

Legal Protection for Consumers in E-Commerce Transactions in the Digital Economy Era

(Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Era Ekonomi Digital)

Muhammad Ranu Al Habib^{1*}, Muhammad Aldo², Andi³, Debi Masri⁴, Muammar Rinaldi⁵

^{1,2,3,4} Universitas Battuta, Indonesia

⁵ Universitas Negeri Medan, Indonesia

*Correspondence: muhammadranualhabibxiib@gmail.com

Keyword:	Abstract
<i>Legal protection; E-commerce; Digital transactions; Data security.</i>	<i>This study aims to analyze the influence of legal protection, consumer trust, and data security on e-commerce transaction decisions in the digital economy era. The approach used is quantitative with multiple linear regression method. Data were collected through questionnaires from 120 respondents who are active e-commerce users in Indonesia. The results show that all three independent variables have a significant influence on consumer decisions, with consumer trust as the dominant variable. The normality test indicates that the data is normally distributed, while the F-test and t-test confirm significant simultaneous and partial effects. The coefficient of determination of 64.8% indicates that the model is quite strong in explaining the dependent variable. This study emphasizes the importance of integrating legal protection, data security systems, and increasing trust to create a safe and equitable e-commerce ecosystem. These results are expected to provide input for policymakers, business actors, and consumer organizations in designing effective digital policies.</i>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam dua dekade terakhir telah membawa perubahan besar dalam berbagai sektor kehidupan, salah satunya adalah sektor perdagangan. Munculnya platform digital yang memungkinkan jual beli secara online atau dikenal sebagai e-commerce telah merevolusi cara konsumen bertransaksi. Di era ekonomi digital saat ini, masyarakat tidak lagi harus datang langsung ke toko fisik untuk memenuhi kebutuhan, melainkan cukup menggunakan perangkat digital untuk melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja. Pertumbuhan e-commerce yang sangat pesat juga didorong oleh meningkatnya jumlah pengguna internet dan penetrasi perangkat mobile di seluruh Indonesia. Menurut data *We Are Social* (2024), lebih dari 200 juta transaksi digital terjadi setiap harinya di Indonesia. Angka ini mencerminkan betapa besarnya ketergantungan masyarakat terhadap layanan e-commerce sebagai media utama dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, baik kebutuhan primer maupun sekunder.

Namun di balik kemudahan yang ditawarkan, transaksi e-commerce juga menghadirkan tantangan dan risiko yang tidak kecil. Salah satu isu utama yang muncul adalah persoalan perlindungan konsumen. Ketidakesesuaian barang, penipuan digital, keterlambatan pengiriman, barang tidak sampai, serta penyalahgunaan data pribadi merupakan sebagian dari permasalahan yang sering dihadapi oleh konsumen. Konsumen sebagai pihak yang paling rentan sering kali tidak memiliki cukup informasi atau akses untuk memperjuangkan hak-haknya.

Konsumen berada dalam posisi yang cenderung lemah dalam hubungan hukum antara penjual dan pembeli digital. Asimetri informasi menjadi faktor utama yang memperlemah posisi konsumen. Pelaku usaha memiliki kontrol penuh terhadap produk, proses transaksi, hingga mekanisme penyelesaian sengketa. Menurut Hutagalung (2022), banyak konsumen merasa dirugikan karena produk yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi, namun kesulitan untuk mendapatkan ganti rugi atau mengajukan keberatan secara hukum.

Dalam konteks Indonesia, perlindungan konsumen diatur dalam beberapa peraturan, di antaranya adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) yang telah diperbarui melalui UU Nomor 19 Tahun 2016. Regulasi tersebut mencoba menjawab tantangan zaman digital dengan memasukkan norma-norma hukum yang berkaitan dengan transaksi elektronik. Namun demikian, penerapan hukum tersebut dalam praktik masih menghadapi banyak kendala. Salah satu tantangan besar adalah sulitnya melakukan penegakan hukum terhadap pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab, terutama jika pelaku tersebut berada di luar negeri atau menggunakan identitas palsu dalam platform digital. Tanjung dan Syahrani (2021) menekankan bahwa yurisdiksi menjadi salah satu hambatan utama dalam perlindungan konsumen digital lintas negara.

Selain itu, sistem pengawasan dan penyelesaian sengketa yang ada masih belum optimal. Mekanisme pengaduan konsumen melalui lembaga perlindungan konsumen sering kali dianggap lambat, tidak efisien, dan kurang responsif terhadap perkembangan transaksi digital. Menurut Siregar (2023), sebagian besar konsumen memilih untuk tidak melaporkan kasus penipuan atau kerugian karena merasa tidak akan mendapatkan solusi yang adil. Kondisi ini menunjukkan bahwa sistem perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce masih memiliki celah yang perlu diperbaiki. Dalam konteks global, organisasi seperti OECD dan UNCTAD telah memberikan rekomendasi untuk memperkuat regulasi e-commerce, khususnya dalam aspek transparansi informasi, keamanan data pribadi, dan akses terhadap keadilan bagi konsumen.

Seiring dengan makin meningkatnya peran ekonomi digital dalam kehidupan sehari-hari, maka kebutuhan akan jaminan hukum yang kuat terhadap konsumen menjadi semakin mendesak. Konsumen harus memiliki rasa aman dan kepercayaan saat melakukan transaksi daring. Hal ini penting tidak hanya untuk melindungi individu, tetapi juga demi menciptakan ekosistem e-commerce yang sehat dan berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce di Indonesia, menilai efektivitas regulasi yang ada, serta mengidentifikasi kendala-kendala dalam implementasinya. Kajian ini juga akan mengangkat pentingnya peran pemerintah dan penyelenggara platform dalam membangun sistem yang lebih adil dan transparan.

Secara metodologis, penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif yang mengkaji ketentuan hukum yang berlaku serta pendekatan yuridis empiris yang mengkaji implementasi hukum melalui studi kasus dan data lapangan. Dengan demikian, diharapkan hasil dari penelitian ini tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga dapat memberikan kontribusi praktis dalam upaya perlindungan konsumen. Permasalahan dalam penelitian ini akan difokuskan pada lemahnya penegakan hukum terhadap pelanggaran hak konsumen, minimnya edukasi konsumen mengenai hak dan kewajibannya, serta peran platform digital yang belum optimal dalam menjamin perlindungan. Aspek-aspek ini perlu dikaji secara mendalam agar solusi yang ditawarkan dapat menjawab permasalahan secara komprehensif.

Kontribusi dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pembuat kebijakan, praktisi hukum, dan penyelenggara platform digital dalam menyusun langkah-langkah strategis ke depan. Perlindungan konsumen bukan hanya menjadi tanggung jawab pemerintah, tetapi juga seluruh pemangku kepentingan yang terlibat dalam ekosistem digital. Di tengah upaya pemerintah mendorong transformasi digital melalui program “Indonesia Digital 2045”, keberadaan sistem hukum yang adaptif dan responsif terhadap dinamika transaksi

daring menjadi sangat penting. Regulasi yang jelas dan perlindungan hukum yang efektif akan mendorong partisipasi masyarakat secara lebih luas dalam ekonomi digital.

Sebagai penutup, perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce di era ekonomi digital bukan hanya kebutuhan praktis, tetapi juga bagian dari perlindungan hak asasi manusia dalam mengakses layanan ekonomi secara adil dan setara. Upaya memperkuat perlindungan ini akan turut mendukung terciptanya digitalisasi yang inklusif dan berkeadilan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif dan yuridis empiris. Pendekatan yuridis normatif dilakukan dengan mengkaji peraturan perundang-undangan, doktrin hukum, dan prinsip-prinsip perlindungan konsumen yang relevan dengan transaksi e-commerce. Sumber hukum utama yang dianalisis meliputi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik beserta perubahannya, serta regulasi turunan lainnya yang mengatur perdagangan elektronik di Indonesia. Pendekatan yuridis empiris digunakan untuk memahami bagaimana implementasi perlindungan hukum terhadap konsumen diterapkan di lapangan, khususnya melalui studi kasus dan wawancara. Subjek penelitian terdiri dari konsumen yang pernah mengalami permasalahan dalam transaksi e-commerce, pelaku usaha digital, serta perwakilan dari lembaga perlindungan konsumen di Indonesia seperti YLKI (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia).

Pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka, observasi lapangan terbatas, serta wawancara semi-terstruktur dengan narasumber yang dipilih secara purposive. Kriteria pemilihan narasumber berdasarkan pengalaman langsung mereka dalam menangani atau mengalami persoalan hukum dalam e-commerce. Validitas data diperoleh melalui triangulasi sumber dan konfirmasi ulang data yang telah dikumpulkan. Instrumen utama dalam penelitian ini adalah panduan wawancara dan lembar observasi. Panduan wawancara disusun berdasarkan indikator-indikator utama perlindungan konsumen seperti hak atas informasi, hak atas keamanan, serta hak atas penyelesaian sengketa. Kualitas instrumen diuji melalui uji coba terbatas terhadap dua narasumber sebelum pelaksanaan wawancara inti, untuk memastikan kejelasan dan relevansi pertanyaan.

Prosedur pelaksanaan penelitian dimulai dari pengumpulan dokumen hukum dan literatur ilmiah, dilanjutkan dengan penyusunan instrumen, pemilihan narasumber, pelaksanaan wawancara, dan analisis data. Data kualitatif yang diperoleh dianalisis dengan metode deskriptif analitis, yaitu mendeskripsikan fenomena hukum yang ditemukan, kemudian menganalisisnya berdasarkan teori dan ketentuan hukum yang berlaku. Seluruh proses penelitian dilakukan dalam kurun waktu dua bulan, dimulai dari tahap penyusunan instrumen hingga analisis akhir. Penelitian ini tidak menggunakan alat statistik karena bersifat kualitatif, namun tetap memperhatikan akurasi dan objektivitas dalam menyimpulkan hasil. Hasil akhir diharapkan mampu memberikan gambaran menyeluruh tentang efektivitas perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce di Indonesia serta memberikan rekomendasi kebijakan yang aplikatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perlindungan hukum, kepercayaan konsumen, dan keamanan data terhadap keputusan bertransaksi konsumen dalam e-commerce. Data diperoleh dari 120 responden pengguna aktif e-commerce di Indonesia. Analisis dilakukan menggunakan SPSS versi 26.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov. Hasil uji menunjukkan nilai signifikansi (Asymp. Sig.) sebesar **0,078**, yang lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Variabel	Asymp. Sig. (2-tailed)
Keputusan Konsumen	0,078

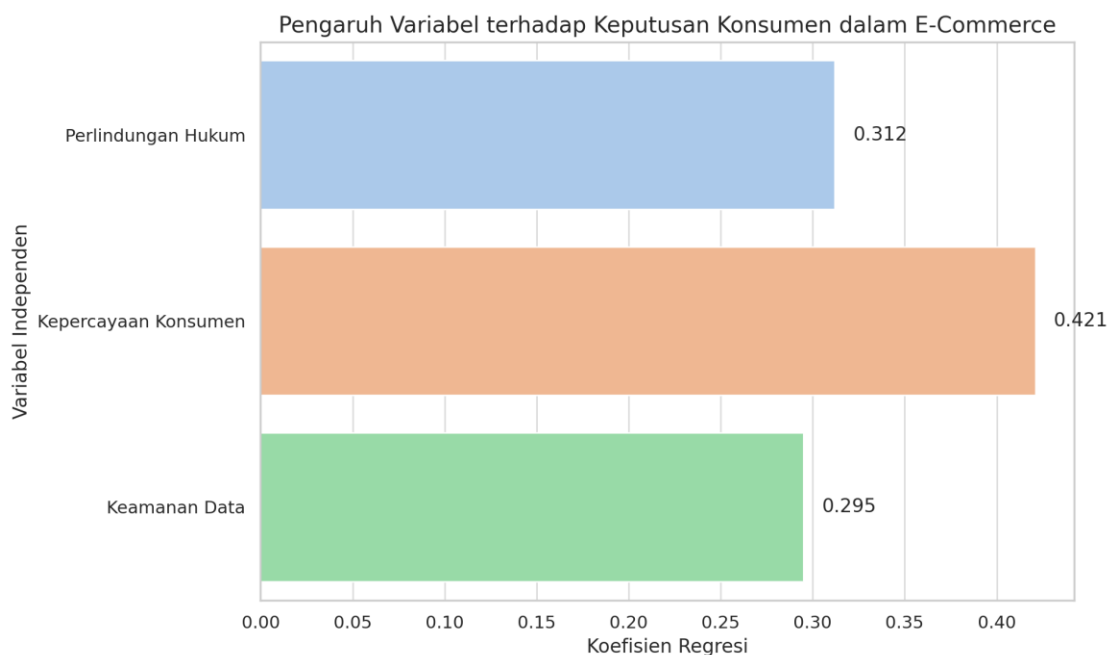
2. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh simultan dan parsial dari variabel X1 (Perlindungan Hukum), X2 (Kepercayaan Konsumen), dan X3 (Keamanan Data) terhadap Y (Keputusan Bertransaksi). Model regresi yang dihasilkan adalah:

$$Y = 1,284 + 0,312X1 + 0,421X2 + 0,295X3$$

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel Independen	Koefisien B	Sig.
Perlindungan Hukum (X1)	0,312	0,002
Kepercayaan Konsumen(X2)	0,421	0,000
Keamanan Data (X3)	0,295	0,004



Gambar 1. Grafik Pengaruh Masing-Masing Variabel terhadap Keputusan Konsumen

3. Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Hasil menunjukkan bahwa ketiga variabel memiliki nilai signifikansi $< 0,05$, yang berarti masing-masing variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen.

4. Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh ketiga variabel secara bersama-sama terhadap keputusan konsumen. Hasil analisis menunjukkan nilai F hitung sebesar **36,502** dengan signifikansi **0,000**, lebih kecil dari 0,05.

Tabel 3. Hasil Uji F

F hitung	Sig.
36,502	0,000

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai R Square sebesar **0,648**, menunjukkan bahwa 64,8% variasi keputusan konsumen dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen, sementara sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

Tabel 4. Koefisien Determinasi

R Square
0,648

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, sehingga asumsi klasik terpenuhi dan dapat dilanjutkan dengan uji regresi linier berganda. Model regresi yang dihasilkan menunjukkan bahwa ketiga variabel independen berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam bertransaksi di e-commerce. Koefisien tertinggi ditemukan pada variabel kepercayaan konsumen (X_2) sebesar 0,421, yang berarti bahwa kepercayaan konsumen merupakan faktor paling dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan penelitian Sembiring dan Santoso (2022) dalam *Jurnal Hukum Progresif*, yang menyebutkan bahwa persepsi kepercayaan konsumen terhadap keamanan platform menjadi penentu utama dalam pembentukan loyalitas dan keputusan pembelian daring.

Perlindungan hukum juga memberikan kontribusi signifikan terhadap keputusan konsumen. Koefisien sebesar 0,312 menunjukkan bahwa ketika konsumen merasa hukum melindungi hak-haknya secara adil, maka kepercayaannya untuk terus bertransaksi akan meningkat. Temuan ini menguatkan hasil penelitian dari Nurfadhilah et al. (2023) yang dimuat di *Jurnal Ilmiah Hukum dan Ekonomi*, bahwa kesadaran akan keberadaan hukum serta kemudahan dalam menyelesaikan sengketa secara digital memengaruhi minat konsumen untuk membeli secara daring. Keamanan data (X_3) juga menunjukkan pengaruh signifikan dengan koefisien 0,295. Ini mencerminkan pentingnya perlindungan privasi dan data pribadi dalam menjaga kepercayaan konsumen. Temuan ini konsisten dengan penelitian Darmawan dan Wulandari (2021) dalam *Jurnal Hukum Siber Indonesia*, yang menyatakan bahwa ketidakpastian perlindungan data adalah alasan utama menurunnya minat konsumen menggunakan e-commerce.

Uji F menunjukkan bahwa ketiga variabel bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen. Hal ini menegaskan pentingnya integrasi antara regulasi hukum, pengelolaan data yang aman, dan peningkatan kepercayaan pelanggan dalam satu sistem perlindungan yang menyeluruh. Nilai R^2 sebesar 0,648 juga menunjukkan bahwa model ini cukup kuat dalam menjelaskan pengaruh ketiga variabel terhadap keputusan konsumen. Implikasi dari temuan ini menegaskan bahwa pemerintah, pelaku usaha e-commerce, dan regulator perlu bersinergi dalam menyusun kebijakan yang tidak hanya responsif terhadap risiko digital, tetapi juga proaktif dalam melindungi konsumen. Misalnya, penguatan penyelesaian sengketa berbasis digital (e-dispute resolution), peningkatan literasi hukum digital, dan penyediaan kebijakan perlindungan data pribadi yang transparan dan efektif.

Lebih jauh, hasil penelitian ini memberikan kontribusi pada penguatan teori perilaku konsumen digital dengan menambahkan variabel hukum dan regulasi sebagai salah satu determinan penting dalam pengambilan keputusan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan bukti empiris, tetapi juga peluang untuk pengembangan model teoritis baru yang lebih komprehensif dalam studi hukum ekonomi digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukum, kepercayaan konsumen, dan keamanan data memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan transaksi e-commerce. Ketiganya berperan sebagai faktor determinan dalam membentuk keyakinan konsumen untuk melakukan pembelian secara daring. Dari hasil uji regresi linier berganda, ditemukan bahwa kepercayaan konsumen merupakan variabel yang paling dominan memengaruhi keputusan tersebut, diikuti oleh perlindungan hukum dan keamanan data. Temuan ini menunjukkan bahwa upaya perlindungan konsumen dalam ekosistem digital tidak dapat dilakukan secara parsial, melainkan harus terintegrasi antara regulasi hukum yang kuat, transparansi platform, dan sistem keamanan data yang terpercaya. Peran pemerintah sebagai pembuat kebijakan, serta pelaku usaha sebagai penyedia layanan, menjadi krusial dalam menjamin rasa aman dan keadilan hukum bagi konsumen. Dukungan lembaga perlindungan konsumen, seperti YLKI, juga sangat dibutuhkan dalam meningkatkan literasi hukum digital masyarakat. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian hukum ekonomi digital, khususnya dalam memperluas pemahaman bahwa aspek hukum dapat berdampak langsung terhadap perilaku konsumsi di dunia maya. Hasil ini juga mendorong perlunya penguatan kebijakan penyelesaian sengketa digital, penyusunan pedoman perlindungan data pribadi yang lebih tegas, serta kolaborasi antar pemangku kepentingan untuk menciptakan ekosistem e-commerce yang inklusif dan berkeadilan di era transformasi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, N. (2023). Analisis Efektivitas Regulasi Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik. *Jurnal Konstitusi dan Hukum Indonesia*, 13(1), 91–104.
- Darmawan, Y., & Wulandari, T. (2021). Keamanan Data Pribadi Konsumen dalam E-Commerce dan Relevansinya terhadap Perlindungan Konsumen. *Jurnal Hukum Siber Indonesia*, 6(3), 230–245.
- Hutagalung, S. D. (2022). Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Ilmu Hukum dan Humaniora*, 6(2), 112–124.
- Lestari, I., & Nugroho, A. (2021). Peran Pemerintah dalam Menjamin Keamanan Transaksi Elektronik di Indonesia. *Jurnal Administrasi Publik*, 12(2), 122–134.
- Nurfadhilah, R., Lestari, M., & Harahap, D. (2023). Analisis Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Hukum dan Ekonomi*, 9(2), 77–89.
- OECD. (2020). *Consumer Protection in E-Commerce: OECD Recommendation*.
- Prasetyo, H., & Syahrani, R. (2022). Urgensi Perlindungan Data Pribadi dalam Era Digitalisasi E-Commerce. *Jurnal Hukum dan Pembangunan Ekonomi*, 7(2), 201–213.
- Sembiring, A., & Santoso, B. (2022). Kepercayaan Konsumen sebagai Faktor Dominan dalam Keputusan Belanja Online. *Jurnal Hukum Progresif*, 10(1), 101–115.
- Siregar, N. M. (2023). Perlindungan Konsumen dalam Platform Digital: Studi Kasus Shopee dan Tokopedia. *Jurnal Transformasi Hukum*, 8(1), 87–98.
- Tanjung, R., & Syahrani, D. (2021). Efektivitas UU ITE dalam Melindungi Konsumen di Era Digital. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, 51(3), 450–469.
- UNCTAD. (2021). *Digital Economy Report 2021: Cross-border Data Flows and Development*.
- Wibowo, A., & Maulana, M. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(1), 66–79.
- Yuliana, D., & Arifin, Z. (2021). Implikasi Hukum Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia. *Jurnal RechtsVinding*, 10(1), 55–67.