



---

## Perlindungan Konsumen Terhadap Interaksi Digital Dalam Layanan Transportasi Online Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen

<sup>1</sup>Cenlia Brigita Engkolan, <sup>2</sup>Amad Sudiro

Universitas Tarumanagara, Indonesia

\*Email: <sup>1</sup> cenlia.205210141@stu.untar.ac.id <sup>2</sup> ahmads@fh.untar.ac.id

\*Correspondence: <sup>1</sup> Cenlia Brigita Engkolan

---

DOI:10.59141/comserva.v4i8.2707

### ABSTRAK

Layanan transportasi online telah mengubah pola interaksi masyarakat dengan moda transportasi, membawa efisiensi serta integrasi digital melalui pemesanan berbasis aplikasi. Tiga aktor utama dalam layanan transportasi online: penyedia aplikasi, pengemudi, dan konsumen. Transportasi online seperti Gojek memfasilitasi mobilitas serta menawarkan berbagai fitur. Namun, kemudahan ini juga diiringi tantangan, termasuk permasalahan komunikasi antara pengemudi dan konsumen yang kadang bersifat tidak pantas. Tujuan Penelitian ini menganalisis perlindungan konsumen dalam interaksi digital yang tidak pantas di layanan transportasi online, terutama dalam konteks pesan-pesan kasar yang menimbulkan ketidaknyamanan bagi konsumen, berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) Nomor 8 Tahun 1999. Dengan metode penelitian hukum normatif, penelitian ini mengulas hak-hak konsumen yang dilindungi, seperti kenyamanan, keamanan, dan hak atas pengaduan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan berikut, transportasi online merupakan salah satu kebutuhan masyarakat Indonesia disamping transportasi konvensional.

**Kata kunci:** Layanan transportasi online, Perlindungan konsumen, Interaksi digital, Pesan kasar, Hak konsumen, Undang-Undang Perlindungan Konsumen

### ABSTRACT

Online transport services have changed the way people interact with transport, bringing efficiency and digital integration through app-based booking. There are three main actors in ride-hailing services: app providers, drivers, and consumers. Online transport such as Gojek facilitates mobility and offers various features. However, this convenience also comes with challenges, including communication problems between drivers and consumers that are sometimes inappropriate. Aims This study analyzes consumer protection in inappropriate digital interactions in ride-hailing services, especially in the context of abusive messages that cause discomfort to consumers, based on the Consumer Protection Law (UUPK) Number 8 Year 1999. Using normative legal research methods, this study reviews the rights of consumers that are protected, such as convenience, safety, and the right to complaints. Based on the research that has been conducted, it can be concluded as follows,

*online transportation is one of the needs of the Indonesian people in addition to conventional transportation.*

**Keywords:** *Online transportation services, Consumer protection, Digital interaction, Abusive messaging, Consumer rights, Consumer protection laws*

## **PENDAHULUAN**

Layanan transportasi online telah merevolusi cara masyarakat berinteraksi dengan moda transportasi, mengubah dinamika tradisional menjadi sistem yang lebih efisien dan terintegrasi secara digital (Anindhita et al., 2016; Kurnianti, 2017). Transportasi online atau transportasi dengan sistem pemesanan dan layanan melalui jaringan internet, melalui aplikasi di smartphone merupakan perkembangan baru di Indonesia. Peraturan pertama yang dikeluarkan oleh pemerintah untuk mengatur transportasi online atau daring adalah Permenhub 32/2016 (Nasution, 2024; Widiyatmoko, 2018).

Unsur Utama dalam Layanan Transportasi Online ada 3 yaitu: 1) Penyedia Aplikasi, platform digital yang menghubungkan pengemudi dan pengguna. Mereka bertanggung jawab untuk menyediakan sistem pemesanan dan manajemen data pengguna; 2) Pengemudi (Driver), individu yang mengemudikan kendaraan dan berinteraksi dengan pengguna melalui aplikasi. Mereka harus memenuhi kriteria tertentu untuk memastikan keamanan dan kenyamanan penumpang; 3) Pengguna Jasa, konsumen yang menggunakan layanan transportasi online, melakukan interaksi melalui aplikasi untuk memesan layanan (Alfian et al., 2024; Subagiyo & Budiman, 2021).

Transportasi online di Indonesia telah berkembang dan adil dalam berbagai platform, salah satunya Gojek (Adriaman & Irianto, 2021; Ristanti, 2018). Hadirnya platform ini memudahkan mobilitas masyarakat dengan berbagai fitur yang ditawarkan, bukan hanya mengantar dan menjemput penumpang tetapi ada juga layanan mengirim barang, memesan makanan dan sebagainya. Dengan berbagai kemudahan yang didapatkan dari layanan transportasi online, tentu tidak luput dari adanya permasalahan yang timbul.

Salah satu kasus yang terjadi pada bulan Juni 2024 ialah perselisihan antara driver Gojek dengan konsumen. Kronologi secara singkatnya adalah, konsumen menggunakan jasa layanan transportasi online untuk memesan makanan lewat aplikasi Gojek yaitu GoFood. Makanan yang telah disediakan oleh restoran atau tempat makanan yang dipesan, kemudian di pick up oleh driver dan diantarkan pada alamat konsumen (Oktavian, 2023). Driver menghubungi konsumen melalui telepon untuk mengambil pesanan makanan tetapi konsumen tidak menjawab, berselang 2-3 menit, konsumen dan driver bertemu untuk mengambil dan menyerahkan pesanan tersebut. Setelah pesanan diterima, konsumen mendapatkan pesan dari driver melalui aplikasi Gojek dengan menggunakan kata-kata tidak sopan dan kasar.

Hal ini menimbulkan adanya pelanggaran terhadap hak konsumen. Dengan demikian, Penulis akan meneliti perlindungan konsumen terhadap hak konsumen yang dilanggar, dengan penelitian berjudul “Perlindungan Konsumen Terhadap Interaksi Digital Dalam Layanan Transportasi Online Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen”.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis perlindungan hukum bagi konsumen dalam interaksi digital yang tidak pantas dalam layanan transportasi online berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Kegiatan penelitian ini diharapkan dapat memberikan

manfaat baik secara teoritis maupun praktis yaitu dari segi teoritis, penelitian ini secara umum memberikan manfaat untuk memperbanyak wawasan dan pengetahuan tentang perkembangan hukum perlindungan konsumen. Dan dari segi praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan, wawasan dan menambah ilmu bagi semua pihak yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, dan juga hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan bagi masyarakat dalam meningkatkan kesadaran terhadap hak dan kewajiban dalam hukum perlindungan konsumen

## **METODE**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian hukum normatif dengan cara meneliti bahan pustaka. Penelitian ini merupakan jenis penelitian yang menggunakan studi bahan pustaka (Jonaedi Efendi et al., 2018). Metode kepustakaan merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan cara menstudi buku-buku, catatan-catatan, putusan pengadilan, perundang-undangan, dan yurisprudensi dan bahan-bahan lainnya yang ditemukan dalam majalah, koran, internet dan artikel (Tan, 2021).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Perlindungan konsumen di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dirancang untuk menjamin bahwa setiap konsumen yang menggunakan produk atau jasa memiliki hak atas keamanan, kenyamanan dan kepastian hukum. Undang-Undang Perlindungan Konsumen menjadi dasar hukum utama dalam kasus perlindungan konsumen di Indonesia (Nomor, 8 C.E.).

Berdasarkan Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen, hak konsumen adalah (Kholil, 2018):

- a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 5 UU Perlindungan Konsumen, kewajiban konsumen adalah:

- a. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Dalam Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen, secara khusus menegaskan bahwa konsumen memiliki hak untuk memperoleh kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam menggunakan barang dan/atau jasa. Dalam interaksi secara digital, hak atas kenyamanan berarti bahwa konsumen berhak untuk berkomunikasi dengan pengemudi tanpa merasa terganggu, terintimidasi atau terancam oleh pesan yang bersifat tidak pantas atau menyinggung. Hak ini sejalan dengan kebutuhan konsumen akan lingkungan komunikasi yang aman dan etis, yang mendukung rasa percaya terhadap layanan transportasi online.

Pasal 6 UU Perlindungan Konsumen, hak pelaku usaha adalah (Kristiyanti, 2022):

- a. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen, kewajiban pelaku usaha adalah (Bustomi, 2018):

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen menetapkan kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik dalam menjalankan kegiatan usahanya, termasuk memberikan layanan yang memenuhi standar kenyamanan dan keselamatan konsumen. Dalam layanan transportasi online, penyedia platform bertanggung jawab atas pengawasan interaksi antara pengemudi dan konsumen, memastikan bahwa komunikasi dilakukan dengan itikad baik. Jika terdapat pesan yang bersifat melecehkan atau menyinggung dari pengemudi, pelaku usaha, dalam hal ini perusahaan transportasi online, wajib menindaklanjuti keluhan konsumen dan menegakan sanksi internal terhadap pengemudi yang melanggar.

Upaya perlindungan konsumen di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen Pasal 2. Ada 5 asas perlindungan konsumen yaitu:

1. Asas Manfaat  
Asas ini mengandung makna bahwa penerapan UUPK harus memberikan manfaat yang sebesar besarnya kepada kedua pihak, konsumen dan pelaku usaha. Sehingga tidak ada satu pihak yang kedudukannya lebih tinggi dibanding pihak lainnya. Kedua belah pihak harus memperoleh hak-haknya.
  2. Asas Keadilan  
Penerapan asas ini dapat dilihat di Pasal 4-7 UUPK yang mengatur mengenai hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha. Diharapkan melalui asas ini konsumen dan pelaku usaha dapat memperoleh haknya dan menunaikan kewajibannya secara seimbang.
  3. Asas Keseimbangan  
Melalui penerapan asas ini, diharapkan kepentingan konsumen, pelaku usaha serta pemerintah dapat terwujud secara seimbang, tidak ada pihak yang lebih dilindungi.
  4. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen  
Diharapkan penerapan UUPK akan memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
  5. Asas Kepastian Hukum
-

## **Cenlia Brigita Engkolan, Amad Sudiro**

*Perlindungan Konsumen Terhadap Interaksi Digital Dalam Layanan Transportasi Online Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen*

---

Dimaksudkan agar baik konsumen dan pelaku usaha mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Adapun tujuan Perlindungan konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, bertujuan untuk:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian Hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai perlindungan pentingnya konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f. Meningkatkan kualitas dan/atau jasa yang barang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kenyamanan, dan keselamatan konsumen.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan berikut, transportasi online merupakan salah satu kebutuhan masyarakat Indonesia disamping transportasi konvensional. Transportasi online dalam pengertian ini adalah penggunaan jasa transportasi melalui jalur internet. Dalam transportasi online ini terdapat penyedia jasa aplikasi online, pengemudi transportasi online yang juga disebut driver dan pengguna jasa transportasi online.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Adriaman, M., & Irianto, K. D. (2021). Implementasi Asas Perjanjian Kemitraan Antara Driver Ojek Online Dengan PT. Gojek Indonesia. *Pagaruyuang Law Journal*, 4(2), 263–272.
- Alfian, A., Gumas, A. R., & Gabriella, N. S. (2024). Tinjauan Yuridis Dampak Kemitraan Transportasi Online Di Bandar Lampung. *Mandub: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, 2(1), 126–144.
- Anindhita, W., Arisanty, M., & Rahmawati, D. (2016). Analisis Penerapan Teknologi Komunikasi Tepat Guna Pada Bisnis Transportasi Ojek Online. *Prosiding Seminar Nasional Indocompac Universitas Bakrie*, 2, 712–729.
- Bustomi, A. (2018). Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen. *Jurnal Solusi*, 16.
- Jonaedi Efendi, S. H. I., Johnny Ibrahim, S. H., & Se, M. M. (2018). *Metode Penelitian Hukum: Normatif dan Empiris*. Prenada Media.
- Kholil, M. (2018). Tinjauan Empiris Pasal 480 KUHP Tentang Penadahan Menyangkut Hak-Hak Konsumen Dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Jhbhc*, 53–60.
- Kristiyanti, C. T. S. (2022). *Hukum perlindungan konsumen*. Sinar Grafika.
- Kurnianti, A. W. (2017). Komunikasi Pemasaran Transportasi Online NGuberJEK. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 1(1), 69–84.
- Nasution, H. C. (2024). Peranan Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Pengguna Transportasi Online Indriver di Kota Medan. *Jurnal Visi Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 6(2), 100–109.
- Nomor, U.-U. (8 C.E.). Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42. *Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor*, 3821.
- Oktavian, A. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Layanan Grab Food Berdasarkan Pasal 4 Ayat 3 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Kewarganegaraan*, 7(2), 1788–1799.
- Ristanti, N. S. (2018). Smart Mobility dalam Pengembangan Transportasi Berbasis Aplikasi Online Di

**Cenia Brigita Engkolan, Amad Sudiro**

*Perlindungan Konsumen Terhadap Interaksi Digital Dalam Layanan Transportasi Online Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen*

---

Indonesia. *Ruang*, 4(3), 237–246.

Subagiyo, R., & Budiman, A. (2021). Kebijakan Penetapan Tarif Ojek Online Dalam Pandangan Maqashid Syariah. *MUSLIMPRENEUR: Jurnal Ekonomi Dan Kajian Keislaman*, 1(1), 55–73.

Tan, D. (2021). Metode penelitian hukum: Mengupas dan mengulas metodologi dalam menyelenggarakan penelitian hukum. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(8), 2463–2478.

Widiyatmoko, F. (2018). Dinamika Kebijakan Transportasi Online. *Journal of Urban Sociology*, 1(2), 55–68.



© 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).