

Analisis Kepatuhan Pelaku Usaha Terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia

Amiruddin Islami MQ. Baba
Magister Hukum, Universitas Pamulang
Email: irbaba1998@gmail.com

Abstract: *This study aims to analyze consumer protection in e-commerce transactions in Indonesia by examining the legal framework, implementation, business compliance, and consumer awareness. Using a descriptive normative approach, the research reviews key regulations such as Law Number 8 of 1999 on Consumer Protection, the Personal Data Protection Law of 2022, and Government Regulation Number 80 of 2019 on Trading Through Electronic Systems. The analysis reveals that although the existing regulations provide a strong legal foundation, their implementation still faces several challenges, including low consumer legal literacy, weak law enforcement, and limited understanding among business actors, particularly MSMEs. Therefore, enhancing consumer protection in the e-commerce sector requires collaboration between the government, business entities, and society, focusing on digital education, transparency, and the strengthening of monitoring and online dispute resolution mechanisms.*

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce di Indonesia dengan meninjau landasan hukum, implementasi, serta tingkat kepatuhan pelaku usaha dan kesadaran konsumen. Melalui pendekatan deskriptif normatif, penelitian ini mengkaji berbagai regulasi utama seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi Tahun 2022, dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Hasil analisis menunjukkan bahwa meskipun regulasi telah memberikan dasar hukum yang kuat, pelaksanaannya masih menghadapi kendala berupa rendahnya literasi hukum konsumen, lemahnya penegakan hukum, dan keterbatasan pemahaman pelaku usaha, khususnya UMKM. Oleh karena itu, peningkatan perlindungan konsumen di sektor e-commerce perlu dilakukan melalui kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat, dengan fokus pada edukasi digital, transparansi, serta penguatan mekanisme pengawasan dan penyelesaian sengketa daring.

Article History

Received: Oktober 09, 2025

Revised: Oktober 10, 2025

Published: October 22, 2025

Keywords :

Consumer Protection, E-Commerce, Regulatory Compliance, Personal Data, Indonesia

Kata Kunci :

Perlindungan Konsumen, E-commerce, Kepatuhan Regulasi, Data Pribadi, Indonesia



<https://doi.org/10.5281/zenodo.17436285>

This is an open-access article under the [CC-BY-SA License](#).



PENDAHULUAN

Perlindungan konsumen merupakan aspek penting dalam sistem ekonomi modern yang bertujuan menciptakan keseimbangan antara hak dan kewajiban pelaku usaha serta konsumen. Di Indonesia, perlindungan konsumen diatur melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Regulasi ini menegaskan kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jujur, dan jelas kepada konsumen serta melarang praktik yang merugikan pihak konsumen (Sutedi, 2019). Seiring dengan perkembangan ekonomi dan teknologi, praktik bisnis di Indonesia telah mengalami banyak sekali perubahan yang terlihat. Globalisasi dan juga kemajuan teknologi informasi seperti e-commerce, mewajibkan adanya Undang-Undang perlindungan konsumen yang bisa beradaptasi atau berkamuflase dengan segala bentuk transaksi

baru, meskipun hal ini juga menimbulkan tantangan dan kesulitan lainnya dalam menjaga hak-hak konsumen di pasar yang semakin rumit dan kompleks.

Pertumbuhan pesat e-commerce di Indonesia telah membuka peluang baru bagi konsumen untuk berbelanja secara online dengan lebih mudah dan nyaman. Namun, bersamaan dengan pertumbuhan ini, muncul tantangan baru dalam hal perlindungan konsumen. Regulasi yang mengatur perlindungan konsumen telah ada, namun masih banyak tantangan dalam mengawasi dan menegakkan kepatuhannya. Berdasarkan laporan dari Asosiasi E-Commerce Indonesia (idEA), pengaduan konsumen meningkat lebih dari 30% dalam lima tahun terakhir, yang mencakup masalah seperti produk cacat, penipuan, dan penyalahgunaan data pribadi. Studi oleh (Luo & Choi, 2022) menyoroti lemahnya mekanisme pengawasan pemerintah terhadap pelaku usaha daring, sehingga banyak kasus pelanggaran konsumen tidak tertangani secara memadai. Selain itu, penelitian oleh (Kharisma & Diakanza, 2024) menunjukkan bahwa regulasi perlindungan data konsumen di Indonesia belum setara dengan standar internasional seperti GDPR di Uni Eropa, mengakibatkan kelemahan dalam perlindungan privasi konsumen. Fakta-fakta ini menggarisbawahi adanya kesenjangan signifikan antara regulasi yang ada dan kebutuhan praktis perlindungan konsumen.

Salah satu contoh kasus yang menggambarkan pentingnya perlindungan konsumen di e-commerce di Indonesia adalah tentang kasus penipuan dan ketidaksesuaian produk. Misalnya, seorang konsumen membeli ponsel pintar dari sebuah platform e-commerce dengan harga yang menarik. Namun, setelah menerima produk tersebut, konsumen menemukan bahwa ponsel tersebut adalah replika murahan yang jauh dari deskripsi produk asli. Ketika konsumen mencoba mengajukan komplain, mereka mengalami kesulitan dalam mencari tahu mekanisme penyelesaian sengketa yang tepat. Kasus lain yang sering muncul adalah masalah pengembalian dan penggantian produk. Seorang konsumen mungkin mengalami kesulitan dalam mengajukan pengembalian produk yang cacat atau salah kirim, karena prosedur dan kebijakan pengembalian yang rumit dan ambigu di platform e-commerce.

E-commerce di Indonesia mulai berkembang sejak tahun 1999 (Mustajibah, 2021), tetapi perkembangannya relatif lambat karena rendahnya kepercayaan masyarakat pada transaksi online akibat isu penipuan dan ketidakamanan belanja online yang beredar. Perkembangan dan peningkatan jumlah transaksi online telah menjadi fenomena signifikan di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu tantangan utama adalah meningkatnya persaingan di antara platform yang berusaha mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar. (Rahman et al., 2023) Selain itu, masalah keamanan data dan privasi juga menjadi perhatian serius bagi para konsumen, terutama dalam hal pembayaran online dan penyimpanan informasi pribadi. Oleh karena itu, sementara e-commerce menawarkan potensi pertumbuhan yang besar bagi ekonomi Indonesia, penting untuk terus memperkuat regulasi dan infrastruktur yang mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan dan memberikan perlindungan yang memadai bagi konsumen dan pelaku usaha. Transaksi e-commerce telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat modern, memberikan kemudahan dan kecepatan dalam berbelanja. Namun, seiring dengan pertumbuhan e-commerce, perlindungan konsumen menjadi isu yang semakin penting. (Restiawan, 2022)

Salah satu permasalahan krusial yang dihadapi dalam perlindungan konsumen di Indonesia adalah ketidakpatuhan sebagian pelaku usaha terhadap peraturan maupun ketentuan hukum yang ada dan berlaku. Meskipun ada sanksi yang tercatat dalam UUPK dimana disebutkan akan ada pertanggung jawaban pelaku usaha yang tidak memiliki badan hukum dengan menyelesaikan masalah melalui musyawarah, namun masih banyak sekali pelaku usaha yang sering mengabaikan hak konsumen demi keuntungan pribadinya. Hal ini dapat terjadi karena lemahnya pengawasan dalam penegakan hukum di Indonesia, serta kurangnya kesadaran akan pentingnya mematuhi peraturan-peraturan hukum yang berlaku.

Meskipun regulasi perlindungan konsumen telah ditetapkan, masih ada kebingungan dan ketidakjelasan di kalangan pedagang e-commerce tentang persyaratan kepatuhan. Hal ini menyebabkan tingkat kepatuhan yang bervariasi di antara para pelaku usaha. Di sisi konsumen, kesadaran tentang hak-hak mereka dalam transaksi e-commerce masih terbilang rendah.

Kurangnya pemahaman tentang mekanisme penyelesaian sengketa juga menjadi hambatan dalam menyelesaikan masalah dengan efisien.

Di Indonesia, perlindungan hukum bagi konsumen dalam kegiatan transaksi diatur melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 memberikan landasan hukum yang kuat bagi perlindungan konsumen secara umum, termasuk dalam konteks e-commerce. Beberapa poin penting dalam undang-undang ini mencakup hak-hak konsumen, seperti hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam menggunakan barang dan/atau jasa, hak untuk memilih dan mendapatkan barang/jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi yang dijanjikan, serta hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. (Dimas Febrian Saputra, Rivan Kurniawan, 2015) UU ini juga menetapkan kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar dan lengkap, serta bertanggung jawab atas kerugian konsumen akibat penggunaan barang/jasa yang diproduksi atau diperdagangkan (Fista et al., 2023).

Berdasarkan uraian di atas, menunjukkan bahwa tingkat kepatuhan pelaku usaha terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen masih belum optimal, terutama dalam sektor perdagangan elektronik (e-commerce). Banyak pelaku usaha belum memahami secara menyeluruh hak dan kewajiban mereka sesuai ketentuan hukum yang berlaku. Rendahnya kesadaran hukum, lemahnya penegakan sanksi, serta minimnya pengawasan pemerintah menjadi faktor utama yang menyebabkan ketidakpatuhan ini terus terjadi. Di sisi lain, konsumen juga masih kurang memahami hak-haknya, sehingga pelanggaran yang dilakukan pelaku usaha sering kali tidak dilaporkan atau diselesaikan melalui jalur hukum. Kondisi ini memperlihatkan adanya kesenjangan antara keberadaan regulasi yang sudah komprehensif dengan pelaksanaannya di lapangan. Selain itu, lemahnya perlindungan data pribadi serta maraknya kasus penipuan dan ketidaksesuaian produk di platform daring menunjukkan bahwa sistem perlindungan konsumen di Indonesia belum mampu sepenuhnya menjawab tantangan perdagangan digital yang semakin kompleks.

METODE PENELITIAN

Tulisan ilmiah ini termasuk jenis penelitian yuridis normatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan dengan mengadopsi perspektif yuridis normatif dalam menelaah teori dan prinsip-prinsip yang relevan. Penelitian yuridis normatif dalam ilmu hukum dilakukan dengan mencari, mengevaluasi, dan meneliti fakta-fakta sekunder yang relevan (bahan pustaka). Metode pengumpulan data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah bentuk studi Pustaka. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif analitis, yaitu dengan menguraikan isi dan makna normatif dari bahan-bahan hukum yang telah dikumpulkan, kemudian dianalisis secara sistematis dan kritis untuk menjawab rumusan masalah hukum yang telah dirumuskan. Analisis dilakukan dengan menginterpretasikan norma hukum berdasarkan prinsip-prinsip dogmatik hukum serta penalaran yuridis yang logis dan rasional. Dalam proses ini, peneliti tidak hanya memaparkan aturan hukum secara tekstual, melainkan juga menilai koherensinya, daya berlaku normatifnya, dan implikasinya dalam praktik hukum, sehingga diharapkan mampu menghasilkan kesimpulan yang bersifat argumentatif, objektif, dan sesuai dengan kaidah ilmu hukum.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce diatur secara tegas dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. UU ini memberikan landasan hukum yang kuat untuk melindungi hak-hak konsumen dan memastikan bahwa pelaku usaha menjalankan tanggung jawab mereka dengan baik. Pasal-pasal dalam UU ini mengatur berbagai aspek penting, seperti hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa. Selain itu, konsumen berhak untuk mendapatkan keamanan dan keselamatan dalam penggunaan barang dan/atau jasa serta berhak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang

dijanjikan. Isu perlindungan data pribadi konsumen semakin mendesak di era digital, di mana data sensitif seperti informasi pembayaran, alamat, dan preferensi belanja rentan disalah gunakan dalam transaksi e-commerce. Meskipun Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UUPDP) yang disahkan pada tahun 2022 merupakan langkah signifikan untuk memperkuat perlindungan data pribadi, implementasi yang efektif masih terkendala oleh ketidaksempurnaan koordinasi antara UU PDP dan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), yang seharusnya saling melengkapi dalam melindungi hak-hak konsumen secara menyeluruh. Banyak platform e-commerce, terutama yang berbasis UMKM, belum memiliki mekanisme keamanan data yang memadai, yang mengarah pada kebocoran data pribadi konsumen seperti yang kerap dilaporkan (Sarolangun, 2024). Keadaan ini menuntut pemerintah dan pelaku usaha untuk segera memperkuat kebijakan pengamanan data pribadi, memperkenalkan standar keamanan yang lebih ketat, serta meningkatkan transparansi dalam pengelolaan data konsumen agar dapat memberikan perlindungan yang lebih baik dan mengurangi risiko penyalahgunaan data di dunia maya.

Hak Konsumen dalam Transaksi E-commerce (Pasal 4) menyatakan bahwa konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang jelas dan benar mengenai produk atau jasa yang mereka beli, serta hak atas keamanan dalam melakukan transaksi. Implementasi dari hak ini menuntut pelaku usaha untuk memastikan bahwa segala informasi yang diberikan terkait produk atau jasa yang dijual harus akurat, lengkap, dan tidak menyesatkan. Selain itu, pelaku usaha juga harus menjamin keamanan data dan transaksi konsumen untuk melindungi mereka dari potensi penipuan dan penyalahgunaan data pribadi.

Pasal 7 tentang Kewajiban Memberikan Informasi yang Benar mengharuskan pelaku usaha di e-commerce untuk menyediakan deskripsi produk yang lengkap, akurat, dan mudah dipahami oleh konsumen. Implementasi aturan ini bertujuan untuk memastikan bahwa konsumen dapat membuat keputusan yang tepat berdasarkan informasi yang benar tentang produk yang mereka beli. Untuk mendukung kepatuhan terhadap aturan ini, banyak platform e-commerce telah menerapkan sistem ulasan dan rating yang memungkinkan konsumen berbagi pengalaman mereka dengan produk tersebut, sehingga membantu konsumen lain dalam menilai kualitas dan kesesuaian produk. Meskipun demikian, masih ditemukan kasus di mana informasi produk yang disediakan tidak sesuai dengan kenyataan, seperti deskripsi yang menyesatkan atau gambar produk yang tidak mencerminkan kondisi sebenarnya. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada upaya untuk mematuhi aturan ini, masih diperlukan pengawasan yang lebih ketat dan tindakan tegas terhadap pelanggaran untuk memastikan konsumen mendapatkan informasi yang benar dan dapat diandalkan.

Pasal 19 mengamanatkan tanggung jawab pelaku usaha dalam memberikan kompensasi atau penggantian jika konsumen menerima produk yang cacat atau tidak sesuai. Ini menunjukkan pentingnya perlindungan konsumen dalam transaksi bisnis. Namun, dalam implementasinya, masih banyak laporan tentang pelaku usaha yang mengabaikan keluhan konsumen atau tidak memberikan solusi yang memadai. Hal ini mencerminkan perlunya peningkatan mekanisme penyelesaian sengketa konsumen guna memastikan kepatuhan pelaku usaha terhadap kewajiban mereka. Mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih efektif dan transparan perlu ditingkatkan untuk menjamin bahwa konsumen dapat memperoleh kompensasi atau penggantian sesuai dengan hak-hak mereka. Dengan demikian, perlindungan konsumen dapat lebih optimal dan kepercayaan masyarakat terhadap pelaku usaha dapat meningkat.

Studi oleh (Najati & Mashdurohatun, 2024) mengungkapkan bahwa regulasi perlindungan konsumen di Asia Tenggara, termasuk Indonesia, masih menghadapi kendala signifikan dalam hal penegakan hukum, sehingga sering kali gagal memberikan perlindungan yang optimal bagi konsumen. Penelitian (Kaya, 2022) memperkuat temuan ini dengan berfokus pada mekanisme penyelesaian sengketa konsumen daring yang masih belum efisien, menyebabkan konsumen kesulitan mendapatkan keadilan dalam transaksi elektronik. Sementara itu, (Widiarty & Tehupeiory, 2024) menekankan bahwa edukasi konsumen merupakan elemen penting untuk mengurangi risiko penipuan, mengingat rendahnya literasi digital di kalangan konsumen dapat

dimanfaatkan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Lebih lanjut, (Hacker, 2023) mengidentifikasi kelemahan dalam perlindungan konsumen terhadap produk cacat, menyoroti bahwa regulasi yang ada belum memberikan kepastian hukum yang memadai untuk melindungi hak-hak konsumen

(Wibowo et al., 2024) mengevaluasi regulasi perlindungan data konsumen di Indonesia, namun terbatas pada aspek privasi tanpa membahas perlindungan produk, sehingga masih ada celah yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha tidak bertanggung jawab. Di sisi lain, (Morić et al., 2024) menyoroti lemahnya pengawasan pemerintah terhadap pelaku e-commerce sebagai salah satu penyebab meningkatnya kerentanan konsumen terhadap berbagai jenis penipuan daring. Studi (Chan et al., 2024) menggarisbawahi bahwa regulasi di Tiongkok lebih proaktif dalam menindak pelanggaran konsumen dibandingkan Indonesia, menawarkan pembelajaran penting terkait model pengawasan yang efektif. Sementara itu, (Schmidt, 2022) mengamati bahwa sanksi tegas memainkan peran penting dalam meningkatkan kepatuhan pelaku usaha terhadap regulasi di negara maju seperti Amerika Serikat, sebuah praktik yang dapat diadopsi di Indonesia. Penelitian lain oleh (Pandey et al., 2022) di India menunjukkan bahwa literasi digital konsumen berkontribusi signifikan terhadap keberhasilan implementasi regulasi perlindungan konsumen. Temuan ini memberikan wawasan berharga tentang pendekatan yang lebih komprehensif untuk melindungi konsumen e-commerce.

Di Indonesia, penelitian terkait perlindungan konsumen dalam e-commerce juga mencerminkan tantangan yang masih harus diatasi. (Albshaier et al., 2024) mengungkapkan bahwa kurangnya pemahaman konsumen terhadap hak-haknya dalam transaksi daring menjadi hambatan utama dalam upaya meningkatkan perlindungan. (Gorwa & Veale, 2024) menyoroti bahwa meskipun terdapat mekanisme pengaduan, aksesibilitasnya masih terbatas, sehingga menyulitkan konsumen untuk melaporkan pelanggaran. (Jian et al., 2023) membandingkan regulasi e-commerce di Jepang dan Indonesia, menunjukkan bahwa Indonesia memerlukan perbaikan signifikan dalam aspek transparansi informasi yang diberikan kepada konsumen. Penelitian terbaru oleh (Ahi et al., 2023) mengidentifikasi koordinasi yang lemah antar-lembaga pemerintah sebagai hambatan utama dalam implementasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen di sektor e-commerce. Selain itu, (Coche et al., 2024) membahas pengaruh kebijakan internasional seperti GDPR terhadap perlindungan konsumen global, termasuk negara berkembang seperti Indonesia, yang masih tertinggal dalam hal perlindungan data pribadi.

Rendahnya literasi hukum konsumen di sektor e-commerce menjadi salah satu hambatan utama dalam efektivitas implementasi perlindungan hukum, mengingat banyak konsumen yang tidak menyadari hak-hak mereka atau prosedur yang dapat diambil untuk mengajukan pengaduan saat mengalami kerugian (Mulyanto, 2024). Ketidaktahuan ini sering menyebabkan konsumen mengabaikan masalah yang muncul atau bahkan menerima kerugian tanpa perlawanan, yang semakin memperburuk situasi. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan edukasi hukum konsumen melalui berbagai saluran, termasuk kampanye nasional yang menjangkau masyarakat luas, integrasi materi mengenai hak-hak konsumen dalam kurikulum pendidikan formal, serta kolaborasi aktif antara pemerintah dan platform e-commerce.

Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019, merupakan sebuah regulasi yang mengatur kegiatan perdagangan yang dilakukan secara elektronik di Indonesia. Regulasi ini bertujuan untuk mengatur dan meningkatkan keamanan, transparansi, dan efisiensi perdagangan elektronik guna mendukung pertumbuhan ekonomi digital yang berkelanjutan. PP Nomor 80 Tahun 2019 mencakup berbagai aspek, termasuk pengaturan tentang penyelenggara, peserta, dan produk perdagangan elektronik, serta tata cara transaksi, penyelesaian sengketa, dan pengawasan. Beberapa poin kunci dari regulasi ini meliputi persyaratan teknis dan operasional bagi penyelenggara platform perdagangan elektronik, kewajiban bagi peserta untuk mematuhi prinsip transparansi dan perlindungan konsumen, serta mekanisme penyelesaian sengketa yang adil dan efektif dalam konteks perdagangan elektronik. Dengan demikian, PP Nomor

80 Tahun 2019 memiliki peran penting dalam membentuk landasan hukum yang jelas dan terpercaya bagi perkembangan perdagangan elektronik di Indonesia.

Efektivitas PP Nomor 80 Tahun 2019 dalam menangani masalah-masalah yang sering dihadapi konsumen dalam transaksi e-commerce merupakan upaya penting untuk mengevaluasi dampak dan keberhasilan regulasi tersebut. Sebagai langkah awal, perlu dilakukan tinjauan terhadap kasus-kasus yang muncul setelah PP tersebut diberlakukan. Ini meliputi penelusuran terhadap berbagai insiden yang melibatkan pelanggaran hak konsumen dalam konteks transaksi online. Dari sini, dapat dievaluasi sejauh mana PP Nomor 80 telah mampu memberikan perlindungan yang memadai terhadap konsumen atau apakah masih terdapat kelemahan yang memungkinkan terjadinya pelanggaran.

(Zhao et al., 2023) menyoroti bahwa peningkatan kapasitas pengawasan pemerintah terhadap pelaku usaha daring sangat diperlukan untuk memastikan kepatuhan terhadap regulasi yang ada. Penelitian-penelitian ini menunjukkan bahwa perlindungan konsumen di e-commerce membutuhkan pendekatan lebih terkoordinasi, strategis, dan inklusif untuk menjawab berbagai tantangan yang ada. Analisis terhadap kepatuhan regulasi e-commerce di Indonesia dari sudut pandang pelaku usaha dan konsumen mengungkapkan beberapa temuan penting. Analisis kepatuhan regulasi mencakup persepsi pelaku usaha dan konsumen terhadap implementasi dan efektivitas sejumlah regulasi terkait industri e-commerce yang meliputi: 1) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen; 2) Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik; 3) Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 1/POJK.07/2013 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi, dan 4) Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepatuhan pelaku usaha e-commerce terhadap regulasi di atas cukup bervariasi.

Secara umum, kepatuhan regulasi e-commerce di Indonesia masih menghadapi tantangan baik dari perspektif pedagang maupun konsumen. Sebagian besar pelaku usaha menunjukkan kesadaran tentang regulasi dan upaya untuk mematuhi persyaratan, tetapi masih ada tantangan dalam implementasinya. Beberapa pelaku usaha menghadapi kesulitan dalam memahami dan mematuhi regulasi yang kompleks, terutama yang terkait dengan Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi yang diatur oleh OJK. Sebagian pelaku usaha mengabaikan atau menghindari ketentuan regulasi tertentu demi keuntungan bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun regulasi telah ditetapkan untuk melindungi konsumen dalam transaksi e-commerce, penegakan dan kepatuhan tetap menjadi tantangan. Kepatuhan pelaku usaha yang bervariasi dan kesadaran konsumen yang rendah terhadap hak-hak mereka adalah masalah yang perlu diatasi untuk meningkatkan efektivitas perlindungan konsumen dalam industri e-commerce. Di sisi konsumen, tingkat kesadaran tentang hak-hak perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce masih relatif rendah. Banyak konsumen tidak sepenuhnya memahami hak-hak mereka dalam hal pengembalian produk, penyelesaian sengketa, dan keamanan data pribadi. Hal ini dapat menyebabkan ketidakpuasan konsumen dan merusak kepercayaan terhadap platform e-commerce.

Pemilihan regulasi khusus yang mengatur e-commerce di Indonesia seperti Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, dan regulasi OJK berkaitan dengan Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi, mempengaruhi dinamika interaksi antara pelaku usaha dan konsumen dalam platform e-commerce. Implementasi regulasi tersebut sangat penting untuk meningkatkan perlindungan konsumen dan memastikan kepatuhan pelaku usaha terhadap aturan-aturan yang telah ditetapkan. Kompleksitas persyaratan kepatuhan dan kurangnya pemahaman pelaku usaha tentang regulasi dapat diatasi melalui upaya pendidikan dan sosialisasi. Pemerintah dapat meningkatkan pendekatan kolaboratif dengan platform e-commerce dan organisasi konsumen untuk menyediakan pelatihan dan panduan tentang aturan dan regulasi yang berlaku. Hal ini akan membantu pelaku usaha memahami dan

mengikuti pedoman dengan lebih baik. Selain itu, kesadaran konsumen perlu ditingkatkan melalui kampanye publik dan edukasi tentang hak-hak mereka dalam transaksi e-commerce. Platform e-commerce juga dapat berperan aktif dalam memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti tentang prosedur pengembalian, kebijakan privasi, dan mekanisme penyelesaian sengketa yang ada. Untuk meningkatkan efektivitas mekanisme penyelesaian sengketa, pemerintah dapat mempertimbangkan pendirian platform penyelesaian sengketa online yang mudah diakses dan transparan. Hal ini akan membantu memastikan penyelesaian sengketa yang cepat dan adil bagi konsumen yang mengalami masalah dengan pelaku usaha atau platform e-commerce.

Pelaku usaha kecil dan menengah seringkali memiliki keterbatasan sumber daya untuk mengikuti dan mematuhi seluruh pedoman regulasi. Hal ini menyebabkan ketidaksesuaian dalam implementasi perlindungan konsumen yang dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap platform e-commerce. Adapun tantangan kepatuhan dari sudut pandang konsumen adalah kesadaran yang relatif rendah tentang hak-hak mereka dalam transaksi e-commerce. Kesadaran yang rendah ini dapat menghambat kemampuan konsumen untuk menggunakan tindakan perlindungan yang ada saat mereka menghadapi masalah dalam bertransaksi. Konsumen sering kali tidak memiliki akses atau informasi yang cukup tentang mekanisme penyelesaian sengketa yang tersedia dalam e-commerce. Akibatnya, penyelesaian sengketa menjadi sulit dan kompleks, mengakibatkan beberapa konflik tidak terselesaikan dengan baik.

Terdapat sejumlah faktor yang berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan regulasi e-commerce. Faktor pertama mencakup kompleksitas regulasi yang ada. Para pelaku usaha umumnya menghadapi kesulitan dalam memahami dan mengikuti persyaratan kepatuhan dari regulasi e-commerce yang kompleks dan beragam. Hal ini dapat menyebabkan kebingungan dan kesalahan dalam penerapan aturan, mengurangi efektivitas perlindungan konsumen. Faktor kedua adalah tingkat kesadaran dan pengetahuan para pelaku usaha tentang regulasi e-commerce dan perlindungan konsumen. Dalam hal ini, kesadaran dan pengetahuan para pelaku usaha dapat berpengaruh pada kepatuhan mereka. Pelaku usaha yang memiliki pemahaman yang baik tentang peraturan cenderung lebih mematuhi aturan tersebut. Terutama bagi penjual kecil dan menengah, mematuhi regulasi mungkin memerlukan sumber daya finansial dan manajerial yang signifikan. Keterbatasan ini bisa menyebabkan kepatuhan yang kurang optimal dan mengorbankan standar keamanan dan kepercayaan konsumen. Faktor ketiga adalah Ketidakpastian terkait penegakan hukum. Dalam konteks ini, jika penegakan hukum tidak konsisten atau tidak efektif terhadap pelanggaran regulasi, pelaku usaha mungkin cenderung kurang mematuhi aturan tersebut. Ketidakpastian terkait dengan bagaimana hukum ditegakkan dan bagaimana sanksi dijatuhkan dapat mengurangi daya tangkal regulasi.

Konsistensi dalam penegakan hukum memastikan bahwa pelanggaran regulasi akan dikenai konsekuensi yang serupa, tidak peduli seberapa besar atau kecilnya pelaku pelanggar. Sanksi yang dikenakan pada para pelanggar haruslah efektif dan memiliki dampak yang memadai untuk mencegah pelanggaran yang akan datang. Jika sanksi yang dikenakan terlalu ringan atau tidak efektif, para penjual mungkin menganggapnya sebagai risiko yang dapat diterima dan tetap melanggar regulasi. Proses penegakan hukum harus transparan dan dapat diprediksi bagi para penjual. Jika prosesnya ambigu atau terlalu rumit, para penjual mungkin menghadapi kesulitan untuk memahami dan mengantisipasi risiko pelanggaran. Keterlibatan aktif dari pihak berkepentingan seperti pemerintah, platform e-commerce, dan organisasi konsumen dapat meningkatkan efektivitas penegakan hukum. Kolaborasi antara berbagai pihak dapat menciptakan sistem penegakan hukum yang lebih kuat dan lebih efisien.

Faktor selanjutnya adalah tingkat kepercayaan dan pengalaman konsumen dalam bertransaksi e-commerce. Hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan konsumen memiliki dampak langsung terhadap kepatuhan para pelaku usaha terhadap regulasi e-commerce di Indonesia. Para pelaku usaha yang menyadari pentingnya mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan konsumen akan cenderung lebih mematuhi aturan dan memberikan layanan yang lebih baik kepada konsumen.

Hal ini tidak hanya berlaku untuk platform e-commerce besar tetapi juga untuk pelaku usaha kecil dan menengah yang beroperasi di berbagai platform. Konsumen yang percaya pada platform e-commerce akan cenderung lebih memilih bertransaksi dengan pelaku usaha yang mematuhi aturan dan memberikan perlindungan yang baik terhadap hak-hak mereka.

Walaupun telah ada regulasi yang mengatur perlindungan konsumen dalam e-commerce di Indonesia, kepatuhannya masih menghadapi tantangan baik dari perspektif pelaku usaha maupun konsumen. Kompleksitas persyaratan, keterbatasan sumber daya pelaku usaha, rendahnya kesadaran konsumen, dan keterbatasan informasi menjadi hambatan utama dalam mencapai kepatuhan yang optimal. Untuk meningkatkan kepatuhan regulasi e-commerce di Indonesia, perlu adanya upaya kolaboratif dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, platform e-commerce, organisasi konsumen, dan pelaku usaha. Penyederhanaan dan penyuluhan mengenai pedoman regulasi bagi pelaku usaha dapat membantu meningkatkan kepatuhan. Selain itu, kampanye edukasi yang lebih efektif harus dilakukan untuk meningkatkan kesadaran konsumen tentang hak-hak mereka dan mekanisme penyelesaian sengketa yang ada. Lebih lanjut, dibutuhkan pengembangan platform penyelesaian sengketa online yang mudah diakses dan efisien, agar konflik dapat diselesaikan dengan cepat dan adil. Kolaborasi antara berbagai pihak dan penerapan teknologi yang tepat dapat membantu mencapai perlindungan konsumen yang lebih baik dalam industri e-commerce yang terus berkembang ini.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah diuraikan di atas, penulis menyimpulkan bahwa perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce di Indonesia telah memiliki landasan hukum yang cukup kuat melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi Tahun 2022, serta Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Ketiga regulasi tersebut memberikan jaminan terhadap hak-hak konsumen, terutama dalam hal informasi, keamanan, dan tanggung jawab pelaku usaha. Namun, implementasinya masih menghadapi berbagai kendala, seperti lemahnya pengawasan, rendahnya literasi hukum konsumen, serta keterbatasan mekanisme penegakan hukum yang menyebabkan hak-hak konsumen belum sepenuhnya terlindungi. Selanjutnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepatuhan pelaku usaha terhadap regulasi e-commerce di Indonesia masih bervariasi. Banyak pelaku usaha, khususnya UMKM, mengalami kesulitan dalam memahami dan memenuhi ketentuan regulasi yang kompleks. Di sisi lain, konsumen juga menunjukkan tingkat kesadaran yang masih rendah terhadap hak-haknya dalam transaksi digital, termasuk terkait pengembalian barang, keamanan data pribadi, dan mekanisme penyelesaian sengketa. Faktor-faktor seperti kompleksitas aturan, keterbatasan sumber daya, dan lemahnya penegakan hukum menjadi penyebab utama rendahnya efektivitas perlindungan konsumen di sektor ini. Dengan demikian, upaya peningkatan perlindungan konsumen dalam e-commerce perlu dilakukan secara kolaboratif antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat. Pemerintah perlu memperkuat sosialisasi dan penegakan hukum, sementara platform e-commerce diharapkan meningkatkan transparansi dan keamanan data konsumen. Selain itu, peningkatan literasi digital dan hukum konsumen melalui edukasi publik sangat penting untuk membangun kesadaran dan partisipasi aktif masyarakat. Hanya dengan sinergi berbagai pihak, sistem perlindungan konsumen di Indonesia dapat berjalan lebih efektif, adaptif terhadap perkembangan teknologi, serta mampu menciptakan ekosistem perdagangan elektronik yang aman, adil, dan berkelanjutan.

REFERENSI

- Az. Nasution. (2018). *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadjon, P. M. (2019). *Perlindungan Hukum bagi Rakyat Indonesia*. Surabaya: Bina Ilmu.

- Izazi, F. S., Sajena, P., Kirana, R. S., & Marsaulina, K. (2024). 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. *Leuser: Jurnal Hukum Nusantara*, 1(2), 8-14.
- Aksa, F. N., Saifullah, T., & Farabi, A. (2023). The Implementation of Qānūn of Jināyāt in Aceh: A Legal Point of View. *Al-Ahkam: Jurnal Ilmu Syari'ah dan Hukum*, 8(1), 16-34.
- Nasution, M. F., Purba, Y. Y., Silalahi, J. A. S., & Purba, V. L. (2025). Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 4(2), 1931-1938.
- Patricia, L. S. (2024). Analisis Yuridis Terhadap Perlindungan Konsumen dan Dampaknya Pada Praktik Bisnis di Indonesia. *Jurnal Hukum Lex Generalis*, 5(4).
- Poernomo, S. L. (2023). Analisis Kepatuhan Regulasi Perlindungan Konsumen dalam E-Commerce di Indonesia. *UNES Law Review*, 6(1), 1772-1782.
- Soekanto, S., & Mamudji, S. (2019). *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sutedi, A. (2011). *Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2013). *Peraturan OJK Nomor 1/POJK.07/2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan*. Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 118.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). *Peraturan OJK Nomor 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi*. Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 324.
- Yulianingsih, S., & Putra, R. K. (2024). Analisis Yuridis tentang Perlindungan Konsumen pada E-Commerce di Indonesia: Pendekatan Yuridis-Normatif. *Hakim: Jurnal Ilmu Hukum dan Sosial*, 2(4), 842-856.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42.
- Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 183.
- Undang-Undang Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 222.