikasi media sosial lintas batas wilayah hukum di era ekonomi digital. Lebih lanjut diharapkan mampu menarik minat bagi para akademisi, mahasiswa, dan praktisi hukum untuk meneliti lebih dalam mengenai ekonomi digital dari aspek hukum.

Keterbatasan Penelitian

Banyaknya regulasi yang bisa saling terkait, maka menjadi sulit bagi peneliti untuk merumuskan batasan hukum mengenai perlindungan konsumen di era ekonomi digital ini. Akibatnya di dalam pelacakan artikel menjadi mengalami kendala untuk memperoleh artikel sesuai dengan tujuan penelitian.

Agenda Penelitian Mendatang

Bagi peneliti mendatang dapat melakukan kajian mengenai masa depan hukum di era ekonomi digital dengan hukum di era ekonomi tradisional yang berada pada masa transisi saat ini. Sekaligus melakukan pengembangan tujuan mengenai hambatan-hambatan di dalam menselaraskan berbagai regulasi mengenai perlindungan konsumen pengguna media digital di waktu mendatang.

REFERENCES

- Adhiarna, I.N. 2022. Kominfo Beberkan Tantangan Pengembangan Ekonomi Digital di Indonesia. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo). <http://www.wantiknas.go.id/id/berita/kominfo-beberkan-tantangan-pengembangan-ekonomi-digital-di-indonesia>.
- Aprilianti, I. dan Dina, S.A. 2021. Co-regulating the Indonesian Digital Economy. *Center for Indonesian Policy Studies*. <https://repository.cips-indonesia.org/media/publications/332998-co-regulating-the-indonesian-digital-eco-30376717.pdf>.
- Al-Mumtaza, A.M. & Rustamaji, M. (2022). Consumer Legal Protection On The Implementation Of E-Commerce Using Instagram With Pre-Order System During The Covid-19 Pandemic. *International Journal of Business, Economics and Law*. Vol. 26. Issue 1. Pp : 9-13. ISSN 2289-1552. https://ijbel.com/wp-content/uploads/2022/02/IJBEL26.ISU1_211.pdf.
- Amin, F. (2018). Legal Liability Company Based On Sharing Economy to Service And Consumer Providers. *Substantive Justice International Journal of Law*. 1(2). Pp : 103–113. DOI: <http://dx.doi.org/10.33096/substantivejustice.v1i2.23>.

- Arif, M.R., & Djajaputera, G. (2022). Protection of Consumer Rights on Go-Send Services for Goods That Do Not Understand Based on Law Number 8 of 1999 Concerning Consumer Protection (Example Case Between Gojek Drivers With Consumers in 2019). *Proceedings of the 3rd Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2021)*. 655. Pp : 884–892. <https://doi.org/10.2991/ASSEHR.K.220404.141>.
- Awati, K., & Nikolova, N. (2022). From Ambiguity To Action: Integrating Collective Sensemaking And Rational Decision Making In Management Pedagogy And Practice. *Management Decision*, 60(11). Pp : 3127–3146. <https://doi.org/10.1108/MD-06-2021-0804/FULL/XML>.
- Baber, H.; Fanea I. M.; Lee, Y.T., & Tinmaz, H. (2022). A Bibliometric Analysis Of Digital Literacy Research And Emerging Themes Pre-During COVID-19 Pandemic. *Information and Learning Science*. 123(3–4). Pp : 214–232. <https://doi.org/10.1108/ILS-10-2021-0090/FULL/XML>.
- Bestari, N.P. (2023). Korban Penipuan Ecommerce RI Makin Banyak, Cek Data Terbaru!. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230302140853-37-418315/korban-penipuan-e-commerce-ri-makin-banyak-cek-data-terbaru>.
- Bradley, C.G. (2019). *The Consumer Protection Ecosystem: Law, Norms, and Technology*. 97 Denver L Rev 35.
- Cahyani, A.; Fitriyanti, F.; Ahmad, J.; Ramlan. (2022). Consumer Legal Protection Against Decoy Effects Through Digital Literacy. *International Journal of Law*. Volume 5, Issue 2, Pp : 193 – 208. DOI: <http://dx.doi.org/10.33096/substantivejustice.v5i2.196>.
- Candrawati, E.; Kusnari, R.; Hermi; Sariono, N.K.; Subagiyo, D.T.. (2021). Role of Law and Social Stratification for *Online* Taxibike Consumer According to The Republic of Indonesia Law Number 8 1999 Considering Consumer Protection. *International Journal of Entrepreneurship and Business Development*. Volume 04. Number 03. Pp. 405-411. ISSN : 2597-4785. DOI <https://doi.org/10.29138/ijebd.v4i3.1419>.
- Febyana, P. & Surbakti, B. (2019). Regulation of Food Quality Development and Supervision in Denpasar City. *Substantive Justice International Journal of Law*. 2(1). Pp : 31–42. <https://doi.org/10.33096/SUBSTANTIVEJUSTICE.V2I1.27>.
- Hidayat, A.S.; Alam, F.S.; Helmi, M.I. (2020). Consumer Protection On Peer To Peer Lending Financial Technology In Indonesia. *International Journal Of Scientific & Technology Research*. Volume 9. Issue 01. Pp : 40694072. ISSN 2277-8616. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/67166/1/Artikel.pdf>.
- Hamzah, R.; Berlian, C.; & Yuniarti, R. (2019). Legal Protection for Consumers against Fraud on E-Commerce: A Comparative Law Analysis. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. Volume 10. Issue 5. Pp : 43-54. www.ijicc.net.
- Hartono, J. (2016). Menyambut Ekonomi Digital. Yogyakarta. Universitas Gadjah Mada. <https://feb.ugm.ac.id/id/penelitian/artikel-dosen/2211-menyambut-ekonomi-digital>.

- Hermawati, W. (2023). Pentingnya Peran Teknologi Digital dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. Badan Riset dan Inovasi Manajemen (BRIN).
<https://www.brin.go.id/news/115647/brin-bahas-pentingnya-peran-teknologi-digital-dalam-pengembangan-ekonomi-indonesia>.
- Kirilova, E.A.; Shergunova, E.A.; Ustinovich, E.S.; Nadezhin, N.N.;, Sitdikova, L.B. (2016). The Principles of the Consumer Right Protection in Electronic Trade: A Comparative Law Analysis. *International Journal of Economics and Financial Issues*. Vol. 6. No. 2S. Pp : 117-122. <https://www.econjournals.com/index.php/ijefi/article/view/2540>.
- Kamalina, A.R. (2023). Nilai Ekonomi Digital RI Nyaris Tembus Rp1.232 Triliun. Kementerian Perdagangan. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20231121/9/1716455/nilai-ekonomi-digital-ri-nyaris-tembus-rp1232-triliun-tahun-ini>.
- Kementerian Investasi. (2021). 5 Tantangan Digital Ekonomi di Indonesia. <https://investindonesia.go.id/id/artikel-investasi/detail/5-tantangan-digital-ekonomi-di-indonesia>.
- Kettemann, M.C.; Peukert, A.; and Dohmann, I.P.G. (2022). *The Law of Global Digitality*. ISBN: 978-1-032-07369-9. New York. Third Avenue. DOI: 10.4324/9781003283881.
- Kulhmann, K.; Glaub, M.; Wang, M.; & Tomar, L. (Ed). (2018). *Digital Economy Enabling Environment Guide: Key Areas of Dialogue for Business and Policymakers*. CIPE Guides and Tools. <https://www.cipe.org/resources/digitaleconomy-enabling-environment-guide-key-areas-of-dialogue-for-business-and-policymakers/>.
- Mahmoud, A.B.; Reisel, W.D.; Grigoriou, N.; Fuxman, L.; & Mohr, I. (2020). The Reincarnation Of Work Motivation: Millennials Vs Older Generations. 35(4). Pp : 393–414. <https://doi.org/10.1177/0268580920912970>.
- Mathios, A., Micklitz, H., Reisch, L. et al. (2020). Journal of Consumer Policy's 40th Anniversary Conference: A Forward Looking Consumer Policy Research Agenda. *J Consum Policy* 43, Pp : 1–9 <https://doi.org/10.1007/s10603-019-09446-9>.
- Manullang, S.O.; Maruf, I.R.; Sembiring, T.B.; Purbaningsih, Y.; Hendriarto, P. (2022). Revisiting the Consumer Protection Law In The Digital-Based Business Era: A Study of Trade Law. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*. Volume 5. No 4. Page: 28962-28973. e-ISSN: 2615-3076. DOI: <https://doi.org/10.33258/birci.v5i4.7048>.
- Mathios, A., Micklitz, H., Reisch, L. et al. (2020). Journal of Consumer Policy's 40th Anniversary Conference: A Forward Looking Consumer Policy Research Agenda. *J Consum Policy*. 43, Pp : 1–9 <https://doi.org/10.1007/s10603-019-09446-9>.
- Monteiro, F. R. (2016). Bounded Model Checking Of State-Space Digital Systems: The Impact Of Finite Word-Length Effects On The Implementation Of Fixed-Point Digital Controllers Based On State-Space Modeling. *Proceedings of the ACM SIGSOFT Symposium on the Foundations of Software Engineering, 13-18-November-2016*, 1151–1153. <https://doi.org/10.1145/2950290.2983979>.

- Page, M.J.; McKenzie, J.E.; Bossuyt, P.M.; Boutron, I.; Hoffmann, T.C.; Mulrow, C.D.; Shamseer, L.; Tetzlaff, J.M.; Akl, E.A.; Brennan, S.E.; Chou, R.; Glanville, J.; Grimshaw, J.M.; Hrobjartsson, A.; Lalu, M.M.; Li, T.; Loder, E.W.; Mayo-Wilson, E.; McDonald, S. & Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 Statement : An Updated Guideline For Reporting Systematic Reviews. *PLoS Medicine*. 18(3). <https://doi.org/10.1371/JOURNAL.PMED.1003583>.
- Peng, D., & Yu, Z. (2022). A Literature Review of Digital Literacy over Two Decades. *Education Research International*, 2022. <https://doi.org/10.1155/2022/2533413>.
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi.
- Pengnate, S. & Riggins, F.J. (2020). The Role Of Emotion In P2P Microfinance Funding: A Sentiment Analysis Approach. *International Journal of Information Management*, Elsevier. Vol. 54(C). <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102138>.
- Prastyanti, R.A. & Budiyo, A. 2023. Legal Reformulation and Ethics of Fintech Lending Companies In Indonesia. *International Journal of Global Community*. Volume VI. No.1. pp. 53-64. <https://journal.riksawan.com/index.php/IJGC-RI/article/view/143>.
- Pohan, N.W.A., Budi, I., Suryono, R.R., 2019. Borrower Sentiment On P2P Lending In Indonesia Based On Google Playstore Reviews. In: *Sriwijaya International Conference International Conference of Information Technology and its Applications, 172(Siconian 2019)*. Pp. 17–23. DOI [10.2991/aisr.k.200424.003](https://doi.org/10.2991/aisr.k.200424.003) [How to use a DOI?](#)
- Purnomo, V.D.; Hartanto; Rohidin. (2023). Transaction Fraud Buy and Sell Online Through Restitution As Criminal Addition In the Electronic Information and Transaction Law. *Asian Journal of Community Services (AJCS)*. Vol. 2. No. 3. Pp : 265-286. ISSN-E: 2962-1496. DOI prefix: <https://doi.org/10.55927/ajcs.v2i3.3548>.
- Rahim, R. (2020). Overview of Consumer Protection Laws Against Electronic Transactions on the Marketplace. *International Journal Of Artificial Intelligence Research*. Vol 0. No 01. Pp : 1-8. ISSN: 2579-7298. DOI : <https://doi.org/10.29099/ijair.v6i1.404>.
- Rachman, AA. & Imron, G.A. (2020). Legal Protection For Consumers Of Online Transportation Service Gojek. *Journal Of Archacology Of Egyptptology*. 17(3) Pp : 1709-1715. ISSN 1567-214x. DOI: <https://doi.org/10.48080/jae.v17i3.878>.
- Ratnawati, E. & Budhianti, M.I. (2022). Do Consumers of Online Transportation Services Get Legal Protection?. *Jambura Law Review*. 4 (1). Pp : 88-103. ISSN: 2656-0461. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/jalrev/>.
- Rillo, A. (2018). Understanding the Digital Economy: *What Is It and How Can It Transform Asia?* *News and Events of Asian Development Bank*. Asian Development Bank. <https://www.adb.org/news/events/understanding-digialeconomy-what-it-and-how-can-it-transform-asia>.
- Safitri, W.; & Izziyana, W.V. (2020). Legal Protection for Online Transaction Users: A Review of The Constitution No. 8 of 1999 Regarding Consumer Protection. *International Journal of Multidisciplinary Advancement (AIJMU)*. Volume 2 Number 1. Pp : 7-17. ISSN 2622-3252. DOI: <http://dx.doi.org/10.33846/aijmu20103>.

Schueth, S. & Simorangkir, I. (2018). *Financial Inclusion Insights Indonesia. Finclusion*.
[http://finclusion.org/uploads/file/fii-indonesia-2018-2019-final-report\(1\).pdf](http://finclusion.org/uploads/file/fii-indonesia-2018-2019-final-report(1).pdf).

Selfira, S. & Neltje, J. (2021). Analysis of the Legal Protection of Online Transportation Services Users for Unenjoyable Actions by Online Ojek Drivers Through Social Media According to Law Number 8 of 1999 Concerning Consumer Protection. *International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities*. Volume 655. Pp : 187-192. DOI : [10.2991/assehr.k.220404.029](https://doi.org/10.2991/assehr.k.220404.029).

Shan, Z. H. (2022). Brainwave Phase Stability: Predictive Modeling of Irrational Decision. *Frontiers in Psychology*, 13, 3718.
<https://doi.org/10.3389/FPSYG.2022.617051/BIBTEX>.