



Analisis Terhadap Efektivitas Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Online Shop di Indonesia

Hasyim

Uversitas Negeri Medan

Aulia Syahfitri

Uversitas Negeri Medan

Nurul Azhizah

Uversitas Negeri Medan

Sri Rahayu Devi

Uversitas Negeri Medan

Alamat: Jl. William Iskandar Ps. V Medan Estate

Korespondensi penulis: hasyimesty@unimed.ac.id

Abstract. *This research is motivated by the increasing number of online shop transactions in Indonesia, which are accompanied by various consumer protection issues, such as products that do not match the description, personal data leaks, and the lack of effective complaint mechanisms. The purpose of this study is to evaluate how effective the applicable consumer protection laws are and to find obstacles in their implementation. The study uses a qualitative descriptive approach, using literature studies and analysis of consumer reports from social media. The results of the study show that although regulations such as UUPK, UU ITE, and PP PSTE are available, their implementation is still not optimal due to low consumer literacy, weak supervision, and lack of coordination between institutions. The implications of these findings indicate the need to strengthen law enforcement, consumer education, and the application of technology for data protection and supervision of business actors. This study contributes to improving policies and increasing the security of digital transactions in Indonesia.*

Keywords: *Consumer protection, Online transaction, E-commerce*

Abstrak. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya transaksi melalui online shop di Indonesia yang diiringi berbagai persoalan perlindungan konsumen, seperti produk tidak sesuai deskripsi, kebocoran data pribadi, dan minimnya mekanisme pengaduan yang efektif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi seberapa efektif undang-undang perlindungan konsumen yang berlaku dan menemukan kendala dalam pelaksanaannya. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, menggunakan studi pustaka dan analisis laporan konsumen dari media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun regulasi seperti UUPK, UU ITE, dan PP PSTE telah tersedia, penerapannya masih belum optimal akibat rendahnya literasi konsumen, lemahnya pengawasan, dan kurangnya koordinasi antar lembaga. Implikasi dari temuan ini menunjukkan perlunya penguatan penegakan hukum, edukasi konsumen, serta penerapan teknologi untuk perlindungan data dan pengawasan pelaku usaha. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap perbaikan kebijakan dan peningkatan keamanan transaksi digital di Indonesia.

Kata kunci: Perlindungan Konsumen, Transaksi Online, E-Commerce

LATAR BELAKANG

Belanja online telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia di era digital saat ini. Konsumen dapat membeli berbagai macam barang dengan beberapa kali klik melalui platform toko online tanpa harus keluar dari rumah mereka. Kemudahan ini sangat bermanfaat, terutama di tengah gaya hidup modern yang semakin praktis dan cepat. Belanja online memungkinkan pelanggan mendapatkan barang yang mereka butuhkan dengan cepat dan dengan harga yang lebih murah daripada belanja langsung di toko fisik. (Frahyantil et al., 2024)

Namun, di balik kenyamanan tersebut, tidak sedikit masalah yang muncul, terutama terkait perlindungan hak-hak konsumen. Keluhan konsumen sering terdengar, mulai dari barang yang tidak sesuai deskripsi, pengiriman yang bermasalah, hingga sulitnya menghubungi penjual setelah transaksi selesai. Bahkan, ada kasus penyalahgunaan data pribadi yang seharusnya dilindungi. Hal ini menunjukkan bahwa transaksi online memiliki risiko yang berbeda dengan belanja langsung, sehingga menuntut perlindungan hukum yang jelas dan efektif (Suprianto, 2025).

Untuk menjamin perlindungan bagi konsumen, pemerintah Indonesia telah mengeluarkan sejumlah regulasi, salah satunya adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini memberikan landasan hukum yang melindungi hak konsumen, termasuk hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan saat menggunakan barang maupun jasa. Selain itu, aturan terkait transaksi elektronik juga mengatur tanggung jawab pelaku usaha yang menjalankan aktivitas jual beli melalui sistem elektronik.

Namun, pertanyaan yang muncul adalah seberapa efektif perlindungan tersebut berjalan di lapangan? Apakah konsumen benar-benar merasa aman saat bertransaksi secara online? Atau masih banyak konsumen yang belum memahami hak-haknya dan bingung harus melapor ke mana saat terjadi masalah? Penelitian ini bertujuan untuk menelusuri penerapan perlindungan konsumen dalam transaksi online di Indonesia, mengidentifikasi hambatan yang dihadapi, serta memberikan rekomendasi perbaikan ke depan. Harapannya, hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran jelas tentang situasi perlindungan konsumen di era belanja digital serta menawarkan solusi yang konstruktif (Suprianto, 2025).

KAJIAN TEORITIS

Pengertian Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen adalah langkah yang dilakukan untuk memastikan hak-hak konsumen tetap terpenuhi dan tidak dirugikan dalam aktivitas jual beli, baik secara langsung maupun lewat media digital. Mengacu pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), perlindungan ini mencakup berbagai upaya untuk memberikan kepastian hukum bagi konsumen dan pelaku usaha saat bertransaksi barang atau jasa, termasuk transaksi yang dilakukan secara online.

Salah satu bentuk perlindungan terhadap konsumen adalah pemberian hak untuk memperoleh informasi yang akurat, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan dari barang atau jasa (Pasal 4 huruf c UUPK). Konsumen juga berhak atas rasa nyaman, aman, dan terlindungi saat menggunakan barang atau jasa (Pasal 4 huruf a), serta berhak memilih dan mendapatkan produk atau layanan sesuai dengan harga dan kualitas yang telah dijanjikan. (Sari, M. N., & Hidayat, 2020a).

Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Online Shop

Perdagangan elektronik yang semakin berkembang pesat melibatkan transaksi toko online, tetapi transaksi ini membawa risiko tertentu, seperti ketidaksesuaian produk, penipuan, dan masalah pengembalian barang. Oleh karena itu, perlindungan terhadap para konsumen terutama dalam e-commerce atau perdagangan online menjadi sangat penting.

Menurut (Setiawan, 2021), perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online harus mencakup transparansi informasi produk, keamanan data pribadi, mekanisme pengaduan yang mudah, serta jaminan pengembalian barang dan garansi. Hal ini sejalan dengan prinsip-prinsip perlindungan konsumen yang tercantum dalam UUPK, serta didukung oleh regulasi tambahan seperti Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Regulasi Perlindungan Konsumen di Indonesia

Regulasi utama yang mengatur perlindungan konsumen di Indonesia adalah UUPK No. 8 Tahun 1999. Selain itu, regulasi lain yang relevan adalah:

- Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang mengatur transaksi elektronik dan perlindungan data pribadi konsumen.

- Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 mengatur pelaksanaan perdagangan melalui sistem elektronik, di mana pelaku usaha diwajibkan untuk menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa dan menyampaikan informasi yang akurat kepada konsumen.
- Peraturan Menteri Perdagangan No. 50 Tahun 2020 membahas tentang tata cara penyelenggaraan perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE), yang mewajibkan platform e-commerce untuk menyediakan fitur layanan pengaduan dan mekanisme penyelesaian sengketa bagi konsumen. (Rahman, 2022a).

4. Efektivitas Perlindungan Konsumen

- Efektivitas perlindungan konsumen dapat diartikan sebagai sejauh mana regulasi dan mekanisme yang ada mampu melindungi hak-hak para konsumen secara nyata dalam kegiatan jual beli, khususnya di e-commerce. Efektivitas ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:
 - Pelaku Usaha harus mematuhi peraturan dan standar pelayanan
 - Ketersediaan Mekanisme Penyelesaian Sengketa yang cepat, mudah, dan adil bagi konsumen.
 - Kesadaran dan Literasi para konsumen terhadap hak mereka dan cara menggunakan mekanisme perlindungan.
 - Pengawasan dan Penegakan Hukum oleh pemerintah dan lembaga terkait (Yulianto & Prasetyo, 2023).
 - Studi oleh (Putri, D. R., & Santoso, 2022) menunjukkan bahwa meskipun regulasi sudah ada, masih banyak konsumen yang mengalami kesulitan dalam pengaduan dan penyelesaian sengketa karena prosedur yang rumit dan kurangnya informasi.

5. Hambatan dalam Implementasi Perlindungan Konsumen di E-Commerce

Pelaksanaan perlindungan konsumen dalam e-commerce menghadapi berbagai hambatan, di antaranya adalah rendahnya literasi digital konsumen yang menyebabkan kurangnya pemahaman tentang hak-hak dan mekanisme pengaduan (Kurniawan, 2021). Selain itu, pengawasan terhadap pelaku usaha dan platform e-commerce yang belum optimal, terutama bagi pelaku usaha yang tidak terdaftar secara resmi, membuka celah bagi praktik penipuan dan penyalahgunaan (Sari, M. N., & Hidayat, 2020). Prosedur

pengaduan yang kompleks dan kurang responsif juga menjadi kendala bagi konsumen dalam memperoleh perlindungan yang layak (Rahman, 2022).

6. Upaya Peningkatan Efektivitas Perlindungan Konsumen

Untuk meningkatkan efektivitas perlindungan konsumen, diperlukan penguatan regulasi dan penegakan hukum yang konsisten agar pelaku usaha yang melanggar dapat dikenai sanksi yang memberikan efek jera. Selain itu, edukasi dan sosialisasi hak-hak konsumen perlu ditingkatkan agar konsumen lebih sadar dan mampu melindungi diri dalam bertransaksi online. Pengembangan mekanisme penyelesaian sengketa yang mudah diakses dan cepat, seperti mediasi online, juga sangat penting. Terakhir, penerapan teknologi keamanan data yang mutakhir harus menjadi prioritas untuk melindungi informasi pribadi konsumen dari risiko kebocoran dan penyalahgunaan (Yulianto & Prasetyo, 2023; Kurniawan, 2021).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang seberapa efektif perlindungan konsumen dalam transaksi toko online di Indonesia.. Metode ini dianggap paling cocok untuk menangani masalah yang tidak hanya bersifat hukum tetapi juga pengalaman konsumen, peran pelaku usaha, dan tanggapan lembaga yang berwenang. Dalam penelitian ini, tidak ada angka atau statistik yang digunakan. Sebaliknya, penelitian ini berfokus pada pengumpulan dan analisis data dari berbagai sumber, termasuk informasi, buku, artikel, jurnal, dan sumber lainnya yang dapat memberikan gambaran mendalam tentang keadaan yang diteliti. Penulis juga memeriksa beberapa kasus nyata dari media sosial yang terjadi selama transaksi online, termasuk keluhan atau perselisihan konsumen dan cara penyelesaiannya. Dari situ, penulis mencoba menarik kesimpulan mengenai seberapa efektif perlindungan hukum yang sudah ada, serta apakah konsumen benar-benar merasa aman saat bertransaksi di platform digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam hal hukum dan hubungan antara pelaku usaha dan konsumennya, biasanya ada ketidakseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen. Pelaku usaha memiliki posisi yang lebih kuat daripada konsumen. Maka dari itu, penting untuk memastikan bahwa hak-hak konsumen terlindungi dengan baik dalam kerangka hukum perlindungan konsumen

(Alaysia & Ghozali, 2023). Pemerintah harus membuat kebijakan dan peraturan yang membentuk kerangka hukum yang kokoh untuk meningkatkan kesadaran konsumen tentang perlindungan. undang-undang yang jelas dan menyeluruh, seperti yang ditunjukkan oleh UUPK Indonesia, adalah dasar utama untuk menetapkan standar dan norma perlindungan konsumen. Penting untuk mempertahankan dan meningkatkan sistem perlindungan konsumen di tengah peningkatan globalisasi dan kerumitan pasar. Kebijakan ini sangat penting karena mereka membangun landasan hukum yang kuat dan membantu perusahaan dan industri elektronik berkomunikasi dengan pelanggan mereka. Selain itu, pemerintah harus proaktif dalam memastikan bahwa undang-undang selalu berubah sesuai dengan perubahan pasar dan teknologi. Hal ini penting agar regulasi tetap relevan, mengakomodasi perubahan tren konsumen, dan menanggapi perubahan dalam praktik e-commerce. (Al & Hardyanthi, 2024).

1. Kerangka Hukum Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia

Di Indonesia, ada beberapa Undang-Undang utama yang melindungi konsumen selama transaksi e-commerce. Untuk memberikan keamanan hukum kepada konsumen dan melindungi mereka dari praktik perdagangan elektronik yang tidak aman, regulasi ini sangat penting.

a) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK)

Untuk melindungi konsumen di Indonesia, termasuk dalam transaksi online, UUPK berfungsi sebagai landasan hukum utama. Pasal 4 UUPK menyatakan hak konsumen, seperti hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan saat menggunakan barang dan/atau jasa (Pasal 4 huruf a), hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi yang dijanjikan (Pasal 4 huruf b), dan hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan akurat tentang kondisi dan jaminan (Al & Hardyanthi, 2024).

Selain itu, Pasal 7 UUPK mengatur kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang akurat dan lengkap serta bertanggung jawab atas kerugian yang timbul dari penggunaan barang/jasa yang diproduksi atau diperdagangkan. Pelanggaran dalam

hal ini dapat dikenai sanksi pidana berupa penjara hingga 5 tahun dan/atau denda maksimal Rp2 miliar (Satory, 2015).

Meskipun UUPK memberikan dasar hukum yang kuat, terdapat kelemahan, seperti cakupan pelaku usaha yang hanya terbatas pada yang berkedudukan di Indonesia, sehingga transaksi lintas batas masih menjadi tantangan tersendiri.

b) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) Nomor 11 Tahun 2008

Dokumen dan informasi elektronik memiliki kekuatan hukum yang sama dengan dokumen konvensional sebagai bukti di pengadilan, menurut UU ITE (Pasal 5 dan 6). Hal ini sangat penting untuk transaksi e-commerce, di mana komunikasi dan bukti transaksi dilakukan secara digital. Dengan demikian, konsumen dan pelaku usaha memiliki keamanan hukum karena transaksi elektronik yang sah.

Untuk melindungi konsumen, UU ITE mengatur tanggung jawab pelaku usaha atas penyebaran dan transaksi informasi elektronik. Pasal 28 ayat (1) secara tegas melarang penyebaran informasi palsu yang dapat merugikan pelanggan saat melakukan transaksi online. Selain itu, perusahaan harus mematuhi peraturan yang berlaku untuk melindungi data pribadi konsumen (Peraturan BPK RI, 2008).

UU ITE juga mengatur sanksi pidana bagi pelaku yang melakukan pelanggaran, seperti penyebaran informasi palsu, pencemaran nama baik, ancaman kekerasan, akses ilegal ke sistem elektronik, dan penyalahgunaan data pribadi. Peraturan BPK RI tahun 2008 menetapkan bahwa pelanggaran tertentu dapat mengakibatkan hukuman penjara hingga 6 tahun dan/atau denda hingga Rp1 miliar.

UU ITE memberikan landasan hukum dalam mengatasi berbagai risiko dalam transaksi online, seperti penipuan digital, penyebaran informasi menyesatkan, dan pelanggaran data pribadi. Dengan pengakuan dokumen elektronik sebagai alat bukti, konsumen dapat menuntut haknya secara hukum jika dirugikan. Selain itu, sanksi pidana yang tegas menjadi alat pencegah bagi pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Untuk menciptakan ekosistem e-commerce yang aman dan terpercaya di Indonesia, UU ITE bekerja sama dengan undang-undang lain seperti UUPK dan PP PSTE.

c) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 mengenai Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE)

Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 mengganti Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 dan mengatur semua sistem dan transaksi elektronik di Indonesia. PP ini dibuat untuk mengikuti perkembangan pesat teknologi informasi dan kebutuhan hukum masyarakat untuk mendukung pertumbuhan ekonomi digital dan melindungi kedaulatan data elektronik negara.

Semua penyelenggara sistem elektronik, baik publik maupun privat, diharuskan untuk mendaftarkan kepada menteri terkait sebelum sistem tersebut digunakan (Pasal 5 ayat 3). Mereka juga harus memastikan bahwa sistem mereka tidak memfasilitasi penyebaran dokumen atau informasi elektronik yang dilarang oleh hukum (Pasal 5 ayat 5).

Selain itu, rekam jejak audit seluruh operasi penyelenggaraan sistem elektronik harus diberikan oleh penyelenggara (Pasal 14). Ini penting untuk pengawasan, penegakan hukum, verifikasi, dan penyelesaian sengketa. Hal ini sangat penting untuk menjaga transaksi elektronik yang transparan dan akuntabel (Peraturan BPK, 2019).

Informasi yang melindungi hak pengguna dilindungi oleh PP PSTE (Pasal 16). Ini termasuk identitas penyelenggara, objek transaksi, keamanan sistem, tata cara penggunaan, syarat kontrak, prosedur kesepakatan, jaminan privasi, dan nomor pusat pengaduan. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa transaksi yang aman dan terpercaya dapat dilakukan oleh pelanggan dan pengguna sistem elektronik dengan cara terbaik.

2. Implementasi Regulasi Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Online Shop di Indonesia

Pertumbuhan industri perdagangan elektronik Indonesia yang pesat telah mengubah pola konsumsi masyarakat. Namun, kemajuan ini menimbulkan tantangan besar untuk melindungi hak-hak konsumen saat melakukan transaksi online. Untuk menjamin keamanan, kenyamanan, dan keadilan dalam transaksi online, regulasi yang melindungi konsumen menjadi sangat penting (Sihombing et al., 2024).

a) Penerapan Regulasi dalam Transaksi Online Shop

- **Transparansi Informasi Produk**

Transparansi adalah prinsip utama perlindungan konsumen. Semua informasi produk, termasuk harga dan spesifikasi, serta syarat dan ketentuan transaksi, harus diinformasikan secara akurat dan lengkap oleh pelaku usaha e-

commerce (Pasal 7 huruf b UUPK) (JDIH Barito Utara, 2025). Namun, masih banyak kasus di mana barang yang dijual secara online tidak sesuai dengan deskripsinya, bahkan jika produk tersebut terbukti palsu atau barang bekas yang dijual sebagai barang baru. Contohnya, penjualan ponsel refurbished yang dikemas seolah-olah baru, atau kosmetik yang mengandung bahan berbahaya (Sihombing et al., 2024).

- **Perlindungan Data Pribadi Konsumen**

Perlindungan data pribadi sangat penting saat bertransaksi secara online. Dengan keluarnya UU ITE No. 1 Tahun 2024, bisnis e-commerce diwajibkan untuk melindungi data pribadi pelanggan, seperti informasi pembayaran, alamat, dan rekaman transaksi (Pasal 38 UU ITE 2024). Seseorang yang melanggar peraturan ini dapat dikenakan hukuman administratif atau pidana (Pasal 39 UU ITE 2024).

Kasus kebocoran data pengguna yang dialami oleh RedMart (Lazada) pada 2020 dan penjualan data konsumen secara ilegal yang terungkap oleh CISSReC menunjukkan bahwa perlindungan data pribadi masih menjadi tantangan besar bagi industri e-commerce di Indonesia (Sihombing et al., 2024).

Kasus penipuan yang dilakukan oleh Grab Toko Indonesia pada tahun 2020 juga menjadi contoh nyata kegagalan implementasi perlindungan konsumen dalam transaksi online. Platform ini mempromosikan produk elektronik dengan diskon besar, namun sebagian besar konsumen tidak menerima barang yang dibeli. Pembayaran dilakukan langsung ke rekening pribadi pelaku tanpa sistem escrow sehingga konsumen mengalami kerugian hingga Rp17 miliar (Lidya & Myeke, 1999).

Kasus ini menunjukkan pelanggaran hak konsumen atas kenyamanan, keamanan, dan informasi yang benar sesuai Pasal 4 UUPK, serta pelanggaran UU ITE terkait penyebaran informasi palsu (Jurnal Innovative, 2024). Selain itu, lambatnya penanganan kasus oleh aparat hukum memperpanjang kerugian konsumen dan menimbulkan ketidakpercayaan terhadap transaksi online

- **Garansi dan Pengembalian Barang**

Menurut Pasal 18 UUPK, pelaku usaha wajib memberikan garansi atas produk yang dijual. Konsumen berhak untuk mengembalikan produk jika rusak

atau tidak sesuai dengan deskripsi. Namun, dalam praktiknya, konsumen sering mengalami kesulitan dalam proses pengembalian barang karena minimnya pemahaman terhadap prosedur pengembalian dan aturan yang merugikan pelanggan, seperti klausula yang membatalkan garansi jika pelanggan memberikan ulasan buruk. Pasal 18 UUPK, ayat (1) dan (2), melarang klausula yang membatasi hak konsumen secara eksplisit.

b) Kendala dalam Implementasi Regulasi

Meskipun regulasi sudah ada, implementasi perlindungan konsumen dalam transaksi online masih menghadapi berbagai kendala, di antaranya:

- Minimnya literasi konsumen terhadap hak-hak mereka dan mekanisme pengaduan yang tersedia, sehingga banyak konsumen tidak melaporkan pelanggaran atau tidak mengetahui cara menuntut haknya (Komisi VI DPR RI, 2025).
- Kurangnya pengawasan dan penegakan hukum terhadap bisnis yang melanggar undang-undang, serta kurangnya koordinasi antar lembaga pengawas seperti BPKN, Kominfo, dan Kepolisian
- Kurangnya mekanisme perlindungan dana konsumen, seperti sistem escrow yang menahan pembayaran sampai barang diterima konsumen, yang belum diwajibkan secara ketat di Indonesia.
- Perjanjian transaksi online yang dibuat sepihak oleh perusahaan memiliki klausula baku yang merugikan konsumen.

c) Upaya dalam Meningkatkan Perlindungan Konsumen

1. Penguatan Infrastruktur Hukum dan Penegakan Regulasi

Peningkatan perlindungan konsumen membutuhkan infrastruktur hukum yang kuat dan pengawasan yang ketat. Pemerintah perlu memastikan bahwa regulasi seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan UU ITE dijalankan secara efektif, dengan sanksi tegas bagi pelaku usaha yang melanggar. Penegakan hukum yang konsisten akan memberikan efek jera sehingga praktik curang dapat diminimalisir. Selain itu, regulasi harus diperbarui secara teratur untuk mengikuti kemajuan teknologi dan praktik bisnis e-commerce. (Al & Hardyanti, 2024).

2. Peningkatan Sumber Daya dan Kolaborasi Antar Pemangku Kepentingan

Untuk memaksimalkan pengawasan, lembaga pengawas harus memiliki sumber daya manusia dan anggaran yang memadai. Sangat penting bahwa pemerintah, pelaku usaha, konsumen, institusi pendidikan, dan bahkan negara lain bekerja sama secara erat. Ini karena pelanggaran e-commerce sering terjadi di antara negara-negara. (Sihombing et al., 2024). Sinergi ini juga dapat memperkuat standar dan mekanisme perlindungan konsumen.

3. Edukasi dan Peningkatan Kesadaran Konsumen

Konsumen harus dididik dan diberikan pemahaman terus menerus mengenai hak-hak mereka, cara bertransaksi yang aman, dan sarana pengaduan dan penyelesaian sengketa. Tujuan dari pendidikan ini adalah agar pelanggan menjadi lebih cerdas dan waspada saat berbelanja online sehingga mereka dapat melindungi diri dari penipuan dan tindakan bisnis yang tidak etis. Kampanye pendidikan dapat dilakukan melalui seminar, media sosial, dan kolaborasi dengan platform e-commerce.

4. Pemanfaatan Teknologi untuk Pengawasan dan Keamanan

Teknologi informasi dapat dimanfaatkan untuk memperkuat pengawasan dan penegakan hukum, misalnya dengan sistem monitoring transaksi, verifikasi identitas penjual, dan deteksi dini praktik penipuan. Selain itu Untuk mencegah data pribadi pelanggan bocor atau disalahgunakan, standar keamanan data yang ketat juga penting.

5. Standarisasi Kualitas Produk dan Kebijakan Pengembalian Barang

Perlindungan konsumen juga harus mencakup standarisasi kualitas produk yang dijual secara online agar konsumen tidak menerima barang yang cacat atau tidak sesuai deskripsi. Selain itu, kebijakan pengembalian barang yang jelas dan adil harus diwajibkan bagi pelaku usaha untuk memberikan jaminan garansi dan kemudahan bagi konsumen yang tidak puas.

6. Pengawasan Ketat terhadap Penjual dan Platform E-Commerce

Penyelenggara platform e-commerce harus melakukan verifikasi identitas penjual, memantau produk yang dijual, serta mengawasi umpan balik dan rating dari pelanggan. Hal ini penting untuk menghindari praktik bisnis yang merugikan konsumen dan penipuan. Kebijakan yang mendorong

transparansi dan akuntabilitas pelaku usaha juga harus mendukung pengawasan ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari Penelitian ini dapat penulis simpulkan bahwa meskipun Indonesia telah memiliki kerangka regulasi yang cukup komprehensif terkait perlindungan konsumen dalam transaksi online—seperti UUPK, UU ITE, dan PP PSTE—implementasinya di lapangan masih menghadapi berbagai kendala. Rendahnya literasi konsumen, lemahnya pengawasan terhadap pelaku usaha, serta belum optimalnya mekanisme pengaduan menjadi hambatan utama dalam mewujudkan perlindungan yang efektif. Selain itu, maraknya praktik penipuan, kebocoran data pribadi, dan penyalahgunaan klausula baku dalam transaksi online menegaskan pentingnya pembaruan sistem pengawasan dan edukasi konsumen. Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat dalam membangun ekosistem e-commerce yang aman, transparan, dan adil. Penelitian ini merekomendasikan penguatan penegakan hukum, penyederhanaan proses pengaduan, peningkatan edukasi konsumen, serta pemanfaatan teknologi untuk perlindungan data dan pengawasan digital. Diharapkan upaya-upaya ini dapat meningkatkan keamanan transaksi online dan melindungi hak-hak konsumen secara optimal di era modern.

DAFTAR REFERENSI

- Al, F., & Hardyanthi, T. (2024). *Perlindungan Konsumen Pada Platform E-Commerce : Regulasi dan Peran Pemerintah*. 2(3), 136–141.
- Alaysia, A. N., & Ghozali, F. Al. (2023). *Peran Hukum Perlindungan Konsumen dalam Meningkatkan Kepercayaan Pasar Industri Elektoronik di Indonesia*. *Ethics and Law Journal: Business and Notary*, 1(3), 164–169. <https://doi.org/10.61292/eljbn.v1i3.61>
- Frahyant1, F., Syafi'i, M. A., 2, & Happy Sista Devi3. (2024). *Analisis Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Konsumen Memilih Belanja Online Store Daripada Offline Store*. *Jurnal Sahmiyya*, 3(1).
- Kurniawan, A. (2021). *Literasi Digital dan Perlindungan Konsumen di Era E-Commerce*. *Jurnal Teknologi Dan Pendidikan*, 5(2), 123–135.
- Putri, D. R., & Santoso, B. (2022). *Evaluasi Mekanisme Penyelesaian Sengketa Konsumen pada E-Commerce di Indonesia*. *Jurnal Hukum Dan Masyarakat*, 10(1), 45–60.
- Rahman, F. (2022a). *Perlindungan Konsumen dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*. *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Digital*, 3(1), 8–92.

- Sari, M. N., & Hidayat, R. (2020a). Tantangan Perlindungan Konsumen di Era Digital. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 8(3), 200-215.
- Satory, A. (2015). Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Bisnis. *Padjajaran Ilmu Hukum*, 2(2460-1543], 271–272.
- Setiawan, T. (2021). Perlindungan Data Pribadi Konsumen dalam Transaksi Online. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 6(2), 101–115.
- Sihombing, R. E., Gede, M., Karma, S., Hukum, F., & Udayana, U. (2024). Perlindungan Konsumen dalam E-Commerce di Indonesia (Hambatan Penerapan Regulasi Antara Penerapan Dan Pengawasan). 6, 58–70.
- Suprianto. (2025). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Belanja Online.