



Penyuluhan Hukum tentang Hukum E-Commerce dan Digital Marketing di Era Perkembangan Dunia Siber

Dirga Agung ^{*1}, Lidwina Apriliana Allo Tangko ², Andi Dewi Pratiwi³

^{1,2}Hukum, Universitas Atmajaya, Sulawesi Selatan Makassar

³Ilmu Hukum, Universitas Sulawesi barat, Majene

e-mail: ^{*1}dirlen_alexander@yahoo.com

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh Dr. Dirga Agung, S.H.,M.H. yang dilaksanakan pada pertengahan bulan Mei tanggal 13 s/d 14 Mei 2025, bertempat di ruang Rapat Toko Omorfoshop di Kota Makassar dan Kabupaten Gowa. Penyuluhan tentang Hukum *E-Commerce* dan *Digital Marketing* Toko Skincare di Kota Makassar dan Gowa yang dilaksanakan ini merupakan salah satu cara untuk memberikan pemahaman tentang Hukum *E-Commerce* dan *Digital Marketing*, sehingga diharapkan dengan penyuluhan hukum ini dapat dijadikan sebagai langkah meningkatkan kesadaran hukum dan memberi pemahaman tentang pelbagai macam modus operandi tindak pidana dalam dunia *e-commerce* dan *digital marketing* di wilayah Kota Makassar dan Kab. Gowa. Seperti akhir-akhir ini banyak terdapat pemberitaan mengenai meningkatnya kasus kejahatan dunia maya, khususnya bidang *e-commerce* dan *digital marketing* yang merupakan masalah yang masih menjadi perhatian penting dalam dunia hukum pidana, Dalam skala yang lebih luas, banyak produsen dan konsumen di kota – kota besar di Indonesia yang menjadi pelaku sekaligus korban tindak pidana yang menjadikan *e-commerce* sebagai sarana dan tujuan pelbagai jenis kejahatan. Selain itu, kurangnya perhatian masyarakat terhadap bahaya dan resiko kejahatan dalam dunia *e-commerce* dan *marketing digital* di kalangan masyarakat dan pelaku usaha menjadi penyebab utama terhadap meningkatnya tindak pidana di dunia maya (*cyberspace*), khususnya bidang *e-commerce*.

Kata kunci— Tindak Pidana, Dunia Maya, *E-commerce*, *Digital Marketing*.

Abstract

Community service activities carried out by Dr. Dirga Agung, S.H., M.H. which was carried out in mid-May from 13 to 14 May 2025, took place in the Omorfoshop Shop Meeting Room in Makassar City and Gowa Regency. Counseling on E-Commerce Law and Digital Marketing of Skincare Shops in Makassar City and Gowa which was carried out is one way to provide an understanding of E-Commerce Law and Digital Marketing, so it is hoped that this legal counseling can be used as a step to increase legal awareness and provide an understanding of the various types of criminal modus operandi in the world of e-commerce and digital marketing in the Makassar City and Gowa Regency areas. As recently there has been a lot of news about the increasing cases of cybercrime, especially in the fields of e-commerce and digital marketing which are problems that are still an important concern in the world of criminal law, On a wider scale, many producers and consumers in big cities in Indonesia are both perpetrators and victims of criminal acts that use e-commerce as a means and purpose of various types of crimes. In addition, the lack of public attention to the dangers and risks of crime in the world of e-commerce and digital marketing among the public and business actors is the main cause of the increase in criminal acts in cyberspace, especially in the e-commerce sector.

Keywords: *Crime, Cyberspace, e-commerce, digital marketing*



PENDAHULUAN

Berdasarkan hasil studi yang dilakukan **Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)** yang diambil selama periode Maret hingga 2019 menemukan bahwa jumlah pengguna Internet di Indonesia meningkat hingga 10,12%. Banyaknya pengguna Internet di Indonesia ini membuat bisnis e-commerce atau jual beli *online* semakin berkembang. Meningkatnya angka jual beli secara *online* ini secara tidak langsung juga berdampak terhadap perkembangan aturan-aturan hukum.¹ Jual beli *online* lahir karena adanya kontrak jual beli yang terjadi secara elektronik antara penjual dan pembeli. Namun, hingga saat ini aturan jual beli elektronik masih belum tertulis dengan jelas di dalam hukum yang berlaku di Indonesia. Hal ini dikarenakan syarat-syarat sah perjanjian secara elektronik belum diatur secara khusus.

Namun, pada prinsipnya, syarat sah perjanjian telah diatur dalam **Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata)**, yang merupakan acuan dalam pembuatan kontrak *online*. Selama kontrak *online* yang dibuat telah memenuhi 4 syarat sah perjanjian yang dimaksud pada **Pasal 1320 KUHPerdata**, maka kontrak *online* tersebut dapat dianggap sah dan mengikat para pihak. Pada dasarnya, jual beli secara *online* adalah salah satu media yang digunakan dalam melakukan transaksi jual beli. Namun, sifat dari transaksi tersebut adalah jual beli sehingga tetap merujuk pada aturan mengenai jual beli yang diatur dalam **KUHPerdata**. Dalam kontrak elektronik atas transaksi jual-beli *online* atau bisnis *e-commerce*, penjual memiliki hak dan tanggung jawab masing-masing. Kewajiban penjual dalam transaksi jual beli antara lain : (Gunawan Widjaja:2023) Menyerahkan hak milik atas barang yang diperjualbelikan, Menanggung kenikmatan serta menanggung cacat tersembunyi, Memberi informasi tentang barang dan atau jasa yang dijual secara benar, jujur, jelas, dan sebagainya. Adapun **Pasal 7 Undang-Undang No. 8/1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen)** juga mengatur bahwa seorang penjual sebagai pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi kepada pembeli atau konsumen apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan yang diperjanjikan. Hal ini dilakukan agar pembeli dapat menuntut haknya apabila terjadi penipuan atas produk yang dilakukan oleh penjual.

Sedangkan hak penjual berdasarkan **Pasal 6 UU Perlindungan Konsumen** yaitu; Menentukan dan menerima harga pembayaran atas penjualan barang sesuai dengan kesepakatan antara penjual dan pembeli, Mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan pembeli yang beriktikad tidak baik, Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya dalam penyelesaian sengketa, dan Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum merugikan konsumen yang tidak diakibatkan oleh barang dan atau jasa yang diperdagangkan.

Sejak e-commerce mulai populer di Indonesia, telah banyak terjadi kejahatan *fraud* yang menyerang pengguna dan non-pengguna. *Fraud e-commerce* adalah sebuah istilah payung untuk segala jenis kejahatan *online* yang ditujukan terhadap *platform e-commerce*. Terdapat banyak jenis *fraud e-commerce*, di antaranya pengambilalihan akun atau *Account Takeover*, *ATO*, *card testing*, dan kejahatan triangulasi. Penipuan *e-commerce* adalah bagian dari penipuan *online* yang secara khusus menargetkan *platform e-commerce*. Salah satu skenario kejahatan *fraud* yakni ketika ada penjahat virtual menggunakan informasi kartu kredit dan identitas curian untuk melakukan pembelian di toko *e-commerce* tempat kamu biasa bertransaksi. Dalam kasus seperti ini, biasanya bisnis *e-commerce* yang menanggung biaya penipuan.

Terdapat beberapa jenis *fraud e-commerce* lainnya yang menargetkan bisnis *e-commerce*. Misalnya penipuan pengambilalihan akun, ini terjadi ketika penjahat siber

¹ <https://libera.id/blogs/aspek-hukum-bisnis-ecommerce/>



mengambil kredensial login pelanggan yang sah di platform *e-commerce* dan menggunakan akun tersebut untuk membeli barang. Maka dari itu, penting bagi pelanggan, penjual, maupun pemilik bisnis *e-commerce* untuk memahami bahwa kejahatan *e-commerce* semakin mutakhir. Penjahat siber terus menjadi lebih pintar, memanfaatkan metode yang lebih canggih dari waktu ke waktu.

Adapun, hasil diskusi pengusul kegiatan PKM dengan ibu Krisnawati stakeholder (Ketua Tim Ecommerce Omorfoshop) kota Makassar dan Kab.Gowa, diterangkan bahwa benar di wilayah tersebut seringkali terjadi upaya-upaya penipuan dari pihak-pihak yang berpura-pura menjadi customer untuk menipu. Universitas Atma Jaya Makassar sebagai salah satu institusi pendidikan khususnya Fakultas Hukum merasa memiliki tanggung jawab untuk memberikan penyuluhan hukum mengenai jenis-jenis kejahatan serta modus operandi tindak pidana fraud dalam dunia E-commerce dan digital marketing sebagai upaya preventif dan memberi pemahaman tentang proses hukum yang dapat ditempuh korban. Untuk mencapai maksud di atas, dosen Universitas Atma Jaya Makassar mengadakan penyuluhan hukum kepada masyarakat di Omorfoshop Makassar dan Kab.Gowa mengenai Upaya pencegahan dan penanggulangan tindak pidana fraud/penipuan dalam dunia E-commerce dan digital marketing.

IDENTIFIKASI DAN PERUMUSAN MASALAH

Pemahaman hukum masyarakat dalam mengantisipasi dan menanggulangi perbuatan *fraud*/penipuan E-commerce dinilai masih kurang/minim. Aturan hukum dan peran penegak hukum masih belum mampu meminimalisir angka tindak pidana tersebut. Hal ini menimbulkan beberapa pemikiran permasalahan antara lain:

1. Penegakan hukum tindak pidana *fraud*/penipuan E-commerce dan Hukum *Digital Marketing* sebagai upaya preventif dan solusi untuk mengurangi resiko terjadinya tindak pidana tersebut.
2. Peran masyarakat untuk meningkatkan kesadaran hukum sebagai upaya preventif dan solusi untuk mengurangi resiko terjadinya tindak pidana *fraud*/penipuan E-commerce dan *Digital Marketing*.

TUJUAN DAN MANFAAT KEGIATAN

Dalam kegiatan PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) ini tujuan yang ingin dicapai yaitu untuk menganalisis penegakan hukum tindak pidana *fraud*/penipuan E-commerce bagi konsumen *Digital Marketing* sebagai upaya preventif dan solusi untuk mengurangi resiko terjadinya tindak pidana tersebut, serta kesadaran hukum masyarakat untuk meningkatkan peran sertanya sebagai upaya preventif dan solusi agar terhindar dari *fraud* di bidang E-commerce dan *Digital Marketing*. Hasil kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi ilmu pengetahuan hukum, secara khusus bagi masyarakat umumnya. Selain itu, hasil kegiatan ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan sumbangan pemikiran, khususnya tentang kesadaran hukum masyarakat terhadap tindak pidana *fraud*/penipuan E-commerce, sebagai upaya preventif dan solusi agar tidak menjadi korban dikemudian hari.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan penyuluhan hukum ini adalah :

1. Metode Penyuluhan atau ceramah
2. Ceramah dilakukan melalui presentasi di ruang rapat/pertemuan Omorfoshop Makassar dan Kab.Gowa.
3. Setelah pemaparan materi aturan hukum hukum siber, *E-commerce*, dan *Digital Marketing*, dilanjutkan dengan diskusi interaktif dan tanya jawab mendalam.
4. Agar masyarakat setempat yang hadir lebih memahami tentang penyuluhan hukum ini, selain ceramah dan diskusi interaktif, juga disebarkan materi penyuluhan atau berupa *print out* materi.
5. Sosialisasi juga dilakukan dengan menerangkan metode/cara melakukan hubungan hukum dalam dunia siber serta menyerahkan kompilasi peraturan perundang-undangan terkait hukum siber, *E-commerce*, dan *Digital Marketing*.

Selain itu, untuk mencapai target luaran yang diharapkan dari pelaksanaan program kegiatan Penyuluhan Hukum ini, ada beberapa metode yang digunakan berdasarkan *National Learning Laboratories Bethel Maine.USA*, antara lain :

1. *Lecture*, yakni dilakukan dengan metode seminar dan kuliah umum agar masyarakat yang hadir memperoleh informasi yang benar tentang penegakan hukum sebagai solusi *fraud*/penipuan *E-commerce*.
2. *Reading*, yakni dengan memperkenalkan berbagai literatur tentang dampak negatif dan data kualitatif-kuantitatif *fraud*/penipuan *E-commerce*.
3. *Audio Visual*, mempresentasikan video tentang segala bentuk kelengkapan serta kegiatan-kegiatan tentang penanggulangan dan pencegahan tindak pidana *fraud*/penipuan *E-commerce*.
4. *Practice by doing*, yakni aplikasi praktis dari teori yang diperoleh lewat aksi nyata di lapangan.

Pada akhir kegiatan, dibuat rencana aksi untuk memantau dan mengevaluasi situasi sosial kegiatan para produsen dan konsumen *E-commerce* dan *Digital Marketing* setelah kegiatan penyuluhan tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan Penyuluhan Hukum :

- a. Masyarakat (produsen dan konsumen *E-commerce* dan *Digital Marketing*) yang menghadiri kegiatan PKM mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan yang baru berkaitan dengan jenis, dampak negatif, dan penegakan hukum tindak pidana *fraud E-commerce & Digital Marketing*, serta pelbagai dasar hukum berupa asas, teori, dan segala bentuk peraturan perundang-undangan terkait hukum *E-commerce* dan *Digital Marketing*.
- b. Memberikan penyadaran, pemahaman, dan menguatkan kembali peran masyarakat mengenai hubungan hukum yang dilakukan produsen dan konsumen, untuk menghindari *fraud E-commerce* sesuai aturan hukum yang berlaku sebagai upaya preventif dan solusi penanggulangan tindak pidana tersebut.
- c. Materi dan kegiatan yang diberikan oleh narasumber juga bermanfaat sebagai internalisasi nilai pribadi/individu untuk membentuk sikap sadar terhadap

hukum *E-commerce* dan *Digital Marketing*, baik sebagai produsen maupun konsumen.

- d. Kegiatan penyuluhan ini menjadi simbol kehadiran Fakultas Hukum Universitas Atma Jaya Makassar, selain sebagai ajang promosi, sekaligus dapat membangun Kerjasama dengan mitra dalam lingkup para produsen dan konsumen sebagai pelaku *E-commerce* dan *Digital Marketing*. Adapun kegiatan ini sebagai bentuk tanggung jawab pengabdian Perguruan Tinggi di tengah-tengah masyarakat.

KESIMPULAN

Dalam kegiatan PKM ini tujuan yang ingin dicapai yaitu untuk menganalisis penegakan hukum tindak pidana fraud *E-commerce* dan *Digital Marketing* sebagai upaya preventif dan solusi untuk mengurangi resiko terjadinya tindak pidana tersebut, baik terhadap para produsen, makelar/perantara, maupun di pihak konsumen *E-commerce* dan *Digital Marketing*. Hasil kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi ilmu pengetahuan hukum, secara khusus bagi masyarakat umumnya. Selain itu, hasil kegiatan ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan sumbangan pemikiran, khususnya tentang kesadaran hukum masyarakat terhadap hubungan hukum antara produsen dan konsumen di bidang *E-commerce*, sebagai upaya preventif dan solusi agar tidak menjadi korban-korban selanjutnya.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan dalam laporan pengabdian masyarakat tersebut, maka saran diusulkan adalah sebagai berikut:

1. Perlunya upaya preventif dan Solusi oleh penegak hukum dan pemerintah dengan melakukan kegiatan rutin dan melakukan sosialisasi dan edukasi melalui pelbagai aplikasi social media untuk mengurangi resiko terjadinya tindak pidana *fraud* di bidang *E-commerce*.
2. Peningkatan peran serta masyarakat untuk meningkatkan kesadaran hukum baik sebagai produsen, makelar/perantara, maupun konsumen sebagai salah satu bentuk upaya preventif dalam mengurangi resiko terjadinya tindak pidana *fraud*/penipuan *E-commerce*.

REFERENSI

- Abdurrasyid, P. (2011). Arbitrase dan alternatif penyelesaian sengketa (APS): Arbitration- alternative dispute resolution - ADR : suatu pengantar (Cet. 2, ed. 2, rev). Fikahati Aneska.
- Annur, C. M. (2023). Jumlah Pengguna Internet di Seluruh Dunia (Januari 1990-2023).
Jumlah Pengguna Internet Global Tembus 5,16 Miliar Orang Pada Januari 2023.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/03/jumlah-pengguna-internet-global-tembus-516-miliar-orang-pada-januari-2023>



- Aula, N. K. (2019). Pengaruh e-commerce terhadap Produk Domestik Bruto Indonesia. *Jurnal Kebijakan Ekonomi dan Keuangan*, 39–48. <https://doi.org/10.20885/JKEK.vol1.iss1.art4>
- Az, N. (2001, September). Revolusi Teknologi Dalam Transaksi Bisnis Melalui Internet. *Jurnal Keadilan*, 1(3), 28.
- Chou, D. C. (1999). The Economics of Taxing Electronic Commerce. *Information Systems Management*, 16(1), 7–14. <https://doi.org/10.1201/1078/43187.16.1.19990101/31156.2>
- Coffee, P. (1998). Authentication Risk Weigh Against Rewards. *Pc Week*, www.Coppel, J. (2000). E-Commerce: Impacts and Policy Challenges. The Organization for Economic Co-Operation and Development (OECD), 252. <https://dx.doi.org/10.1787/801315684632>
- Diantha, I. M. P. (2016). Metodologi Penelitian Hukum Normatif dalam Justifikasi Teori Hukum. Prenada Media Group.
- Galindo Martin, M. A., Guzman Cuevas, J., Ribeiro, D., & Galindo, M.-A. (2008). *Entrepreneurship and business: A regional perspective*. Springer.
- Hadjon, P. M. (1987). *Perlindungan Bagi Rakyat di Indonesia*. Surabaya, PT. Bina Ilmu, 4.
- Hariyanto, E. (2009). Problematika Dan Perlindungan Hukum E-Commerce Di Indonesia. *AL-IHKAM: Jurnal Hukum & Pranata Sosial*, 4(2), 293–310. <https://doi.org/10.19105/al-lhkam.v4i2.278>
- Heryogi, A., Ruba'i, M., & Sugiri, B. (2017). Fungsi Bukti Elektronik Dalam Hukum Acara Pidana Pasca Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 20/PUU-XIV/2016. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan*, 2(1), 7–17. <https://doi.org/10.17977/um019v2i12017p007>
- Hidayat, R. (2021, November 8). "Sudah Ikhlas": Banyaknya Kasus Penipuan Daring Tak Diproses Polisi. *tirto.id*. <https://tirto.id/sudah-ikhlas-banyaknya-kasus-penipuan-daring-tak-diproses-polisi-gk9r>
- Junita, A. (2020). Menakar Kesiapan Pembangunan Manusia Indonesia Menuju Negara Maju. WEBINAR Fakultas Ekonomi Unimed "Strategi Dunia Usaha Menyikapi Status Indonesia Sebagai Negara Maju: Pra dan Pasca Covid-19," 19–34.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2014). *E-commerce: Business, technology, society* (10. ed., global ed). Pearson.
- Liu, S. (2013). An Empirical Study on E-commerce's effects on Economic Growth. *Proceedings of the 2013 Conference on Education Technology and Management Science*. 2013 Conference on Education Technology and Management Science, Nanjing, China. <https://doi.org/10.2991/icetms.2013.260>
- Makarim, E. (2003). *Kompilasi Hukum Telematika*. PT Raja Grafindo Persada.
- Mustajibah, T., & Trilaksana, A. (2021). *DINAMIKA E-COMMERCE DI INDONESIA TAHUN 1999-2015*. 10(3).14 AJSH/3.1; 1-14; 2023
- Mutia, A. (2022). *Daftar 20 Negara Ekonomi Terkuat di Dunia 2022, Indonesia Masuk*. Daftar. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/02/daftar-20-negara-ekonomi-terkuat-di-dunia-2022-indonesia-masuk-daftar>



- Nurpadila, M., & Marpaung, D. S. H. (2021). Online Dispute Resolution (ODR) Sebagai Alternatif Penyelesaian Sengketa E-Commerce Di Indonesia. 5(2).
- Paryadi, D. (2018). Pengawasan E Commerce Dalam Undang-Undang Perdagangan Dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Jurnal Hukum & Pembangunan, 48(3),652. <https://doi.org/10.21143/jhp.vol48.no3.1750>
- Pramesti, T. J. A. (2020, Juli 10). Litigasi dan Alternatif Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan [Hukum Online]. <https://www.hukumonline.com/klinik/a/litigasi-dan-alternatif-penyelesaian-sengketa-di-luar-pengadilan-lt52897351a003f>
- Purbo, O. W., & Wahyudi, A. A. (2001). Mengenal E-commerce. Elec Media Komputindo.
- Putri, R. P. A., & Ruhaeni, N. (2022). Kewajiban Mendaftarkan E-Commerce dalam Sistem Elektronik berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dan Implementasinya terhadap E-Commerce Informal. Bandung Conference Series: Law Studies, 2(1). <https://doi.org/10.29313/bcsls.v2i1.441>
- Qu, L., & Chen, Y. (2014). The Impact of e-commerce on China's Economic Growth.
- Ratnasingham, P. (1998). Trust in Web-based electronic commerce security. Information Management & Computer Security, 6(4), 162-166. <https://doi.org/10.1108/09685229810227667>
- Salim H. S. (2003). Hukum kontrak: Teori dan teknik penyusunan kontrak (Cet. 1). Sinar Grafika.
- Suyanto, M. (2003). Strategi periklanan pada e-commerce perusahaan top dunia. Andi.
- Sya'bani, A. (2016). Review Ketentuan Perpajakan E-Commerce Di Indonesia.
- Weber, R. (1999). Information systems control and audit. Prentice Hall.
- Yadi, D. K., Sood, M., & Martini, D. (2022). Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Transaksi E-Commerce Menurut Tata Hukum Indonesia. Commerce Law, 2(1). <https://doi.org/10.29303/commercelaw.v2i1.1368>