



TANTANGAN DAN STRATEGI PELINDUNGAN KONSUMEN *E-COMMERCE* BAGI PERKEMBANGAN PERDAGANGAN INDONESIA

Yosua Pardamean Samuel* dan Sulasi Rongiyati**

Abstrak

Pelindungan konsumen merupakan aspek penting dalam mendukung terciptanya ekosistem perdagangan yang adil, aman, dan berkelanjutan di Indonesia. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) merupakan salah satu payung hukum terkait. Dalam praktiknya regulasi ini belum sepenuhnya mengakomodasi kebutuhan masyarakat terutama terkait pelindungan konsumen pada transaksi secara daring, sehingga diperlukannya kebijakan yang lebih adaptif terhadap perkembangan tersebut. Ditambah, kurangnya tingkat literasi masyarakat membuat semakin sulit menerapkan regulasi dengan efektif. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis tantangan, dan strategi pelindungan konsumen e-commerce dalam mendukung perkembangan perdagangan nasional. Pelindungan konsumen yang efektif mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat, dan meningkatkan kualitas produk. Oleh karena itu, perlu penguatan regulasi terkait pelindungan konsumen dengan perkembangan keadaan. DPR RI melalui Komisi VI diharapkan memperkuat fungsi legislasi dan pengawasan dengan mendorong pengaturan pelindungan konsumen e-commerce dalam revisi UUPK, serta memastikan pelaksanaan regulasi berjalan optimal dan selaras dengan kondisi saat ini.

Pendahuluan

Perkembangan ekonomi digital yang pesat telah mengubah lanskap perdagangan di Indonesia, di mana transaksi secara daring (*e-commerce*) kini mendominasi pola konsumsi masyarakat. Digitalisasi mendorong perubahan perilaku konsumen dan pelaku usaha, tetapi juga menghadirkan tantangan baru dalam upaya pelindungan konsumen (Kementerian Komunikasi dan Digital, 2024). Pada tahun 2021, Kementerian Perdagangan mencatat 9.393 pengaduan konsumen, dengan 95 persen di antaranya berasal dari sektor *e-commerce*. Jumlah ini meningkat hampir sepuluh kali lipat dibandingkan tahun 2020 yang hanya mencatat 931 pengaduan (Kementerian Perdagangan, 2022). Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menjadi landasan hukum utama dalam menjamin hak-hak konsumen. Namun, regulasi tersebut dinilai belum sepenuhnya mampu menjawab dinamika transaksi digital yang kompleks, mengingat UU ini disusun sebelum maraknya aktivitas perdagangan daring. Permasalahan utama adalah bagaimana efektivitas pelindungan konsumen dapat diwujudkan di tengah keterbatasan regulasi, lemahnya pengawasan, dan rendahnya literasi konsumen. (Kementerian Perdagangan RI, 2023).

*) Analis Legislatif Ahli Pertama Bidang Ekonomi, Keuangan, Industri dan Pembangunan pada Pusat Analisis Keparlemenan Badan Keahlian DPR RI. Email: yosua.samuel@dpr.go.id

**) Analis Legislatif Ahli Madya Bidang Ekonomi, Keuangan, Industri dan Pembangunan pada Pusat Analisis Keparlemenan Badan Keahlian DPR RI. Email: sulasi.rongiyati@dpr.go.id

Strategi komprehensif diperlukan untuk memperkuat sistem perlindungan konsumen, termasuk di dalamnya pembaharuan regulasi, peningkatan literasi masyarakat, dan penguatan fungsi pengawasan. Penguatan perlindungan konsumen di era digital diharapkan mampu mewujudkan ekosistem perdagangan yang adil, transparan, dan berkelanjutan, serta memberikan kepastian hukum bagi seluruh pelaku ekonomi, khususnya konsumen di Indonesia (Badan Perlindungan Konsumen Nasional, 2024). Artikel ini akan membahas mengenai tantangan serta strategi penerapan perlindungan konsumen transaksi dagang secara elektronik (*e-commerce*) dalam mendukung perkembangan perdagangan di Indonesia.

Tantangan Perlindungan Konsumen E-Commerce

Permasalahan regulasi merupakan salah satu tantangan utama dalam mewujudkan perlindungan konsumen yang efektif, khususnya di era perdagangan digital (Ronald, 2024). UUPK hingga saat ini belum mengatur mengenai transaksi dagang secara elektronik dan perlindungan konsumen dalam konteks digital, meskipun terdapat beberapa regulasi lain yang secara parsial mengatur hal ini, seperti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 Tentang perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), Undan-Undang Nomor 4 Tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan (UU PPSK), dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE), PP No. 17 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE). Regulasi-regulasi tersebut belum secara komprehensif mengatur mengenai perlindungan konsumen khususnya untuk transaksi digital. Akibatnya, hak-hak konsumen digital belum terlindungi dan sering kali berada dalam posisi yang lemah ketika menghadapi sengketa atau praktik bisnis yang merugikan. Keberadaan regulasi yang jelas tidak hanya mengarahkan pelaku usaha untuk memenuhi standar yang berlaku, tetapi juga meningkatkan daya saing produk di tingkat nasional maupun internasional dengan cara meningkatkan kualitas produk dan layanan (Kotler & Keller, 2016). Di sisi lain penegakan hukum juga perlu untuk dioptimalkan. Banyak pelanggaran terhadap hak konsumen yang tidak dapat diselesaikan secara efektif akibat keterbatasan dalam mekanisme pengaduan serta proses penyelesaian sengketa yang belum efisien. Selain itu, kelemahan dalam aspek regulasi dan pengawasan juga menjadi permasalahan penting. Ketentuan hukum yang berlaku dinilai belum mampu memberikan perlindungan maksimal bagi konsumen, terutama dalam konteks perdagangan elektronik. Lemahnya pengawasan terhadap pelaku usaha turut memperburuk kondisi tersebut, di mana masih banyak pihak yang tidak memenuhi kewajibannya tanpa adanya sanksi yang tegas (OECD, 2025). Tidak hanya itu, dinamika transaksi lintas batas sebagai akibat dari globalisasi perdagangan juga menimbulkan tantangan tersendiri. Perlindungan konsumen dalam transaksi internasional menjadi sulit untuk diterapkan secara maksimal, terutama ketika konsumen melakukan pembelian produk dari luar negeri yang berada di luar jangkauan regulasi domestik.

Keefektifan suatu regulasi juga ditentukan dengan tingkat literasi masyarakatnya. Hal ini agar regulasi yang ada dapat diketahui, dipahami, dan dilaksanakan sesuai dengan harapan. Akan tetapi, kondisi yang saat ini dihadapi adalah masih rendahnya tingkat literasi digital di kalangan masyarakat. Kondisi ini menyebabkan sebagian besar konsumen belum memiliki

pemahaman yang memadai terkait hak dan kewajiban mereka dalam aktivitas transaksi digital, sehingga meningkatkan kerentanan terhadap praktik penipuan maupun penyalahgunaan data pribadi. Hal ini perlu untuk diselesaikan, karena perlindungan konsumen yang kuat mampu membangun rasa aman bagi masyarakat dalam melakukan aktivitas ekonomi, sehingga mendorong loyalitas serta partisipasi aktif konsumen dalam berbagai transaksi (Tjiptono, 2019).

Strategi Penerapan Pelindungan Konsumen *E-commerce*

Strategi yang tepat dan terarah menjadi aspek krusial dalam mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi dalam implementasi pelindungan konsumen di Indonesia. Upaya strategis tersebut perlu dirancang secara komprehensif agar mampu menjawab permasalahan secara efektif dan berkelanjutan. Salah satu langkah penting yang dapat dilakukan adalah penguatan regulasi khususnya dalam konteks transaksi digital. Revisi terhadap UUPK dinilai perlu untuk dilakukan, agar peraturan tersebut dapat lebih relevan dengan perkembangan teknologi dan pola transaksi kontemporer. Penyesuaian regulasi ini diharapkan mampu memperkuat sistem pengawasan terhadap pelaku usaha, memperluas pelindungan terhadap konsumen dalam berbagai bentuk transaksi, baik daring maupun luring, serta meningkatkan efektivitas sanksi bagi pihak-pihak yang terbukti melanggar ketentuan perlindungan konsumen (Hadiwinata, 2025).

Strategi lain yang juga penting adalah penguatan literasi masyarakat. Peningkatan pemahaman masyarakat mengenai hak dan kewajiban mereka sebagai konsumen perlu didorong melalui kegiatan edukasi dan sosialisasi secara masif, baik melalui kampanye publik, penyuluhan, maupun pemanfaatan berbagai platform digital. Langkah ini bertujuan agar konsumen memiliki kemampuan untuk bertransaksi secara cerdas dan tidak mudah menjadi korban penipuan atau praktik usaha tidak bertanggung jawab.

Pemanfaatan teknologi digital juga menjadi strategi yang sangat potensial dalam memperkuat sistem perlindungan konsumen. Implementasi teknologi seperti *blockchain*, misalnya, dapat digunakan untuk meningkatkan transparansi dalam transaksi, menjaga keamanan data pribadi konsumen, serta mengoptimalkan sistem pengaduan digital agar lebih mudah diakses dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Selain itu, strategi harmonisasi regulasi dengan standar internasional menjadi langkah penting untuk memperkuat perlindungan konsumen dalam transaksi lintas batas. Penyesuaian peraturan domestik dengan standar global tidak hanya mampu meningkatkan perlindungan konsumen dalam perdagangan internasional, tetapi juga berperan dalam membangun kepercayaan global terhadap sistem perdagangan nasional Indonesia (Sahroni & Hendrawati S, 2024).

Penutup

Pelindungan konsumen merupakan salah satu aspek krusial dalam kegiatan jual beli. Dalam pelaksanaannya masih ditemui berbagai hambatan, seperti regulasi yang belum sepenuhnya sesuai dengan kebutuhan masyarakat terutama dalam bertransaksi digital dan ditambah dengan minimnya kesadaran literasi masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat untuk tantangan tersebut. Revisi UUPK dengan menyesuaikan kebutuhan masyarakat

dalam bertransaksi digital, penguatan literasi masyarakat, dan pemanfaatan teknologi dapat digunakan untuk menyelesaikan tantangan tersebut.

Dalam hal ini, Komisi VI DPR RI memiliki peranan penting dalam menyusun regulasi dan melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan kebijakan perlindungan konsumen di Indonesia. Melalui fungsi legislasi, Komisi VI perlu mengatur transaksi *e-commerce* dalam revisi UUPK yang sedang disusun DPR, agar mampu menyesuaikan dengan dinamika perkembangan zaman. Dalam fungsi pengawasan, Komisi VI perlu mendorong pemerintah meningkatkan literasi masyarakat terhadap hak dan kewajibannya dalam *e-commerce*. Kolaborasi antara pemerintah, DPR, pelaku usaha, dan konsumen sangat dibutuhkan dalam menciptakan ekosistem perdagangan yang aman, adil, dan berkelanjutan.

Referensi

- Badan Perlindungan Konsumen Nasional. (2024, Desember 17). *Badan Pelindungan Konsumen terima ribuan pengaduan masyarakat*. Berita Umum. <https://bpkn.go.id/beritaterkini/detail/bpkn-ri-paparkan-catatan-akhir-tahun-2024-terima-1733-pengaduan-selama-tahun-2024>
- Hadiwinata R. (2025, Maret 19). Dukung revisi UU perlindungan konsumen, Ibas perkuat hak konsumen. *detik.com*. <https://news.detik.com/berita/d-7830679/dukung-revisi-uu-perindungan-konsumen-ibas-perkuat-hak-konsumen>
- Kementerian Komunikasi dan Digital. (2023, Januari 19). *Pemerintah dorong konsumen cerdas dan berdaya di era digital*. Berita Umum. <https://www.komdigi.go.id/berita/berita-pemerintahan/detail/pemerintah-dorong-konsumen-cerdas-dan-berdaya-di-era-digital>
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2023, Desember 1). *Sosialisasi peran pemerintah dalam perlindungan konsumen di era digital*. Berita Umum. <https://www.kemendag.go.id/berita/foto/sosialisasi-peran-pemerintah-dalam-perindungan-konsumen-di-era-digital>
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2022 Januari 7). *Kemendag catat pengaduan konsumen 2021, e-commerce kembali mendominasi*. Berita Umum. <https://www.kemendag.go.id/berita/siaran-pers/kemendag-catat-pengaduan-konsumen-2021-e-commerce-kembali-mendominasi>
- Kotler, P & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2025, Maret 27). Safeguarding consumers' access to cash in the digital economy. *OECD Publishing*. https://www.oecd.org/en/publications/safeguarding-consumers-access-to-cash-in-the-digital-economy_189970b4-en.html.
- Ronald C. (2024, Mei 29). Hukum perlindungan konsumen. *hukumonline.com*. <https://www.hukumonline.com/klinik/a/hukum-perindungan-konsumen-1t62dfc65f7966c>

- Sahroni, Hendrawati S. (2024, September 9). Dampak ekonomi digital terhadap perkembangan hukum kontrak dan perlindungan konsumen di Indonesia berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 80 tahun 2019 tentang Perdagangan melalui Sistem. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisiplin*. <https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jpim/article/view/4747/4913>
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran dan perlindungan konsumen di era digital*. Andi Publisher.

