

IMPLIKASI HUKUM BAGI PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI PENIPUAN ONLINE

Salwa Rahmah Asyasyifa Prasad

Ilmu Hukum, Universitas Bung Karno

E-mail: Salwasasyifa11@Gmail.com

ABSTRACT

Technology has rapidly changed the way we live and made life more connected without limits. However, these advances have also created new opportunities for fraud in digital transactions. This research uses a normative study to identify common types of digital fraud, review the legal protections provided by Indonesian laws, and offer suggestions to improve consumer protection in online transactions. The results show that even though laws for consumer protection and electronic transactions already exist, there are still legal gaps that need to be fixed. In addition, enforcing these laws and increasing public awareness about legal rights are still major challenges in reducing digital fraud.

Keywords: *Digital Fraud, Online Transactions, Consumer Protection Law*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi telah mendorong perubahan yang pesat dan menciptakan kehidupan tanpa batas ruang dan waktu. Namun, kemajuan ini turut membuka peluang terjadinya berbagai bentuk penipuan dalam transaksi digital. Dengan menggunakan metode yuridis normatif, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi modus-modus penipuan digital yang umum terjadi, menelaah perlindungan hukum yang tersedia berdasarkan peraturan perundangundangan di Indonesia, serta memberikan rekomendasi guna meningkatkan efektivitas perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi elektronik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun regulasi terkait perlindungan konsumen dan transaksi elektronik telah tersedia, masih terdapat celah hukum yang perlu diperbaiki kemudian implementasi serta kesadaran hukum masyarakat masih menjadi tantangan utama dalam menekan angka penipuan digital.

Article History

Received: Agustus 2025

Reviewed: Agustus 2025

Published: Agustus 2025

Copyright : Author

Publish by : CAUSA



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

Kata kunci : Penipuan Digital, Transaksi Elektronik, Hukum Perlindungan Konsumen	
--	--

PENDAHULUAN

Di era globalisasi penggunaan media telekomunikasi dan teknologi menempati kedudukan yang paling penting dalam memudahkan proses transaksi bisnis secara umum dan perdagangan bebas¹. Hadirnya teknologi yang di produksi untuk konsumsi masyarakat, dan munculnya jaringan internet yang menghubungkan dunia tanpa mengenal batas-batas negara bermaksud untuk mempermudah terpenuhinya segala aktivitas dan kebutuhan manusia di dunia. Kemajuan internet memainkan peranan yang signifikan dalam bisnis online, terutama karena kepraktisan yang ditawarkannya². Memanfaatkan media elektronik untuk melakukan perdagangan sering disebut dengan *electronic commerce* atau disingkat *e-commerce*³. Dengan sistem e-commerce yang memberikan banyak keuntungan, salah satunya adalah seorang penjual (seller) tidak harus bertemu langsung (face to face) dengan pembeli (buyers/consumers), dalam suatu transaksi dagang. Namun di balik keuntungan yang diberikan sering kali kita menjumpai praktik – praktik dari pelaku usaha yang melecehkan hak – hak konsumen serta memanfaatkan kelemahan konsumen tanpa harus mendapatkan sanksi hukum¹.

Berdasarkan Kaspersky Lab di 26 (dua puluh enam) negara, Indonesia merupakan salah satu negara dengan korban penipuan online terbesar di dunia. Tercatat sebanyak 26 persen konsumen di Indonesia pernah menjadi korban penipuan secara online³. Penipuan adalah tindakan tidak jujur yang bertujuan untuk menyesatkan serta mencari keuntungan, baik untuk diri sendiri maupun orang lain, baik secara materiil maupun abstrak. Tindakan ini sangat merugikan orang lain dan dapat muncul dalam berbagai bentuk.⁴

Oleh karena itu, memerangi tindak pidana kejahatann online telah menjadi tujuan utama penegak hukum hingga para praktisi, pelanggan sampai ke end user. Sebagaimana tertuang dalam UU perlindungan konsumen, bahwa konsumen memiliki 4 hak yang dijamin sebagai bentuk perlindungan yaitu hak mendapat suatu keamanan (The right to be safety), hak mendapat informasi (The right to get information), hak untuk memilih (The right to choosenecessary) dan hak atau kepentingan untuk didengar (The right to get heard)².

Walaupun undang-undang perlindungan konsumen tertuang dalam Pasal 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) 1999 yang berbunyi "Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen." Namun, dalam praktiknya, UUPK 1999 belum sepenuhnya mengakomodasi pengaturan mengenai transaksi elektronik. Hanya beberapa pasal yang dapat diterapkan dalam konteks transaksi elektronik. Hal ini mengakibatkan adanya kekurangan perlindungan bagi konsumen yang bertransaksi secara elektronik, terutama mengingat bahwa kesadaran dan pemahaman konsumen mengenai hak dan kewajibannya masih sangat lemah. Selain itu, tidak dapat dipungkiri bahwa undang-undang ini belum cukup memberikan kepastian hukum bagi konsumen yang bertransaksi secara elektronik,⁴ karena pengaturannya lebih terfokus pada transaksi yang berlangsung dalam "dunia nyata."

Beberapa penelitian terdahulu salah satunya telah dilakukan oleh Presly Prayogo yang berjudul "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen dalam Jual Beli Melalui Internet (Kajian Terhadap Pemberlakuan Transaksi Elektronik dan Perlindungan Hukum)". Penelitian ini mengungkapkan permasalahan seputar proses pelaksanaan, tantangan yang dihadapi, serta solusi untuk mengatasi hambatan dalam jual beli melalui internet. Selain itu, penelitian ini juga membahas perlindungan hukum bagi pihak-pihak yang terlibat dalam perjanjian jual beli tersebut. Analisis yang dilakukan mengacu pada UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebelum adanya perubahan.⁵ Penelitian lainnya oleh Noor Rahmad³ mengenai kajian hukum terhadap tindak pidana penipuan secara online menunjukkan bahwa (1) pengaturan hukum terkait penipuan online dapat diakomodasi melalui pasal 378 KUHP dan Pasal 28 ayat (1) Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. (2) Upaya penanggulangan dilakukan dengan cara preventif (non penal) dan represif (penal). Upaya preventif lebih fokus pada meminimalisir agar tidak terjadi tindakan penipuan secara online dengan melibatkan berbagai lembaga.

Melihat dinamika perlindungan hukum di Indonesia, maka penulis ingin melihat seberapa efektif perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce di Indonesia dan masalah yang dihadapi saat menerapkan perlindungan tersebut. Selain itu, artikel ini akan membahas solusi yang dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja perlindungan hukum bagi konsumen.

METODE PENELITIAN

Karya ini dikembangkan dengan menggunakan pendekatan yuridis normatif, dengan fokus pada undang-undang Indonesia yang melindungi konsumen dalam transaksi *ecommerce*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan celah hukum yang ada dan menilai seberapa efektif peraturan perlindungan konsumen Indonesia. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari sumber sekunder, seperti peraturan perundang-undangan, literatur hukum, jurnal ilmiah, dan dokumen relevan lainnya.

PEMBAHASAN

Macam-macam bentuk konkret penipuan online melalui media sosial

Berdasarkan teori, penipuan dapat dibedakan menjadi dua yakni; secara bahasa dan yuridis. Secara bahasa berasal dari kata tipu yang artinya perkataan atau aktivitas yang tidak jujur (tidak sesuai dengan aslinya) yang dapat menyesatkan orang lain untuk mencari keuntungan. Penipuan dapat dilakukan secara individu maupun kelompok dengan membuat kesan seolah olah pernyataan yang diungkapkan benar dan tidak palsu untuk memberikan kepercayaan pada orang lain. Sedangkan dalam pengertian yuridis, penipuan tercantum rumusan tindak pidana dalam KUHP⁶. Dalam pasal 378 KUHP disebutkan: “Penipuan adalah tindakan seseorang dengan tipu muslihat rangkaian kebohongan, nama palsu dan keadaan palsu dengan maksud menguntungkan diri sendiri dengan tiada hak. Rangkaian kebohongan ialah susunan kalimat-kalimat bohong yang tersusun demikian rupa yang merupakan cerita sesuatu yang seakan-akan benar.”⁶

Studi yang dilakukan oleh Martha, 2023 membahas berbagai jenis penipuan yang sering terjadi di dunia maya seperti *phishing*, toko online palsu, penipuan melalui media sosial, investasi bodong, dan pencurian identitas. Phising berasal dari kata *fishing* yang berarti memancing. Phising merupakan perbuatan yang dilakukan oleh pelaku dengan memalsukan data di website palsu yang menyerupai aslinya dengan tujuan untuk mencuri identitas orang lain yang mengatasnamakan perusahaan, lembaga maupun instansi. Modus phising dapat dikenakan Pasal 28 ayat 1, Pasal 51 ayat 1, Pasal 28 ayat 1 dan Pasal 45A ayat 1. Sejalan dengan

hal tersebut, pengaturan hukum terhadap pelaku dalam bentuk phishing juga tercantum di Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik. Kebijakan hukum terhadap *cyber crime* belum merumuskan atau menjelaskan konsep penyebab 38 terjadinya phishing yang dapat merugikan orang lain. Maka dari itu, regulasi terhadap kebijakan cybercrime dengan merubah isi dan unsur pada Pasal 35 dapat diterapkan untuk mengurangi penipuan online dalam bentuk phishing⁶

Social Media Scams dilakukan pelaku penipuan dengan membuat akun palsu di media sosial dan berinteraksi dengan korban dengan tujuan meminta uang atau informasi pribadi. Scamming diartikan sebagai tindakan manipulasi oleh lembaga atau individual untuk mendapatkan kepercayaan dari calon korban mencapai keberhasilan⁶. Beberapa penipuan media sosial yang sering terjadi di antara pengguna media sosial adalah catfishing, profile hijacking, lottery schemes, quizzes that steal your information, fake URL, fake messages dan money flipping⁷.

Investment scams, Pelaku penipuan menawarkan investasi palsu dengan janji keuntungan tinggi, namun akhirnya tidak memberikan hasil dan uang korban hilang. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyatakan bahwa skema ponzi adalah modus investasi palsu yang membayar keuntungan kepada investor dari uang investor lain, bukan dari keuntungan usaha yang sah.

Kemudian modus penipuan lainnya berupa Perbuatan penguasaan data identitas pribadi seseorang secara melawan hukum disebut identity theft, yaitu penipuan dengan mencuri identitas korban dan menggunakannya untuk membuka akun bank atau kartu kredit palsu⁷.

Hukum Perlindungan Konsumen dalam E-Commerce

Hukum perlindungan konsumen merupakan serangkaian peraturan dan prinsip yang dirancang untuk melindungi hak dan kepentingan konsumen dalam transaksi komersial. Konsep ini menegaskan bahwa konsumen memiliki hak untuk memperoleh barang dan layanan yang aman, berkualitas, dan sesuai dengan apa yang dijanjikan.⁸ Perlindungan konsumen bukanlah konsep yang baru. Sejarah menunjukkan bahwa upaya untuk melindungi konsumen

telah ada sejak lama, meskipun dalam bentuk yang berbeda dari apa yang kita kenal sekarang.

Menurut ketentuan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Di Indonesia, perlindungan konsumen mulai mendapatkan perhatian serius pada akhir abad ke-20. Pengesahan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjadi tonggak penting dalam upaya melindungi konsumen di Indonesia⁹.

Dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE No. 11 Tahun 2008), hak dan kewajiban penyelenggara platform e-commerce untuk melaksanakan transaksi yang aman, serta sahnya transaksi elektronik dan penggunaan tanda tangan elektronik diatur. UU ini juga memberikan kepastian hukum untuk transaksi online, sehingga konsumen dan pelaku usaha dapat melakukan transaksi secara sah dan aman. Selain itu, UU ITE melarang penipuan online, penipuan, dan pelanggaran hukum lainnya. Peraturan Menteri Perdagangan No. 50 Tahun 2020 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PM 50/2020) mengatur bagaimana penyelenggara platform e-commerce harus memberikan informasi yang jelas kepada konsumen, membuat kebijakan pengembalian barang yang adil, dan menyediakan jalur penyelesaian sengketa yang dapat diakses oleh konsumen. Dalam konteks ini, PM 50/2020 memberikan pedoman operasional bagi penyelenggara platform e-commerce untuk melakukan transaksi sederhana dengan pelanggan.

Secara keseluruhan, peraturan ini menyediakan landasan hukum yang kuat untuk melindungi konsumen e-commerce. Namun, untuk mencegah pelanggaran yang merugikan konsumen, regulasi ini harus diterapkan bersamaan dengan pengawasan yang lebih ketat¹⁰.

Tantangan dalam Implementasi Perlindungan Konsumen

Tantangan terbesar dalam penerapan hukum perlindungan konsumen adalah menyesuaikan regulasi dengan perkembangan zaman, terutama dengan pesatnya kemajuan teknologi dan globalisasi.⁸

Wibowo mengutip dari buku Janus Sidabalok, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2006⁸ mengatakan bahwa hak dan kewajiban

konsumen serta pelaku usaha sebenarnya secara tidak langsung telah diatur dan tersebar di dalam berbagai peraturan yang dapat dikelompokkan ke dalam empat bagian besar, yakni perindustrian, perdagangan, kesehatan dan lingkungan hidup.³ Namun tidak mungkin bagi seorang konsumen yang buta hukum untuk mencari berbagai hak dan kewajibannya di segunung tumpukan peraturan. Selain itu, kelemahan dari peraturan-peraturan yang muncul sebelum

Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah:⁴

- Defenisi yang digunakan tidak dikhususkan untuk perlindungan konsumen
- Posisi konsumen lebih lemah
- Prosedurnya rumit dan sulit dipahami oleh konsumen
- Penyelesaian sengketa memakan waktu yang lama dan biayanya tinggi

Solusi untuk Meningkatkan Perlindungan Konsumen dalam E-Commerce

Pendekatan Multi-Stakeholder Kebijakan perlindungan konsumen yang efektif memerlukan keterlibatan berbagai pihak, termasuk pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat. Kerja sama ini dapat menciptakan regulasi yang lebih komprehensif dan responsif terhadap kebutuhan konsumen. 2. Inovasi dalam Regulasi Regulasi perlu terus diperbarui untuk mengikuti perkembangan teknologi dan praktik bisnis baru. Pendekatan berbasis risiko dapat diterapkan untuk memfokuskan sumber daya pada isu-isu yang paling mendesak. 3. Peningkatan Edukasi dan Kesadaran Kebijakan juga harus mencakup program edukasi untuk meningkatkan kesadaran konsumen tentang hak-hak mereka dan risiko yang mungkin dihadapi saat bertransaksi. Edukasi yang baik dapat memberdayakan konsumen untuk membuat keputusan yang lebih informasional.⁹

Di era digital, kebutuhan akan regulasi yang spesifik dan adaptif diperlukan sebagai jawaban terhadap tantangan menghadapi era globalisasi dan kemajuan teknologi. Sehingga diharapkan perlindungan konsumen dapat semakin efektif dan responsif, selain itu diperlukan kerja sama antara pemerintah, organisasi non-pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat demi perlindungan konsumen yang lebih baik di masa depan dapat terwujud.

KESIMPULAN

Penipuan dalam transaksi digital merupakan salah satu tantangan besar dalam perkembangan perdagangan elektronik di Indonesia. Bentuk-bentuk penipuan seperti phishing, toko online palsu, penipuan melalui media sosial, investasi bodong, dan pencurian identitas kian marak dan menimbulkan kerugian besar bagi konsumen. Meskipun telah terdapat regulasi seperti Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dan Undang-Undang Perdagangan, penerapannya belum sepenuhnya efektif dalam menjamin kepastian hukum dan perlindungan yang optimal bagi konsumen. Hambatan yang dihadapi antara lain kurangnya kesadaran konsumen akan hak dan kewajibannya, lemahnya pengawasan terhadap pelaku usaha daring, serta belum maksimalnya peran platform e-commerce dan aparat penegak hukum dalam mencegah dan menangani kasus penipuan. Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara pemerintah, penyelenggara e-commerce, serta konsumen itu sendiri untuk membentuk ekosistem transaksi digital yang aman, transparan, dan bertanggung jawab.

DAFTAR PUSTAKA

1. Prasiwi Wenny Gustia, Darmoko, Karim. Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Menurut Undang – Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan. *J Judic.* 2020;9(1):28-32.
[http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3395298&val=29779&title=PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE MENURUT UNDANG UNDANG NOMOR 7 TAHUN 2014 TENTANG PERDAGANGAN](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3395298&val=29779&title=PERLINDUNGAN%20KONSUMEN%20DALAM%20TRANSAKSI%20E-COMMERCE%20MENURUT%20UNDANG%20UNDANG%20NOMOR%207%20TAHUN%202014%20TENTANG%20PERDAGANGAN)
2. Indrawan M, Permatasari P. Perlindungan Hukum Korban Penipuan Transaksi Jual Beli Online Melalui Ganti Rugi. *J Kewarganegaraan.* 2022;6(3):6487-6494.
<http://journal.upy.ac.id/index.php/pkn/article/view/4157>
3. Amelia A. Kajian Hukum Terhadap Tindak Pidana Penipuan Secara Online. *J Inov Glob.* 2023;1(1):14-25. doi:10.58344/jig.v1i1.3
4. Nur S. Landasan Teori Perlindungan Konsumen. 2021;(8):13-26.
5. Rongiyati S. Pelindungan Konsumen dalam Transaksi Dagang Melalui Sistem Elektronik. *Negara Huk.* 2019;10(1):1-25.
<https://jurnal.dpr.go.id/index.php/hukum/article/download/1223/pdf>
6. Mulyadi M, Nurdin AA, Anjani AA, ... Analisis Penipuan Online Melalui Media Sosial Dalam Perspektif Kriminologi. *Media Huk* 2024;2(2):74-82.
<https://ojs.daarulhuda.or.id/index.php/MHI/article/view/296%0Ahttps://ojs.daarulhuda.or.id/index.php/MHI/article/download/296/327>
7. Lun CW, Idrus SZS, Ali WNAW, et al. The Development of an Interactive Animation to Prevent Social Media Fraud. *J Phys Conf Ser.* 2020;1529(3). doi:10.1088/17426596/1529/3/032081
8. Sidabalok J. *Perlindungan Hukum Konsumen.*; 2014.
9. Vinet L, Zhedanov A. A “missing” Family of Classical Orthogonal Polynomials. Vol 44.; 2011. doi:10.1088/1751-8113/44/8/085201
10. Christianto AD. Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual-beli pada e-commerce tokopedia = Legal protection for consumers in trade transactions on Tokopedia. *K Law J.* 2015;7(2504):1-9. doi:10.56338/jks.v7i12.6710