

## **Perlindungan Konsumen dalam Era Digital: Analisis Hukum Jual Beli Online di Indonesia**

**Gunardi Lie<sup>1</sup>, Silvia Rusni Sabrina<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Jurusan Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Tarumanagara  
Email: gunardi@fh.untar.ac.id<sup>1</sup>, silvia.205230336@stu.untar.ac.id<sup>2</sup>

Published: April, 2026

### **ABSTRAK**

Studi ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli daring di Indonesia serta meneliti upaya untuk meningkatkan efektivitasnya. Pertumbuhan e-commerce yang pesat, terutama di platform seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada, memudahkan masyarakat, tetapi juga menghadirkan berbagai risiko bagi konsumen. Penelitian ini menerapkan metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan legislasi dan konseptual. Penelitian menunjukkan bahwa perlindungan konsumen telah diterapkan melalui berbagai cara, seperti sistem escrow, fitur ulasan, dan kebijakan pengembalian produk, namun belum berjalan secara maksimal. Tantangan utama mencakup minimnya transparansi data, posisi konsumen yang lemah, serta ketidakefektifan penyelesaian konflik. Maka dari itu, diperlukan penguatan peraturan, peningkatan pengetahuan digital, serta optimalisasi peran platform dan lembaga terkait untuk memperkuat perlindungan konsumen secara menyeluruh.

**Kata Kunci :** Perlindungan konsumen, E-commerce, Transaksi online

### **ABSTRACT**

*This research focuses on assessing legal safeguards for consumers involved in online purchase and sale transactions in Indonesia and explores methods to enhance its efficacy. The swift expansion of e-commerce, especially on sites like Shopee, Tokopedia, and Lazada, offers ease but also presents dangers to buyers. This study employs a normative legal methodology through statutory and conceptual frameworks. The findings show that consumer protection has been established via measures like escrow systems, review functionalities, and refund policies, though it is still not entirely effective. Major obstacles consist of insufficient transparency, a feeble bargaining stance for consumers, and inadequate mechanisms for resolving disputes. Thus, reinforcing regulations, advancing digital literacy, and refining the functions of platforms and institutions are essential for boosting consumer protection.*

**Keyword :** Consumer protection, E-commerce, Online transactions

### **PENDAHULUAN**

Kemajuan teknologi informasi telah mengubah secara signifikan cara masyarakat berinteraksi, terutama dalam sektor perdagangan. Kegiatan perdagangan yang dahulu dilakukan secara tradisional kini beralih ke platform digital melalui *e-commerce*. Fenomena ini tidak hanya berlangsung secara internasional, tetapi juga tumbuh pesat di Indonesia sejalan dengan meningkatnya akses internet, yang memudahkan masyarakat untuk mengakses teknologi sehingga masyarakat semakin akrab dengan melakukan transaksi secara daring. Keadaan inimenunjukkan bahwa *e-commerce* telah menjadi elemen krusial dalam kehidupan ekonomi saat ini.

Pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia dipicu oleh sejumlah faktor, termasuk peningkatan jumlah pengguna internet dan kemajuan teknologi perangkat digital. Platform seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada merupakan contoh jelas dari kemajuan perdagangan digital di Indonesia. Ketiga platform tersebut menyediakan berbagai kemudahan, mulai dari ragam produk yang bervariasi hingga cara pembayaran yang fleksibel. Selain itu, keberadaan promo dan diskon juga berfungsi sebagai daya tarik utama bagi para konsumen. Akibatnya, terjadi lonjakan besar dalam jumlah transaksi daring di Indonesia. Kenyamanan dalam bertransaksi *e-commerce* memberikan keuntungan yang signifikan bagi konsumen. Konsumen dapat berbelanja setiap saat dan di mana saja tanpa perlu mengunjungi toko secara langsung dan dapat dengan cepat membandingkan harga serta kualitas barang dari berbagai penjual. Fitur ulasan produk juga memudahkan konsumen dalam membuat keputusan sebelum melakukan pembelian. Sehingga *e-commerce* menawarkan efisiensi dan efektivitas dalam proses transaksi perdagangan.

Walaupun menawarkan banyak kemudahan, transaksi *e-commerce* juga memiliki sejumlah risiko yang dapat merugikan konsumen. Salah satu risiko yang umum terjadi adalah barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi yang ditunjukkan oleh penjual. Selain itu, terdapat juga risiko terlambatnya pengiriman atau bahkan barang tidak tiba

kepada konsumen. Dalam beberapa situasi, pembeli juga menghadapi penipuan yang dilakukan oleh penjual yang tidak dapat dipercaya. Keadaan ini mengindikasikan bahwa belanja online tidak sepenuhnya terlindungi bagi konsumen.

Masalah lain yang timbul dalam transaksi *e-commerce* adalah minimnya transparansi informasi dari para pelaku bisnis, data yang kurang lengkap atau jujur tentang produk bisa menimbulkan salah pengertian bagi konsumen. Hal ini sering kali berakhir pada ketidakpuasan konsumen terhadap barang yang diterima. Penggunaan foto atau deskripsi yang tidak mencerminkan kondisi asli produk juga merupakan salah satu bentuk pelanggaran hak konsumen. Oleh karena itu, transparansi informasi merupakan elemen krusial dalam transaksi *e-commerce*.

Dalam realitanya, posisi konsumen dalam transaksi *e-commerce* sering kali berada dalam posisi yang kurang menguntungkan. Hal ini disebabkan oleh standar ketentuan yang ditetapkan secara sepihak oleh platform. Konsumen umumnya hanya dapat menerima atau menolak tanpa kesempatan untuk bernegosiasi. Situasi ini mengakibatkan ketidakadilan dalam hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha. Di samping itu, minimnya tingkat literasi digital di masyarakat pun berperan dalam memperburuk posisi konsumen. Banyak pengguna yang belum mengerti hak dan tanggung jawab mereka dalam bertransaksi secara daring. Ketidapkahaman ini menjadikan konsumen mudah terkena berbagai jenis pelanggaran. Dalam sejumlah kasus, konsumen tidak menyadari tindakan yang perlu dilakukan saat menghadapi kerugian. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya pendidikan bagi masyarakat dalam menghadapi kemajuan *e-commerce*.

Perlindungan hukum bagi konsumen merupakan faktor krusial dalam memastikan keadilan dalam transaksi *e-commerce*. Perlindungan konsumen adalah usaha untuk menjamin kepastian hukum serta menjaga hak-hak konsumen dari tindakan yang merugikan. Perlindungan ini bersifat tidak hanya preventif, tetapi juga represif. Dengan kata lain, perlindungan hukum harus dapat mencegah terjadinya pelanggaran sekaligus menawarkan solusi saat sengketa muncul. Oleh karena itu, perlindungan konsumen berperan penting dalam membangun sistem perdagangan yang adil.

Tujuan perlindungan konsumen adalah untuk meningkatkan kesadaran, kemampuan, serta kemandirian konsumen<sup>2</sup>. Hal ini krusial supaya konsumen dapat menjaga dirinya sendiri saat menghadapi berbagai risiko dalam transaksi. Perlindungan hukum juga berperan untuk menyeimbangkan antara kepentingan konsumen dan pelaku usaha. Dengan perlindungan yang cukup, diharapkan akan terjalin hubungan yang harmonis dalam aktivitas perdagangan. Pandangan ini menyoroti signifikansi peran hukum dalam menjaga perlindungan konsumen.

Sebaliknya, pertumbuhan *e-commerce* yang sangat pesat sering kali tidak disertai dengan persiapan sistem perlindungan yang memadai. Akibatnya, muncul berbagai masalah baru yang belum sepenuhnya diakomodasi dalam praktik. *E-commerce* memiliki sifat global dan dinamis yang memerlukan pendekatan hukum yang fleksibel. Tanpa sistem perlindungan yang solid, konsumen akan menjadi pihak yang paling terpengaruh. Di samping itu, cara penyelesaian konflik dalam transaksi *e-commerce* juga menjadi tantangan yang unik. Banyak konsumen yang ragu untuk menyelesaikan konflik melalui jalur hukum karena dianggap sulit dan memakan waktu. Opsi penyelesaian konflik yang lebih mudah dan cepat masih harus diperluas. Penting untuk memberi akses keadilan yang lebih mudah kepada konsumen sehingga mekanisme penyelesaian konflik harus ditingkatkan untuk menjadi lebih efisien.

*E-commerce* yang berkembang juga meminta tanggung jawab lebih dari para pelaku bisnis. Para pelaku usaha wajib memastikan bahwa barang yang dipasarkan sesuai dengan deskripsi dan memenuhi standar kualitas. Selain itu, pelaku usaha wajib memberikan layanan yang berkualitas kepada konsumen. Tanggung jawab ini merupakan elemen krusial dalam membangun kepercayaan pelanggan. Tanpa kepercayaan, kesinambungan *e-commerce* akan terancam.

Dengan berbagai isu yang muncul, perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* menjadi hal yang krusial untuk dianalisis. Penyelidikan ini diperlukan untuk mengetahui sejauh mana perlindungan yang tersedia dapat menghadapi tantangan yang timbul. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat menawarkan solusi untuk masalah yang dihadapi oleh konsumen dan dapat dimaksimalkan secara efektif sehingga dapat mendukung kemajuan *e-commerce* yang berkelanjutan.

Dari penjelasan tersebut, studi mengenai perlindungan hukum bagi konsumen dalam perdagangan *online* di Indonesia menjadi sangat penting untuk dilaksanakan. Studi ini diharapkan mampu memberikan sumbangan dalam kemajuan ilmu hukum, terutama di sektor hukum perlindungan konsumen. Melalui penelitian ini, diharapkan lahir sistem perdagangan yang lebih adil dan transparan karena penting dalam konteks pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia.

#### **Rumusan Masalah :**

1. Bagaimana penerapan perlindungan konsumen dalam praktik transaksi *e-commerce* di platform seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada?
2. Apa saja langkah yang bisa diambil untuk memperbaiki efektivitas perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia?

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan penelitian hukum normatif yang memusatkan perhatian pada analisis norma-norma hukum yang mengatur perlindungan konsumen dalam jual beli online di Indonesia. Pendekatan yang diterapkan mencakup pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pendekatan legislasi dilakukan dengan menganalisis berbagai aturan yang berhubungan dengan perlindungan konsumen dan transaksi elektronik, sedangkan pendekatan konseptual diterapkan untuk memahami doktrin serta teori hukum yang relevan dengan isu yang diteliti. Bahan hukum yang dipakai dalam penelitian ini meliputi bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Bahan hukum sekunder dalam penelitian ini mencakup buku-buku dan sumber lain yang berkaitan dengan tema perlindungan konsumen serta *e-commerce*.

Metode pengumpulan bahan hukum dilaksanakan melalui penelitian literatur dengan cara mengumpulkan serta menganalisis berbagai sumber bacaan yang relevan dengan objek penelitian. Selain itu, studi ini juga memanfaatkan sumber hukum sekunder seperti jurnal akademik dan hasil penelitian sebelumnya untuk memperkuat analisis. Teknik analisis yang diterapkan adalah analisis kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analitis, yaitu dengan menjelaskan dan menganalisis secara terstruktur isu-isu yang berhubungan dengan perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce*. Analisis dilakukan dengan mengaitkan norma hukum yang ada dengan praktik yang terjadi di lapangan, termasuk pada platform seperti Shopee, Tokopedia, serta Lazada. Melalui metode ini, diharapkan penelitian mampu menghasilkan analisis yang mendalam dan menawarkan solusi untuk permasalahan yang dibahas.

## PEMBAHASAN

### **Penerapan perlindungan konsumen dalam praktik transaksi *e-commerce* di platform seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada**

Pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia telah mengubah secara signifikan cara konsumsi masyarakat, transaksi yang tadinya dilakukan secara langsung sekarang beralih ke sistem digital yang lebih mudah dan efisien. Platform seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada menjadi pelopor dalam menawarkan layanan belanja online yang mudah diakses oleh masyarakat. Tiga platform ini menyediakan sejumlah fitur yang memfasilitasi kenyamanan pelanggan. Ini mengindikasikan bahwa *e-commerce* telah menjadi elemen krusial dalam sistem perdagangan kontemporer di Indonesia.

Dalam implementasinya, perlindungan konsumen menjadi faktor krusial untuk mempertahankan kepercayaan pengguna terhadap platform *e-commerce*. Konsumen yang merasa nyaman akan lebih mungkin untuk melakukan transaksi secara berulang. Oleh karena itu, platform *e-commerce* berupaya menawarkan berbagai cara perlindungan untuk para penggunanya. Perlindungan ini tidak hanya bersifat teknis, namun juga mencakup kebijakan dan prosedur yang mengatur interaksi antara pembeli dan penjual. Oleh karena itu, perlindungan konsumen menjadi dasar penting dalam kelangsungan *e-commerce*.

Salah satu bentuk perlindungan yang diterapkan adalah sistem rekening bersama atau *escrow*. Sistem ini memungkinkan dana dari pembeli ditahan sementara oleh platform sampai barang diterima dengan baik. Ini menjamin bahwa penjual tidak akan mendapatkan pembayaran sebelum melaksanakan kewajibannya. Melalui sistem ini, risiko terjadinya penipuan bisa dikurangi secara drastis. Sehingga *escrow* menjadi salah satu unsur krusial dalam melindungi konsumen. Selain itu, fitur penilaian dan ulasan produk juga merupakan bentuk perlindungan yang efektif. Konsumen bisa memberikan masukan mengenai produk dan layanan yang mereka terima. Data ini selanjutnya dapat dimanfaatkan oleh pembeli potensial lainnya sebagai acuan. Dengan transparansi ini, penjual termotivasi untuk mempertahankan kualitas produk dan layanan sehingga menghasilkan ekosistem yang lebih baik dalam transaksi *e-commerce*.

Platform *e-commerce* juga menawarkan kebijakan pengembalian barang atau *refund* sebagai langkah perlindungan bagi konsumen. Kebijakan ini memberi kesempatan kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang tidak sesuai dengan penjelasan. Proses pengembalian dana umumnya diatur secara teratur melalui aplikasi. Dengan kebijakan ini, konsumen dijamin bahwa mereka tidak akan mengalami kerugian yang tidak adil. Hal ini mencerminkan dedikasi platform untuk menjaga hak-hak konsumen. Namun dalam pelaksanaannya, masih ada berbagai hambatan dalam implementasi perlindungan konsumen. Salah satu hambatan utama adalah keberadaan penjual yang tidak transparan dalam menyampaikan informasi produk. Deskripsi yang tidak akurat mengenai kondisi barang sering kali menyebabkan kerugian bagi konsumen. Di samping itu, penggunaan gambar yang tidak mencerminkan kondisi sebenarnya juga merupakan masalah yang kerap muncul. Situasi ini mengindikasikan bahwa perlindungan terhadap konsumen masih kurang maksimal.

Masalah lain yang sering timbul adalah keterlambatan dalam pengiriman barang. Walaupun platform telah menjalin kemitraan dengan sejumlah penyedia layanan logistik, masalah dalam distribusi masih sering muncul. Ini bisa disebabkan oleh berbagai alasan, seperti kondisi cuaca, jarak, dan kesalahan dalam operasional. Keterlambatan ini sering kali menyebabkan ketidakpuasan bagi konsumen. Dalam sejumlah kasus, konsumen juga menghadapi hambatan saat mengajukan klaim atau keluhan. Prosedur yang dirasa sulit membuat konsumen enggan untuk melaporkan keluhan. Di samping itu, keterlambatan respons dari pihak penjual atau platform juga merupakan masalah. Hal ini menunjukkan bahwa cara penyelesaian sengketa masih perlu diperbaiki. Perlindungan konsumen

belum sepenuhnya berjalan efektif.

Perlindungan konsumen seharusnya meliputi aspek pencegahan dan penegakan terhadap pelanggaran. Hal ini menunjukkan bahwa platform tidak hanya perlu menawarkan fitur perlindungan, tetapi juga harus menerapkan aturan dengan tegas. Penegakan hukum ini krusial untuk menciptakan efek jera bagi pelaku usaha yang melakukan pelanggaran. Tanpa penegakan yang tegas, perlindungan konsumen akan sulit terlaksana, sehingga peran platform menjadi sangat krusial dalam konteks ini. Keterbukaan informasi adalah aspek penting dalam melindungi konsumen. Informasi yang tepat dan jelas akan membantu konsumen dalam membuat pilihan. Dalam konteks *e-commerce*, transparansi ini harus dapat ditunjukkan melalui deskripsi produk yang mendetail agar konsumen bisa menghindari potensi kerugian.

Sebaliknya, pertumbuhan *e-commerce* juga mengharuskan platform untuk memiliki tanggung jawab yang lebih besar. Pelaku usaha wajib menanggung kerugian yang diderita konsumen akibat kesalahan dalam transaksi<sup>6</sup>. Prinsip tanggung jawab ini harus diterapkan dengan konsisten dalam *e-commerce* agar konsumen akan merasa lebih aman yang dapat membangun kepercayaan dalam transaksi daring.

Di samping itu, kemampuan literasi digital masyarakat turut berpengaruh terhadap efektivitas perlindungan konsumen. Konsumen yang mengerti dengan baik akan lebih dapat menjaga dirinya sendiri dan akan lebih selektif dalam memilih produk dan pedagang. Untuk itu, pendidikan kepada masyarakat menjadi sangat krusial. Dengan meningkatnya pemahaman digital, potensi kerugian dapat dikurangi.

Kemajuan teknologi perlu disertai dengan kesiapan hukum dan masyarakat. Ini menunjukkan bahwa perlindungan konsumen tidak hanya tergantung pada regulasi, tetapi juga pada kesadaran masyarakat. Tanpa adanya kesadaran itu, pelaksanaan perlindungan hukum akan sulit dilakukan. Karena itu, sinergi antara beragam pihak sangat dibutuhkan. Penting untuk membangun sistem yang efisien.

Di samping itu, resolusi konflik dalam *e-commerce* juga harus menjadi perhatian dan penyelesaian sengketa harus dilakukan dengan cepat dan efisien. Dalam konteks *e-commerce*, mekanisme penyelesaian sengketa perlu dapat diakses dengan mudah oleh konsumen. Hal krusial untuk menjamin keadilan bagi konsumen sehingga sistem resolusi konflik harus ditingkatkan.

Platform seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada sejatinya telah menawarkan fitur pusat resolusi sebagai alat untuk menyelesaikan sengketa. Fitur ini memungkinkan pelanggan untuk mengajukan keluhan secara langsung. Proses ini dilakukan secara elektronik sehingga lebih efisien. Namun, keberhasilannya masih tergantung pada reaksi dari penjual dan platform. Karena itu, diperlukan perbaikan pada sistem ini.

Dalam kenyataannya, tidak semua pelanggan menggunakan fitur perlindungan yang disediakan dan banyak pengguna yang belum mengerti cara memanfaatkan fitur tersebut. Hal ini mengindikasikan adanya perbedaan antara penyediaan fasilitas dan penggunaannya sehingga pendidikan bagi konsumen sangatlah krusial. Dengan pengetahuan yang memadai, konsumen dapat mengoptimalkan perlindungan yang tersedia. Selain itu, fungsi pemerintah dan lembaga yang terkait juga sangat krusial dalam mendukung perlindungan konsumen. Tanggung jawab perlindungan konsumen adalah milik bersama antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat. Perlindungan konsumen tidak bisa dilaksanakan secara terpisah sehingga dibutuhkan kolaborasi yang efektif antar berbagai pihak. Perlindungan konsumen dapat dilakukan dengan lebih baik.

Dengan berbagai upaya yang telah ditempuh, perlindungan konsumen dalam *e-commerce* di Indonesia menunjukkan kemajuan yang baik. Akan tetapi, masih ada sejumlah tantangan yang harus diselesaikan. Maka dari itu, diperlukan penilaian dan perbaikan yang terus-menerus. Sebagai hasilnya, *e-commerce* dapat tumbuh secara berkelanjutan.

Secara umum, pelaksanaan perlindungan konsumen dalam *e-commerce* di Indonesia telah menunjukkan perkembangan yang berarti. Akan tetapi, efektivitasnya masih harus diperbaiki melalui berbagai cara. Dengan adanya jaminan yang baik, konsumen akan merasa lebih tenang saat bertransaksi. Hal akan memberikan dampak yang baik bagi pertumbuhan *e-commerce* sehingga perlindungan bagi konsumen harus tetap menjadi prioritas.

### **Efektivitas Kontribusi Negara dalam Menjaga HKI UMKM serta Tantangan dalam Pelaksanaannya**

Pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia yang sangat cepat memerlukan sistem perlindungan konsumen yang lebih efisien dan responsif. Transaksi digital yang kian rumit menawarkan beragam tantangan baru yang tidak sepenuhnya dapat diselesaikan dengan sistem perlindungan yang saat ini tersedia. Dengan demikian, diperlukan strategi strategis untuk meningkatkan efektivitas perlindungan hukum terhadap konsumen. Usaha ini perlu melibatkan beragam pihak, seperti pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat. Melalui sinergi ini, perlindungan konsumen dapat direalisasikan secara maksimal.

Salah satu tindakan yang bisa diambil adalah memperbaiki kualitas regulasi yang mengatur transaksi *e-commerce*. Peraturan yang ada harus diperbaharui agar sesuai dengan kemajuan teknologi dan kebutuhan masyarakat. Perubahan ini krusial untuk menutupi kekosongan hukum yang bisa dieksploitasi oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Di samping itu, peraturan juga perlu memberikan jaminan hukum bagi semua pihak yang terlibat dalam transaksi. Oleh karena itu, perlindungan bagi konsumen dapat ditingkatkan dengan cara yang signifikan.

Selain pembaruan peraturan, penegakan hukum juga merupakan faktor krusial dalam meningkatkan

keamanan konsumen. Tanpa penegakan hukum yang kuat, peraturan yang ada tidak akan memberikan efek yang berarti. Oleh sebab itu, aparat penegak hukum perlu mampu menegakkan pelanggaran secara konsisten. Penting untuk memberi efek jera kepada pelaku bisnis yang melanggar. Dengan penerapan hukum yang tegas, kepercayaan konsumen terhadap perdagangan elektronik akan bertambah.

Langkah selanjutnya adalah memperbaiki transparansi data dalam transaksi *e-commerce*. Pelaku bisnis wajib memberikan informasi yang tepat, menyeluruh, dan benar tentang produk yang dijual. Data ini mencakup rincian produk, tarif, dan ketentuan pengembalian barang. Keterbukaan ini sangat krusial untuk melindungi konsumen dari tindakan yang merugikan. Dengan data yang cukup, konsumen bisa mengambil keputusan yang lebih tepat.

Di samping itu, pengembangan literasi digital masyarakat juga merupakan langkah krusial untuk meningkatkan perlindungan konsumen. Pembeli yang memiliki pengetahuan yang baik akan lebih mampu menjaga diri mereka sendiri dalam transaksi daring. Mereka akan lebih selektif dalam memilih barang dan pedagang. Untuk itu, diperlukan program pendidikan yang berkelanjutan bagi masyarakat. Pendidikan ini bisa diselenggarakan melalui berbagai saluran, baik daring maupun luring.

Perlindungan konsumen di zaman digital harus berfokus pada pemberdayaan konsumen. Konsumen yang berdaya dapat mengenali risiko dan melakukan langkah-langkah pencegahan. Ini menunjukkan bahwa pendidikan memainkan peran yang sangat krusial. Oleh karena itu, pengembangan literasi digital harus menjadi fokus utama. Langkah ini akan menghasilkan efek jangka panjang untuk melindungi konsumen.

Selain pendidikan, platform *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada juga perlu memperkuat sistem keamanannya. Sistem keamanan yang efektif dapat melindungi data serta transaksi pelanggan dari risiko kejahatan siber. Hal ini menjadi krusial mengingat bertambahnya kasus kebocoran informasi dan penipuan daring. Karena itu, investasi pada teknologi keamanan harus senantiasa dilanjutkan. Dengan sistem yang terjamin, konsumen akan merasa lebih aman. Langkah lain yang dapat diambil adalah meningkatkan sistem penyelesaian sengketa dalam *e-commerce*. Mekanisme yang saat ini diterapkan masih dianggap tidak efisien oleh beberapa konsumen. Prosedur yang kompleks dan memakan waktu menjadi salah satu hambatan utama. Oleh sebab itu, diperlukan mekanisme resolusi sengketa yang lebih mudah dan cepat.

Penyelesaian sengketa yang efektif harus dapat menekankan prinsip keadilan dan efisiensi. Dalam ranah *e-commerce*, prinsip tersebut dapat diimplementasikan melalui mekanisme penyelesaian sengketa secara daring yaitu memfasilitasi penyelesaian proses tanpa perlu melewati prosedur yang kompleks. Dengan cara itu, konsumen dapat mendapatkan keadilan dengan lebih cepat dan menjadi salah satu alternatif yang bisa diterapkan.

Di samping itu, peningkatan tanggung jawab pemain bisnis juga merupakan langkah krusial dalam meningkatkan perlindungan konsumen. Pengusaha harus bertanggung jawab atas barang dan layanan yang mereka sediakan. Tanggung jawab ini meliputi mutu produk, ketepatan informasi, serta layanan kepada pelanggan. Dengan adanya kewajiban yang tegas, konsumen akan merasa lebih nyaman dalam bertransaksi sehingga penting untuk membangun kepercayaan dalam *e-commerce*.

Kewajiban pelaku usaha dalam transaksi elektronik perlu ditegakkan secara konsisten. Ini penting untuk menjaga keseimbangan antara hak dan kewajiban masing-masing pihak. Tanpa adanya kewajiban yang tegas, konsumen akan dalam keadaan yang tidak menguntungkan. Karena itu, pengawasan terhadap pelaku bisnis harus ditingkatkan. Dengan cara ini, perlindungan konsumen bisa lebih efisien.

Selanjutnya, peningkatan fungsi lembaga perlindungan konsumen juga merupakan langkah yang sangat vital. Lembaga ini berfungsi dalam memberikan dukungan dan advokasi kepada para konsumen. Di samping itu, institusi ini juga bisa berfungsi sebagai perantara dalam penyelesaian konflik. Sehingga, kemampuan institusi perlindungan konsumen harus ditingkatkan. Dengan institusi yang solid, konsumen akan memperoleh perlindungan yang lebih efektif.

Keberadaan lembaga perlindungan konsumen memiliki peranan yang sangat vital dalam memastikan hak-hak konsumen. Lembaga ini bertugas sebagai fasilitator antara konsumen dan pelaku bisnis. Berkat lembaga ini, konsumen dapat memiliki wadah untuk menyampaikan keluhan. Langkah akhir yang bisa diambil adalah memperkuat kolaborasi antara pemerintah, pelaku bisnis, dan masyarakat. Perlindungan konsumen tidak bisa dilakukan oleh satu pihak saja. Kerja sama yang solid antar banyak pihak sangat penting untuk menghasilkan sistem yang efisien. Melalui kolaborasi, banyak masalah dapat diselesaikan secara bersamaan. Ini akan berdampak baik untuk pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia. Kerja sama antara berbagai pihak adalah kunci sukses dalam perlindungan konsumen. Tanpa kerja sama, usaha yang dilakukan akan sulit meraih hasil yang maksimal. Oleh karena itu, setiap pihak perlu memiliki komitmen yang serupa. Dengan cara ini, perlindungan konsumen bisa ditingkatkan secara berkelanjutan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia, terutama di platform seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada, pada prinsipnya telah menunjukkan kemajuan yang cukup baik melalui berbagai mekanisme seperti sistem *escrow*, fitur *review*, serta kebijakan pengembalian barang. Namun dalam penerapannya, masih ada berbagai hambatan yang mengganggu efektivitas perlindungan tersebut, seperti ketidaksesuaian barang,

minimnya transparansi informasi, lemahnya posisi konsumen, serta belum optimalnya cara penyelesaian sengketa. Di samping itu, rendahnya kemampuan literasi digital masyarakat juga meningkatkan risiko kerugian yang dialami oleh konsumen. Keadaan ini mengindikasikan bahwa walaupun perlindungan konsumen secara normatif telah ada, pelaksanaannya masih membutuhkan perbaikan yang terus-menerus. Maka dari itu, diperlukan usaha yang lebih menyeluruh agar perlindungan hukum benar-benar dapat dirasakan oleh konsumen dalam praktik transaksi *e-commerce*.

Berdasarkan hal tersebut, disarankan agar dilakukan peremajaan dan penguatan regulasi yang lebih responsif terhadap kemajuan teknologi digital, dilengkapi dengan penegakan hukum yang konsisten dan tegas. Di samping itu, platform *e-commerce* harus memperbaiki sistem keamanan, memperjelas informasi, dan meningkatkan efektivitas cara penyelesaian sengketa agar lebih mudah diakses oleh konsumen. Meningkatkan literasi digital masyarakat juga merupakan langkah krusial untuk memberdayakan konsumen agar lebih teliti dan kritis dalam bertransaksi. Sebaliknya, penguatan peran institusi perlindungan konsumen dan peningkatan tanggung jawab pelaku usaha perlu terus didorong. Melalui sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat, diharapkan bahwa perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia dapat dilaksanakan dengan lebih efektif dan berkelanjutan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Barkatullah, A. H. (2017). *Hukum transaksi elektronik*. Bandung: Nusa Media.
- Fuady, M. (2012). *Hukum bisnis dalam teori dan praktik*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Khairandy, R. (2013). *Hukum kontrak Indonesia*. Yogyakarta: UII Press.
- Kristiyanti, C. T. S. (2008). *Hukum perlindungan konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2020). *E-commerce 2020: Business, technology, society*. Pearson.
- Miru, A. (2011). *Prinsip-prinsip perlindungan konsumen di Indonesia*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nasution, A. (2001). *Hukum perlindungan konsumen: Suatu pengantar*. Jakarta: Diadit Media.
- Pramono, N. (2010). *Hukum bisnis Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Samsul, I. (2018). *Perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik*. Jakarta: Kencana.
- Shidarta. (2006). *Hukum perlindungan konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo.
- Sidabalok, J. (2014). *Hukum perlindungan konsumen di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Sjahdeini, S. R. (2009). *Kebebasan berkontrak dan perlindungan yang seimbang*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Widjaja, G. (2003). *Hukum tentang perlindungan konsumen*. Jakarta: Gramedia.