



Perlindungan Konsumen dalam Transaksi *E-Commerce* di Indonesia

Yolanda Wardiyanti

Fakultas Hukum, Universitas Pancasila, Indonesia

Korespondensi penulis: yolandawy15@gmail.com

Abstract. *Advancements in technology have had a significant impact on commercial activities, particularly in the realm of online commerce, which facilitates the promotion, marketing, sale, and purchase of products or services through digital platforms. While these developments offer numerous benefits, they also raise concerns regarding potential violations of consumer rights. Law Number 8 of 1999 aims to ensure legal certainty in e-commerce transactions. The rapid growth of e-commerce in Indonesia provides convenience for consumers, but it also presents new challenges in terms of legal protection. This article examines the legal framework for consumer protection in e-commerce transactions in Indonesia, highlighting gaps in regulation and assessing the effectiveness of existing laws. A normative juridical approach is used to analyze various relevant legal instruments, including the Consumer Protection Law, the Law on Electronic Information and Transactions, and their implementing regulations. The findings indicate that, despite the existence of appropriate regulations, there are still shortcomings in law enforcement, consumer education, and dispute resolution mechanisms. This article recommends enhancing inter-agency cooperation, strengthening digital literacy among consumers, and improving dispute resolution systems to ensure comprehensive consumer protection in the e-commerce era.*

Keywords: Consumer protection, e-commerce, Indonesia, regulation, supervision.

Abstrak. Kemajuan teknologi telah memberikan dampak besar terhadap proses perdagangan, terutama pada bidang perdagangan online. Perdagangan daring memudahkan proses promosi, pemasaran, penjualan, dan pembelian barang atau jasa melalui internet. Meskipun ada banyak keuntungan, hal ini juga menimbulkan kekhawatiran mengenai pelanggaran hak konsumen. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dirancang untuk menciptakan kepastian hukum dalam transaksi *e-commerce*. Perkembangan transaksi online di Indonesia memberi kemudahan bagi konsumen, tetapi juga menimbulkan tantangan baru dalam hal perlindungan hukum. Artikel ini membahas struktur hukum perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia, menyoroti kekurangan dalam regulasi, serta mengevaluasi efektivitas pelaksanaan peraturan yang sudah ada. Penelitian ini menggunakan pendekatan normatif yuridis untuk menganalisis berbagai peraturan hukum terkait, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta peraturan pelaksanaannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun ada beberapa peraturan yang relevan, masih ada kelemahan dalam penerapan hukum, pemberdayaan konsumen, serta penyelesaian sengketa yang memadai. Artikel ini menyarankan perlunya meningkatkan kerja sama antar lembaga, menguatkan pemahaman digital konsumen, serta memperbaiki sistem penyelesaian sengketa agar dapat memberikan perlindungan konsumen secara lebih lengkap di era *e-commerce*.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, E-commerce, Indonesia, Hukum Bisnis, Transaksi Elektronik.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara beroperasi bisnis secara besar-besaran. Salah satu contoh yang jelas adalah munculnya *e-commerce* atau perdagangan secara online, yang memungkinkan pembelian dan penjualan barang serta jasa dilakukan melalui internet. Di Indonesia, bisnis *e-commerce* berkembang sangat cepat dan menjadi bagian penting dari ekonomi digital. Data menunjukkan bahwa jumlah transaksi dan pengguna *e-commerce* terus bertambah setiap tahunnya.

Menurut Pasal 1457 KUH Perdata, jual beli merupakan perjanjian di mana satu pihak berjanji memberikan barang tertentu, sedangkan pihak lain berjanji membayar harganya. Penjelasan ini mirip dengan isi Pasal 1313 KUH Perdata, yang menyebutkan bahwa perjanjian adalah tindakan di mana seseorang atau lebih berjanji untuk mengikat diri terhadap seseorang atau lebih. Dengan kata lain, meskipun pembelian dilakukan secara online melalui internet, tetap harus mengikuti aturan dasar dalam perjanjian yang berlaku pada transaksi jual beli biasa.

Di Indonesia perdagangan termasuk *e-commerce* diatur oleh Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Undang-Undang ini menjelaskan bahwa transaksi elektronik harus dilakukan dengan cara yang jujur dan bertanggung jawab oleh semua pihak yang terlibat. Selain itu, Undang-Undang ini juga memberikan perlindungan hukum kepada konsumen agar transaksi bisa berjalan secara transparan dan adil. Pemerintah juga telah membuat beberapa peraturan seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Pedoman Pengelolaan Sistem Elektronik dan Transaksi Elektronik, serta Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 yang mengatur izin usaha, iklan, pelatihan, dan pengawasan pelaku usaha dalam perdagangan melalui sistem elektronik. Tetapi, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tersebut telah diganti dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023.

Meskipun membeli sesuatu secara online memberi banyak kemudahan dan kecepatan, metode ini juga memiliki tantangan dan risiko untuk pembeli. Karena tidak ada pertemuan langsung antara penjual dan pembeli, serta ketergantungan pada sistem digital, berbagai masalah bisa muncul, seperti penipuan, barang tidak sesuai dengan harapan, data pribadi bocor, atau kesulitan menyelesaikan masalah. Oleh karena itu, perlindungan konsumen menjadi isu penting yang harus diperhatikan dengan serius oleh semua pihak, dan terutama untuk para pembuat kebijakan.

Jurnal ini juga bertujuan untuk memahami lebih dalam mengenai aturan hukum yang digunakan untuk melindungi konsumen saat berbelanja atau membeli sesuatu di platform *e-commerce*. Analisis dalam jurnal ini mencakup penjelasan aturan hukum yang sudah berlaku, evaluasi sejauh mana aturan tersebut berjalan efektif, serta identifikasi masalah dan kelemahan dalam sistem hukum tersebut. Di bagian akhir jurnal, akan disampaikan beberapa rekomendasi untuk meningkatkan perlindungan konsumen di tengah perkembangan *e-commerce* yang terus berkembang.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan hukum normatif, yaitu mencari dan menganalisis berbagai sumber buku atau data yang sudah ada. Pendekatan yang digunakan merupakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*).

Pendekatan berdasarkan hukum digunakan untuk memahami dengan jelas serta mendalami berbagai peraturan yang berlaku, seperti undang-undang, peraturan yang dikeluarkan pemerintah, dan ketentuan lain. Tujuannya agar tercapai pemahaman yang baik tentang kerangka hukum, latar belakang sejarah, serta penjelasan secara normatif dari setiap peraturan tersebut.

Pendekatan konseptual digunakan untuk dapat memahami konsep hukum yang didasarkan pada peraturan perundang-undangan dan prinsip-prinsip hukum yang terkait dengan permasalahan sengketa *e-commerce* di Indonesia. Pendekatan ini membantu dalam mengeksplorasi teori-teori hukum yang relevan serta menerapkan konsep-konsep tersebut dalam kegiatan praktik hukum sehari-hari.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Wadah belanja online masih memiliki beberapa masalah, terutama dalam hal kepercayaan, privasi, dan perlindungan. Keamanan dalam bertransaksi di *e-commerce* sangat penting. Baik pengguna maupun penyedia layanan harus yakin bahwa setiap transaksi hanya bisa diakses oleh kedua belah pihak yang terlibat, dan tidak ada pihak ketiga yang bisa mengganggu, mengambil data sensitif, atau mengubah informasi.

Penerapan perlindungan hukum untuk konsumen pada transaksi *e-commerce* menghadapi berbagai masalah yang memengaruhi efektivitas aturan yang sudah ada. Terdapat masalah utama merupakan kesulitan untuk memastikan siapa sebenarnya penjual dan apakah informasi yang diberikan itu benar. Hal ini bisa membuat pembeli sangat mudah untuk tertipu atau membeli barang palsu. Selain itu, adanya perbedaan aturan hukum di berbagai negara membuat proses penegakan hukum lebih sulit, terutama ketika penjual dan pembeli berada di negara yang berbeda. Akibatnya, proses penyelesaian masalah dan pengajuan pengaduan hukum menjadi jauh lebih rumit.

Perlindungan konsumen dalam wadah bisnis jual-beli online sangat penting dan perlu diperhatikan. Adanya peraturan hukum yang mengatur hal ini membuat pembeli merasa lebih nyaman jika terjadi masalah atau kerugian. Karena adanya aturan beserta sanksi yang jelas, para pelaku usaha yang tidak jujur akan dihadapi konsekuensi sesuai dengan ketentuan dalam

undang-undang tersebut. Dari sudut pandang *ius constitutum*, perlindungan hukum untuk konsumen dilakukan dengan memastikan keseimbangan antara kepentingan konsumen dan pelaku usaha. Kepastian hukum dicapai karena adanya isi peraturan perundang-undangan yang bersifat normatif serta cara dalam menerapkannya (*law enforcement*).

Di Indonesia aturan yang mengenai perlindungan konsumen di bidang *e-commerce* masih dalam tahap berkembang. Pemerintah telah membuat peraturan, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 yang menjelaskan cara mengelola sistem elektronik dan transaksi, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 yang mengatur izin usaha, iklan, pembinaan, dan pengawasan usaha dalam perdagangan online, yang kemudian diganti dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023, serta berbagai peraturan lainnya.

Kendala dan Tantangan Yang Dihadapi Dalam Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen Di Ranah Digital

Penerapan hukum perlindungan konsumen di dunia digital, terutama dalam belanja online, Indonesia masih menghadapi berbagai masalah dan tantangan yang cukup rumit, baik dari segi peraturan, lembaga yang bertugas, maupun sikap para penjual dan konsumen. Berikut beberapa hal yang perlu diwaspadai:

i. Ketidaktepatan dan Kesenjangan Regulasi

Meskipun Indonesia sudah memiliki Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU PK) dan Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), kedua regulasi tersebut belum mampu sepenuhnya menangani dinamika dan kompleksitas transaksi digital yang semakin berkembang.

1. UU PK belum memberikan ketentuan yang spesifik mengenai perlindungan bagi konsumen dalam transaksi digital atau yang melibatkan berbagai platform.
2. Di sisi lain, UU ITE lebih menitikberatkan pada aspek teknis dari transaksi elektronik, dan belum menjabarkan secara rinci hak serta kewajiban pelaku usaha *e-commerce* terhadap konsumen.

ii. Lemahnya Pengawasan Terhadap Pelaku Usaha Digital

Banyak pengusaha di platform digital, terutama UKM di marketplace, belum memiliki izin resmi atau tidak terdaftar. Hal ini menyulitkan proses hukum jika terjadi pelanggaran terhadap hak konsumen.

1. Menurut Kementerian Perdagangan, sebagian besar pengusaha digital masih belum memiliki NIB atau izin usaha yang sah.
2. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 sudah memaksa e-commerce untuk terdaftar, tetapi pelaksanaannya masih belum memadai.

iii. Kurangnya Literasi Digital Konsumen

Banyak konsumen masih belum tahu secara jelas tentang hak-hak mereka dalam bertransaksi di dunia digital. Selain itu, mereka sering kali tidak menyempatkan diri untuk membaca dengan teliti syarat dan ketentuan yang diberlakukan oleh platform *e-commerce*.

1. Akibatnya, konsumen kerap mengalami kerugian, namun tidak tahu cara dan tempat untuk mengadukan keluhan tersebut.
2. Menurut survei yang dilakukan YLKI, hanya sekitar 27% dari konsumen yang benar-benar membaca seluruh isi ketentuan layanan sebelum melakukan transaksi.

iv. Sulitnya Penegakan Hukum Lintas Jurisdiksi

Transaksi perdagangan daring sering kali melibatkan perusahaan dari luar negeri, sehingga membuat proses penerapan hukum menjadi lebih rumit karena berkaitan dengan hukum internasional.

1. Penyelesaian permasalahan hukum menjadi lebih sulit jika perusahaan tersebut berada di luar negeri dan tidak memiliki wakil resmi di Indonesia.
2. Hingga saat ini, belum ada mekanisme penyelesaian sengketa secara daring (ODR) yang efektif dan mudah diakses oleh konsumen secara luas.

v. Mekanisme Pengaduan dan Penyelesaian Sengketa yang Belum Optimal

Meskipun ada Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), kedua institusi tersebut masih kurang efektif dalam menangani kasus yang terkait dengan e-commerce, karena sifatnya yang cepat dan berubah-ubah.

1. Layanan pengaduan di sebagian besar marketplace masih berupa proses internal dan tidak terbuka bagi publik.
2. Selain itu, prosedur penyelesaian sengketa secara resmi, baik melalui BPSK maupun lewat jalur pengadilan, dianggap memakan waktu dan tidak efisien, terutama untuk transaksi dengan nilai yang tidak terlalu besar.

Penegakan hukum perlindungan konsumen di sektor digital masih dihadapkan dengan berbagai masalah yang cukup serius. Peraturan yang berlaku belum mampu sepenuhnya mengikuti perkembangan teknologi dan perubahan cara berbelanja secara online. Selain itu, pengawasan terhadap bisnis digital masih kurang kuat, terutama terhadap bisnis yang belum

terdaftar secara resmi. Di sisi lain, kemampuan masyarakat dalam memahami teknologi dan hukum masih tergolong rendah atau awam, sehingga banyak konsumen tidak mengetahui hak-hak mereka atau cara mengajukan keluhan. Sistem penyelesaian sengketa yang ada juga belum cukup cepat dan efektif menghadapi sifat transaksi online yang cepat dan menjangkau berbagai wilayah. Oleh karena itu, dalam jangka panjang diperlukan perbaikan peraturan yang lebih fleksibel atau mudah, peningkatan kesadaran masyarakat, penguatan kerja sama antar lembaga, serta pengembangan wadah penyelesaian konflik secara digital (*online dispute resolution/ODR*) yang efisien dan praktis, mudah digunakan, dan berpihak kepada konsumen.

Penerapan Peraturan Dalam Melindungi Pembeli Di Sektor Perdagangan Elektronik Di Indonesia

Aturan perlindungan konsumen di bidang *e-commerce* Indonesia terus berkembang pesat mengikuti pertumbuhan industri yang semakin cepat. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjadi dasar hukum utama yang melindungi hak konsumen dalam melakukan transaksi secara elektronik. Beberapa poin penting yang diatur dalam undang-undang ini adalah hak konsumen yang disebutkan dalam Pasal 4. Dalam pasal tersebut, konsumen berhak mendapatkan kenyamanan, keamanan, dan keselamatan saat menggunakan barang dan/atau jasa (Pasal 4 huruf a), berhak memilih dan memperoleh barang atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi yang dijanjikan (Pasal 4 huruf b), serta berhak mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa (Pasal 4 huruf c).

Undang-undang ini juga memaksa para pelaku usaha memberikan informasi yang benar dan jelas, serta bertanggung jawab jika konsumen mengalami kerugian akibat menggunakan barang atau jasa yang mereka buat atau jual. Meski begitu, tampaknya masih banyak orang, terutama konsumen, yang belum mengetahui adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan belum paham sepenuhnya hak-hak mereka sebagai konsumen. UUPK berfungsi sebagai dasar hukum yang melindungi hak konsumen, termasuk dalam melakukan transaksi secara online.

Beberapa hal penting lainnya dalam penerapan peraturan tersebut:

1. Menerapkan Prinsip Transparansi

Para pengusaha di bidang *e-commerce* harus memberi informasi yang jelas dan benar tentang produk atau layanan yang dijual, seperti harga, spesifikasi barang, serta syarat dan ketentuan saat membeli. Hal ini diatur dalam Pasal 7 huruf b Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Namun, di lapangan masih banyak pengusaha yang tidak jujur dengan cara menjual barang palsu. Produk yang dijual secara online sering kali tidak

sesuai dengan penjelasannya atau bahkan palsu Misalnya, ada penjualan ponsel bekas yang sebenarnya sudah diperbaiki atau penjualan produk kosmetik yang mengandung bahan berbahaya.

2. Perlindungan Data Pribadi

Hak untuk melindungi data pribadi merupakan hak dasar yang harus dimiliki setiap konsumen, sehingga mereka dapat menjaga privasi dan keamanan informasi pribadi mereka. Perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang *e-commerce* di Indonesia wajib menjaga kerahasiaan data konsumen dan tidak boleh menggunakan informasi tersebut secara tidak benar. Penerapan Undang-Undang ITE No. 1 Tahun 2024 memberikan dampak besar terhadap industri *e-commerce*, untuk meningkatkan tanggungjawab hukum bagi para pelaku usaha. Undang-undang ini mewajibkan setiap platform *e-commerce*, baik berupa situs web maupun aplikasi, untuk memastikan keamanan data konsumen, keabsahan transaksi, serta kualitas produk atau jasa yang ditawarkan.

UU ITE No. 1 Tahun 2024 juga memberikan perlindungan yang jelas bagi data pribadi konsumen. Di dalamnya disebutkan bahwa pelaku usaha di bidang *e-commerce* wajib memastikan keamanan dan kerahasiaan informasi seperti data pembayaran, alamat, riwayat transaksi, dan informasi lainnya (Pasal 38). Jika ada pelanggaran terhadap aturan ini, pelaku usaha bisa menghadapi hukuman pidana atau sanksi administratif yang cukup berat (Pasal 39).

Beberapa kasus telah terjadi di mana data pribadi konsumen bocor, sehingga bisa digunakan secara tidak sah dan menyebabkan kerugian finansial bagi konsumen. Salah satu contohnya terjadi pada Oktober 2020, ketika supermarket online Lazada yang bernama *RedMart* mengumpulkan 1,1 juta data pengguna yang dicuri.

Informasi pribadi seperti nama, nomor telepon, alamat email, alamat, kata sandi, dan nomor kartu kredit dijual. Lazada mengakui adanya upaya pencurian data dan mengklaim bahwa data tersebut berasal dari database *RedMart* yang disimpan di server pihak ketiga. Namun, Lazada menegaskan bahwa data yang dicuri adalah data yang sudah kadaluwarsa.

3. Garansi dan Pengembalian Barang

Garansi merupakan jaminan yang diberikan oleh pembuat atau penjual produk. Soal garansi diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), terutama di Pasal 18 yang menyatakan bahwa pengusaha wajib memberikan jaminan untuk barang yang dijual sesuai dengan peraturan yang berlaku. Konsumen berhak mendapatkan garansi jika barang yang diterima tidak sesuai dengan yang dijanjikan atau memiliki kecacatan, sehingga bisa meminta pengembalian produk tersebut. Namun, dalam kenyataannya banyak konsumen yang masih kesulitan mengembalikan barang yang telah dibeli, meskipun barang tersebut memang

cacat atau tidak sesuai dengan deskripsi. Hal ini terjadi karena konsumen belum memahami dengan baik kebijakan yang diterapkan oleh penjual terkait prosedur pengembalian barang.

Selain itu, ada konsumen yang merasa haknya tidak terpenuhi karena adanya klausula baku dalam perjanjian. Klausula baku ini biasanya dibuat oleh pelaku bisnis sendiri, tanpa berkonsultasi dengan konsumen, dan bisa menyebabkan kerugian bagi konsumen. Contohnya adalah klausula yang mengalihkan tanggung jawab pelaku usaha dalam bisnis *e-commerce*.

Contoh klausula baku tersebut adalah ketentuan yang menyatakan bahwa jika konsumen memberikan ulasan negatif atau menilai produk dengan bintang di bawah 4, maka garansi produk akan berakhir atau tidak berlaku lagi. Dengan adanya klausula ini, konsumen bisa kehilangan hak untuk mendapatkan garansi atau penggantian barang, meskipun produk yang dibeli ternyata tidak sesuai harapan. Pelaku usaha bisa menjadikan klausula ini alasan untuk menolak memberikan garansi atau penggantian, karena mereka berdalih bahwa konsumen telah melanggar ketentuan yang telah ditetapkan dalam perjanjian.

Hal ini jelas melanggar undang-undang perlindungan konsumen, karena para pelaku usaha tidak boleh menambahkan ketentuan umum yang bertentangan dengan pasal 18 ayat (1) dan pasal 18 ayat (2) dalam undang-undang tersebut. Pasal itu juga menyatakan bahwa ketentuan umum harus ditampilkan dengan jelas dan mudah dipahami oleh konsumen. Jika barang memang cacat atau tidak sesuai dengan yang dijanjikan, konsumen berhak mendapatkan garansi atau penggantian.

4. Edukasi Konsumen

Mengajarkan masyarakat tentang hukum adalah bagian dari usaha melindungi konsumen yang dilakukan pemerintah melalui aturan-aturan tertentu. Tujuannya adalah meningkatkan pemahaman masyarakat tentang hukum sebagai konsumen. Tujuan utamanya adalah agar konsumen tahu hak dan kewajibannya serta bisa bertindak secara hukum jika mengalami kerugian dari pihak usaha. Di Indonesia, pembelajaran tentang konsumen diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-Undang ini secara jelas menekankan peran pemerintah, pihak usaha, dan lembaga perlindungan konsumen dalam memberikan informasi dan mengajarkan masyarakat. Edukasi ini mencakup aspek hukum, seperti memahami klausula baku, hak untuk memperoleh informasi yang benar, serta cara mengakses mekanisme penyelesaian sengketa konsumen.

Pemerintah dan para pelaku usaha terus memberikan informasi kepada konsumen mengenai hak-hak mereka serta cara-cara yang bisa dilakukan untuk melindungi diri dari tindakan bisnis yang tidak bertanggung jawab. Ini penting karena kesadaran konsumen terhadap hak-hak mereka dalam berbelanja secara online masih rendah, sehingga bisa

menghambat upaya perlindungan yang sudah ada. Jika konsumen tidak tahu hak-hak mereka, mereka biasanya tidak mau menggunakan mekanisme perlindungan yang tersedia ketika mengalami masalah dalam bertransaksi online.

Selain itu, kurangnya akses atau informasi yang cukup tentang cara menyelesaikan sengketa dalam bisnis online membuat proses penyelesaian sengketa menjadi sulit dan membingungkan. Akibatnya, beberapa masalah mungkin tidak teratasi dengan baik, sehingga merugikan pembeli dan membuat mereka kurang percaya pada sistem belanja online secara keseluruhan.

4. KESIMPULAN

Perlindungan konsumen saat berbelanja di e-commerce di Indonesia sudah diatur melalui berbagai peraturan yang sesuai. Namun, penerapan dan pelaksanaan hukumnya masih mengalami beberapa kesulitan, terutama dalam hal penegakan hukum yang melintasi wilayah, tingkat pemahaman konsumen terhadap dunia digital yang masih rendah, serta efektivitas mekanisme penyelesaian permasalahan. Selain itu, munculnya bisnis baru dan perkembangan teknologi yang sangat cepat juga membutuhkan aturan yang lebih fleksibel dan responsif.

Untuk menciptakan perlindungan konsumen yang utuh di tengah berkembangnya e-commerce, jurnal ini menyarankan beberapa langkah berikut: Pertama, diperlukan peningkatan kerja sama antar lembaga. Pemerintah harus memperkuat kolaborasi antara Kementerian Perdagangan, Kementerian Komunikasi dan Informatika, Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), Badan Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (BPSK), serta pihak kepolisian dalam mengawasi dan menegakkan hukum terhadap pelaku usaha di bidang *e-commerce*.

Kedua, pemerintah dan organisasi masyarakat harus meningkatkan kesadaran masyarakat secara umum. Ini mencakup pembelajaran tentang hak konsumen, cara berbelanja secara aman di internet, serta prosedur pengaduan yang tersedia. Ketiga, tanggung jawab platform *marketplace* perlu ditingkatkan. Regulasi harus lebih ketat dalam menentukan kewajiban platform tersebut sebagai penyedia layanan, agar mereka tidak bisa menghindari tanggung jawab ketika konsumen mengalami kerugian.

Keempat, cara menyelesaikan perselisihan perlu diperbaiki. Diperlukan upaya agar proses penyelesaian sengketa lebih mudah, murah, dan efektif. Contohnya, dengan meningkatkan peran Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau mengembangkan platform penyelesaian sengketa secara online yang terintegrasi.

Terakhir, pemerintah harus terus memantau perkembangan bisnis *e-commerce* dan teknologi terbaru. Dengan begitu, kerangka hukum dapat terus diperbarui dan mampu melindungi konsumen dari berbagai risiko yang mungkin muncul di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Barizah, N. (2017). *Hukum perlindungan konsumen di Indonesia*. Malang: Setara Press.

Di Putra, I. M. D., & Sukihana, I. A. (2018).

Izazi, F. S., Sajena, P., Kirana, R. S., & Marsaulina, K. (n.d.). *Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*.

Kusumadewi, Y., & Sharon, G. (2022). *Hukum perlindungan konsumen*. Yogyakarta: Lembaga Fatimah Azzahrah.

Marzuki, P. M. (2005). *Penelitian hukum*. Jakarta: Kencana.

Panjaitan, H. (2021). *Hukum perlindungan konsumen: Reposisi dan penguatan kelembagaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam memberikan perlindungan dan menjamin keseimbangan dengan pelaku usaha*. Jakarta: Jala Permata Aksara.

Suwandono, A., Suparto, S., Yuanitasari, D., & Kusmayanti, H. (n.d.). Review negatif garansi hangus dalam e-commerce prespektif hukum perlindungan konsumen.

Peraturan Perundang-undangan & Dokumen Pemerintah

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2022). *Laporan tahunan perdagangan sistem elektronik*.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (sebagaimana diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024).

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4 huruf c dan Pasal 7 huruf b.

Jurnal

Paryadi, D. (2016). Perkembangan regulasi perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce di Indonesia dan negara-negara ASEAN. *Era Hukum: Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum*.

Supriyadi. (2022). Efektivitas BPSK dalam menyelesaikan sengketa konsumen digital. *Jurnal Hukum Konsumen*.

YLKI. (2021). Survei perilaku konsumen digital.

Situs Web

Malia, I. (2021, September 10). Sebelum BPJS Kesehatan, ini 3 kasus kebocoran data konsumen e-commerce. *IDN Times*.
<https://www.idntimes.com/business/economy/indianamalia/selain-bpjjs-kesehatan-ini-3-kasus-kebocoran-data-konsumen-e-commerce>