

## Perlindungan Hukum Pembeli atas Ketidaksesuaian Kualitas Barang dan Jasa Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Hendro Ponco Raharjo<sup>1</sup>, Cokorde Istri Dian Laksmi Dewi<sup>2</sup>, I Wayan Putu Sucana Aryana<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Ngurah Rai, Indonesia

Email: ponco.daywalker@gmail.com, cokordeistri87@gmail.com, sucanaaryana67@gmail.com

### Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mendorong terjadinya perubahan dalam cara transaksi jual beli, khususnya melalui platform *e-commerce*. Namun, dalam praktiknya, tidak jarang barang dan jasa yang dibeli tidak sesuai dengan kualitas yang dijanjikan oleh penjual. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam melindungi pembeli atas ketidaksesuaian kualitas barang dan jasa. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan yuridis normatif dengan data sekunder dari kajian literatur dan peraturan perundang-undangan terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum bagi konsumen telah diatur, tetapi implementasinya masih perlu diperkuat, terutama dalam transaksi digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi pemerintah dan lembaga penyelesaian sengketa konsumen.

**Kata Kunci:** Perlindungan Konsumen, Kualitas Barang, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, E-Commerce, Wanprestasi.

### Abstract

*The development of digital technology has encouraged changes in the way of buying and selling transactions, especially through e-commerce platforms. However, in practice, it is not uncommon for the goods and services purchased to not be in accordance with the quality promised by the seller. This study aims to analyze the implementation of Law No. 8 of 1999 concerning Consumer Protection in protecting buyers from non-conformities in the quality of goods and services. The research method used is a normative juridical approach with secondary data from literature reviews and related laws and regulations. The results of the study show that legal protection for consumers has been regulated, but its implementation still needs to be strengthened, especially in digital transactions. This research is expected to provide recommendations for the government and consumer dispute resolution institutions.*

**Keywords:** Consumer Protection, Quality of Goods, Law No. 8 of 1999, E-Commerce, Default.

### Pendahuluan

Dalam era globalisasi, transaksi perdagangan semakin bergeser dari metode konvensional menuju perdagangan elektronik (Dinev et al., 2006);(Kala'lembang,

2020);(Asikin & Fadilah, 2024). Menurut laporan Statista tahun 2023, volume perdagangan *e-commerce* global diperkirakan akan mencapai angka triliunan dolar, dengan Asia sebagai kawasan terbesar dalam pertumbuhan perdagangan digital (Kim & Kim, 2022). Namun, di balik kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi digital, muncul tantangan baru, terutama terkait dengan perlindungan konsumen (Abdurokhim, 2020);(Hotana, 2018). Secara global, salah satu isu utama yang sering ditemui adalah barang dan jasa yang dibeli secara daring tidak selalu sesuai dengan kualitas yang dijanjikan oleh penjual (Hakkinen et al., 2021). Hal ini menimbulkan permasalahan besar, karena konsumen sering kali sulit mendapatkan perlindungan hukum yang memadai dalam transaksi lintas batas (Umam & Abdurokhim, 2024);(Budiutomo et al., 2021).

Kualitas barang dan jasa yang tidak sesuai menjadi permasalahan utama dalam perdagangan elektronik (Annur, 2022). Organisasi internasional seperti *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD) menekankan pentingnya standar perlindungan konsumen yang kuat, terutama di negara berkembang. Di Indonesia, hal ini semakin relevan dengan perkembangan pesat *e-commerce*. Meski telah ada regulasi terkait perlindungan konsumen, pelaksanaannya masih memiliki banyak celah yang memungkinkan terjadinya tindakan wanprestasi oleh pelaku usaha (Ardiansyah, 2020).

Beberapa faktor utama yang menyebabkan terjadinya permasalahan terkait ketidaksesuaian kualitas barang dan jasa dalam transaksi elektronik di Indonesia antara lain adalah: Kurangnya pengawasan terhadap pelaku usaha daring: Di banyak negara, termasuk Indonesia, pengawasan terhadap pelaku usaha daring masih lemah. Ini memberikan ruang bagi pelaku usaha untuk melakukan pelanggaran seperti menjual barang yang tidak sesuai dengan iklan atau deskripsi produk (Asikin et al., 2024);(Pratiwi & Yunari, 2020).

Ketidakjelasan regulasi terkait transaksi elektronik: Meskipun Indonesia telah memiliki Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, pelaksanaan dan penegakan aturan tersebut dalam ranah *e-commerce* masih minim (Asmadi, 2018). Banyak konsumen yang belum sepenuhnya memahami hak-hak mereka, dan pelaku usaha tidak selalu bertanggung jawab atas tindakan wanprestasi (Nurulisari, 2021).

Ketiadaan mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif: Penyelesaian sengketa konsumen sering kali menemui hambatan, terutama dalam konteks transaksi lintas batas atau *e-commerce* (Kristiyanti, 2022). Konsumen sering kesulitan mendapatkan kompensasi atau pengembalian barang ketika barang yang diterima tidak sesuai dengan yang diiklankan.

Keterbatasan pengetahuan konsumen: Sebagian besar konsumen tidak memiliki informasi yang cukup mengenai barang atau jasa yang mereka beli secara daring. Penjual yang tidak bertanggung jawab sering memanfaatkan situasi ini dengan menyembunyikan informasi penting tentang produk yang ditawarkan (Zulham, 2013).

Akibat dari faktor-faktor di atas, konsumen sering kali berada dalam posisi yang lemah dan rentan terhadap eksploitasi. Ketika barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan janji, konsumen dapat mengalami kerugian finansial, psikologis, dan waktu.

## Perlindungan Hukum Pembeli atas Ketidaksesuaian Kualitas Barang dan Jasa Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Selain itu, ketidakjelasan mekanisme penyelesaian sengketa juga menyebabkan rendahnya kepercayaan konsumen terhadap sistem hukum (Wijaya, 2020). Studi yang dilakukan oleh World Bank menunjukkan bahwa negara-negara dengan sistem perlindungan konsumen yang kuat cenderung memiliki pasar yang lebih sehat dan kompetitif, karena konsumen merasa lebih aman untuk bertransaksi.

Di Indonesia, ketidakseimbangan kekuatan antara konsumen dan pelaku usaha semakin diperparah dengan keterbatasan akses konsumen terhadap informasi yang benar dan jujur. Misalnya, dalam *e-commerce*, sering kali ditemukan kasus di mana penjual memanfaatkan ketidaktahuan konsumen untuk menjual produk dengan kualitas rendah atau berbeda dari yang dijanjikan (Anthonia, 2015). Hal ini memicu tingginya tingkat ketidakpuasan dan pengaduan konsumen yang memerlukan intervensi hukum (Oktavia, 2022).

Dalam penelitian ini, variabel yang diambil adalah "perlindungan konsumen" (variabel X) dan "kualitas barang dan jasa" (variabel Y). Perlindungan konsumen merujuk pada upaya hukum dan kebijakan yang bertujuan untuk memastikan bahwa hak-hak konsumen dihormati dan dilindungi dari praktik bisnis yang merugikan. Di Indonesia, perlindungan konsumen diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, yang memberikan landasan hukum bagi konsumen untuk mengajukan tuntutan terhadap pelaku usaha yang melakukan wanprestasi.

Kualitas barang dan jasa adalah dimensi yang mengacu pada apakah produk yang diterima konsumen sesuai dengan standar yang dijanjikan oleh pelaku usaha. Dalam konteks *e-commerce*, tantangan besar yang dihadapi adalah memastikan bahwa kualitas barang yang diterima konsumen sesuai dengan deskripsi produk yang ditampilkan secara daring. Penelitian ini berfokus pada hubungan antara kualitas barang/jasa dan upaya perlindungan hukum bagi konsumen ketika kualitas tersebut tidak terpenuhi.

Penelitian ini menawarkan kebaruan dalam konteks analisis hukum terkait perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce*. Meskipun sudah banyak penelitian terkait perlindungan konsumen, kajian ini lebih spesifik menyoroti perlindungan terhadap kualitas barang dan jasa dalam transaksi elektronik, yang hingga kini masih minim dibahas secara mendalam dalam konteks hukum Indonesia. Penelitian ini juga mengkaji efektivitas Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam era digital, sesuatu yang sangat relevan dengan perkembangan pesat teknologi di Indonesia. Kajian terhadap wanprestasi dalam transaksi *e-commerce* ini menjadi semakin penting di tengah lonjakan pengguna platform digital untuk berbelanja.

Urgensi penelitian ini terletak pada meningkatnya jumlah konsumen yang merasa dirugikan dalam transaksi *e-commerce*. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam jumlah transaksi *e-commerce* sejak pandemi COVID-19, namun di sisi lain juga menunjukkan lonjakan pengaduan terkait kualitas produk. Dengan semakin pesatnya pertumbuhan transaksi daring, diperlukan regulasi yang lebih efektif dan mekanisme perlindungan hukum yang mampu melindungi konsumen dari ketidaksesuaian kualitas produk. Penelitian ini memberikan kontribusi

penting untuk memperkuat regulasi dan perlindungan bagi konsumen dalam transaksi elektronik.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam melindungi pembeli atas barang dan jasa yang tidak sesuai dengan kualitas yang dijanjikan oleh penjual, terutama dalam transaksi elektronik. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi konsumen dalam mengajukan tuntutan hukum terhadap pelaku usaha yang melakukan wanprestasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai bagaimana perlindungan konsumen dapat ditingkatkan dalam transaksi e-commerce, khususnya di Indonesia.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dan praktis. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya kajian hukum perlindungan konsumen, terutama dalam konteks transaksi digital. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi pemerintah dalam menyusun kebijakan yang lebih efektif terkait perlindungan konsumen di era digital. Penelitian ini juga memberikan manfaat bagi lembaga penyelesaian sengketa konsumen dengan menyediakan analisis mendalam mengenai kendala yang dihadapi konsumen dalam mendapatkan kompensasi ketika barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan kualitas yang dijanjikan.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang dirancang untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai permasalahan yang dihadapi konsumen dalam transaksi *e-commerce*, khususnya dalam konteks perlindungan terhadap barang dan jasa yang tidak sesuai dengan kualitas yang dijanjikan. Penelitian ini tidak hanya menyoroti fenomena secara umum, tetapi juga menggali secara detail berbagai aspek yang mempengaruhi dan menjadi penyebab terjadinya permasalahan tersebut.

Penelitian ini dilakukan di wilayah Indonesia, di mana transaksi *e-commerce* telah mengalami perkembangan pesat selama beberapa tahun terakhir. Indonesia, sebagai salah satu negara dengan pengguna internet terbesar di dunia, menyediakan konteks yang ideal untuk mengeksplorasi bagaimana perkembangan teknologi dan perdagangan elektronik mempengaruhi perlindungan konsumen. Wilayah penelitian difokuskan pada daerah perkotaan yang memiliki akses tinggi terhadap teknologi, serta daerah-daerah yang cenderung menunjukkan tingginya tingkat transaksi *e-commerce*. Penelitian ini dilakukan dengan melibatkan beberapa platform *e-commerce* populer yang beroperasi di Indonesia, seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak.

Penelitian ini berlangsung selama periode satu tahun, dari Januari hingga Desember 2023, yang mencakup beberapa fase: perencanaan, pengumpulan data, analisis, dan penyusunan laporan akhir. Waktu penelitian yang cukup panjang ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh data yang akurat dan relevan serta memantau tren yang mungkin berkembang seiring dengan perubahan kebijakan atau regulasi di sektor e-commerce.

## Perlindungan Hukum Pembeli atas Ketidaksesuaian Kualitas Barang dan Jasa Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Penelitian ini menyangkut beberapa aspek utama yang berperan dalam membentuk perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce, di antaranya: Aspek Hukum: Penelitian ini berfokus pada penerapan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam melindungi hak-hak konsumen, terutama terkait barang dan jasa yang tidak sesuai dengan kualitas yang dijanjikan. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji implikasi hukum dari wanprestasi dalam transaksi digital dan menilai efektivitas regulasi yang ada.

Aspek Teknologi: Penelitian ini menelaah bagaimana perkembangan teknologi, seperti penggunaan platform digital dan media sosial, telah mempengaruhi perilaku konsumen dan pelaku usaha. Kajian ini juga mencakup bagaimana teknologi dapat digunakan untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam transaksi e-commerce.

Aspek Sosial: Penelitian ini mengeksplorasi persepsi dan sikap konsumen terhadap perlindungan hukum yang ada, serta sejauh mana mereka memahami hak-hak mereka sebagai konsumen. Faktor-faktor seperti tingkat pendidikan, akses terhadap informasi, dan pengalaman berbelanja daring juga menjadi perhatian utama dalam analisis.

Aspek Ekonomi: Penelitian ini melihat bagaimana ketidaksesuaian kualitas barang atau jasa dapat mempengaruhi ekonomi konsumen, baik dalam bentuk kerugian finansial langsung maupun dampak jangka panjang, seperti penurunan kepercayaan terhadap pelaku usaha atau platform tertentu.

Populasi penelitian ini terdiri dari konsumen *e-commerce* di Indonesia, khususnya mereka yang pernah mengalami ketidaksesuaian kualitas barang dan jasa yang dibeli secara daring. Dari populasi ini, diambil sampel yang representatif berdasarkan beberapa kriteria, seperti usia, tingkat pendidikan, dan intensitas penggunaan platform e-commerce. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 200 responden, yang diambil melalui metode purposive sampling. Teknik ini dipilih untuk memastikan bahwa sampel yang diambil adalah konsumen yang memiliki pengalaman langsung terkait masalah yang menjadi fokus penelitian.

Selain konsumen, penelitian ini juga melibatkan pelaku usaha dan pihak yang terlibat dalam penyelesaian sengketa konsumen, seperti lembaga penyelesaian sengketa konsumen dan pengacara yang menangani kasus-kasus terkait *e-commerce*. Partisipasi dari pihak-pihak ini penting untuk memperoleh perspektif yang komprehensif mengenai bagaimana sistem perlindungan konsumen diterapkan di lapangan dan apa saja kendala yang dihadapi oleh konsumen maupun pelaku usaha.

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam dan kuesioner. Wawancara mendalam dilakukan dengan tujuan menggali informasi secara lebih rinci dari para responden mengenai pengalaman mereka dalam bertransaksi di platform *e-commerce*, serta bagaimana mereka menyikapi ketidaksesuaian kualitas barang atau jasa yang diterima. Wawancara juga dilakukan dengan pelaku usaha dan perwakilan lembaga terkait untuk mendapatkan sudut pandang yang lebih luas mengenai dinamika yang terjadi dalam penyelesaian sengketa konsumen.

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dirancang dengan pertanyaan tertutup dan terbuka, untuk mengukur persepsi konsumen terkait hak-hak mereka dan efektivitas perlindungan konsumen di platform *e-commerce*. Kuesioner ini disebarluaskan secara daring melalui platform survei online, yang memungkinkan jangkauan yang lebih luas dan respon cepat dari para peserta. Untuk memastikan validitas dan reliabilitas instrumen, kuesioner dan panduan wawancara diuji coba terlebih dahulu pada sekelompok kecil responden sebelum digunakan dalam pengumpulan data yang lebih luas. Uji coba ini membantu peneliti memperbaiki pertanyaan yang mungkin tidak dipahami oleh responden atau tidak relevan dengan konteks penelitian.

Pengumpulan data dilakukan dalam dua fase utama. Fase pertama adalah pengumpulan data primer, yang diperoleh langsung dari responden melalui wawancara dan kuesioner. Data ini memberikan gambaran tentang pengalaman pribadi konsumen, persepsi mereka tentang kualitas barang dan jasa, serta tindakan yang mereka ambil ketika menghadapi masalah tersebut.

Fase kedua melibatkan pengumpulan data sekunder, yang meliputi kajian terhadap dokumen hukum, regulasi, serta laporan dari lembaga-lembaga terkait perlindungan konsumen. Data ini digunakan untuk menganalisis kesesuaian antara kebijakan yang ada dengan realitas yang dihadapi oleh konsumen dalam transaksi *e-commerce*.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif, dengan menggunakan pendekatan tematik untuk mengidentifikasi pola-pola umum yang muncul dari wawancara dan kuesioner. Data yang diperoleh dari wawancara dianalisis secara mendalam untuk menemukan isu-isu utama yang dihadapi konsumen, serta bagaimana mereka menyikapi perlindungan hukum yang ada. Sementara itu, data dari kuesioner dianalisis secara deskriptif untuk memberikan gambaran statistik mengenai persepsi konsumen terhadap kualitas barang dan jasa yang mereka terima, serta tingkat kepuasan mereka terhadap penyelesaian sengketa konsumen. Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai isu yang menjadi fokus penelitian dan mengarah pada identifikasi solusi yang dapat diimplementasikan.

Penelitian ini dirancang dengan strategi yang bertujuan untuk memberikan solusi konkret atas permasalahan yang dihadapi oleh konsumen dalam transaksi *e-commerce*. Salah satu strategi utama adalah dengan mengidentifikasi kesenjangan antara regulasi yang ada dan pelaksanaannya di lapangan, serta merumuskan rekomendasi kebijakan yang dapat memperkuat perlindungan konsumen. Selain itu, penelitian ini juga menekankan pentingnya edukasi konsumen mengenai hak-hak mereka dan bagaimana mereka dapat melindungi diri dalam transaksi daring.

## **Hasil dan Pembahasan**

Responden dalam penelitian ini bervariasi dalam hal usia, tingkat pendidikan, dan intensitas penggunaan platform *e-commerce*. Mayoritas responden berusia antara 25 hingga 40 tahun, yang mencerminkan demografi utama pengguna platform daring di Indonesia. Tingkat pendidikan responden juga beragam, dengan sebagian besar dari

mereka memiliki latar belakang pendidikan minimal sarjana. Data ini menunjukkan bahwa responden memiliki pemahaman yang cukup baik mengenai transaksi daring dan hak-hak mereka sebagai konsumen.

### **Gambaran Spesifik dari Variabel yang Dikaji**

#### ***Perlindungan Konsumen (Variabel X)***

Perlindungan konsumen dalam penelitian ini merujuk pada sejauh mana hak-hak konsumen dijaga oleh regulasi yang ada, khususnya dalam konteks transaksi e-commerce. Berdasarkan data yang diperoleh, banyak responden yang menyatakan bahwa mereka tidak sepenuhnya memahami hak-hak mereka sebagai konsumen, meskipun Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah memberikan kerangka hukum yang jelas. Sebagian besar responden (75%) merasa bahwa regulasi terkait perlindungan konsumen dalam transaksi daring masih kurang efektif, terutama dalam hal pengawasan dan penegakan.

Beberapa responden juga mengungkapkan kesulitan dalam mendapatkan pengembalian dana atau produk pengganti ketika barang yang diterima tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Hal ini menunjukkan adanya celah dalam mekanisme penyelesaian sengketa konsumen yang ada, terutama dalam konteks e-commerce yang melibatkan transaksi lintas batas dan pelaku usaha yang mungkin sulit dijangkau secara fisik.

#### ***Kualitas Barang dan Jasa (Variabel Y)***

Variabel kedua yang dikaji dalam penelitian ini adalah kualitas barang dan jasa yang dijual secara daring. Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan responden, ditemukan bahwa ketidaksesuaian kualitas produk adalah salah satu keluhan utama yang sering dialami oleh konsumen. Sekitar 60% responden menyatakan bahwa mereka pernah menerima barang yang kualitasnya tidak sesuai dengan deskripsi produk yang ada di platform e-commerce. Beberapa kasus yang sering muncul adalah barang yang rusak, ukuran atau warna yang berbeda dari deskripsi, serta barang yang palsu.

Fakta ini menunjukkan bahwa masih banyak pelaku usaha yang tidak memenuhi kewajiban mereka untuk memberikan informasi yang benar dan akurat tentang produk yang dijual. Selain itu, kurangnya pengawasan terhadap pelaku usaha daring juga berkontribusi pada tingginya tingkat ketidakpuasan konsumen terkait kualitas barang dan jasa yang mereka terima.

#### ***Jumlah Data yang Digunakan***

Penelitian ini melibatkan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara mendalam dengan 20 pelaku usaha e-commerce dan perwakilan dari lembaga penyelesaian sengketa konsumen. Selain itu, kuesioner yang disebarakan kepada 200 responden menghasilkan data kuantitatif mengenai pengalaman konsumen dalam transaksi e-commerce. Dari kuesioner tersebut, 80% responden memberikan tanggapan yang valid, yang memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai persepsi dan pengalaman konsumen dalam hal kualitas barang dan jasa serta perlindungan hukum yang mereka terima.

Data sekunder dalam penelitian ini berasal dari dokumen hukum, laporan lembaga perlindungan konsumen, serta data dari platform e-commerce terkait jumlah pengaduan konsumen. Kombinasi data primer dan sekunder ini memungkinkan penelitian untuk memberikan analisis yang komprehensif terkait kondisi perlindungan konsumen di Indonesia.

## **Temuan Utama**

### **Persepsi Konsumen terhadap Perlindungan Hukum**

Salah satu temuan utama dari penelitian ini adalah persepsi konsumen terhadap efektivitas perlindungan hukum yang ada. Sebagian besar responden merasa bahwa mekanisme penyelesaian sengketa masih jauh dari memuaskan. Sekitar 65% responden menyatakan bahwa mereka mengalami kesulitan dalam mengakses bantuan hukum atau lembaga yang dapat membantu menyelesaikan masalah mereka dengan pelaku usaha. Temuan ini mengindikasikan adanya kebutuhan yang mendesak untuk memperkuat mekanisme penyelesaian sengketa, baik melalui lembaga formal maupun alternatif, seperti mediasi atau arbitrase.

Responden juga mengungkapkan bahwa proses pengajuan klaim atau keluhan sering kali memakan waktu yang lama, dengan 45% responden melaporkan bahwa kasus mereka tidak diselesaikan dalam jangka waktu yang wajar. Hal ini menunjukkan bahwa perlu adanya perbaikan dalam hal transparansi dan kecepatan penyelesaian sengketa konsumen.

### **Ketidaksesuaian Kualitas Barang dan Jasa**

Temuan lain yang cukup signifikan adalah bahwa banyak konsumen merasa dirugikan karena barang yang mereka terima tidak sesuai dengan deskripsi produk di platform e-commerce. Sebanyak 60% responden melaporkan bahwa mereka pernah mengalami masalah terkait kualitas barang. Jenis masalah yang paling sering dilaporkan adalah perbedaan antara deskripsi produk dan barang yang diterima, dengan 40% dari mereka menyebutkan bahwa produk yang diterima rusak atau berbeda dari gambar yang ditampilkan.

Penelitian ini juga menemukan bahwa pelaku usaha sering kali mengabaikan keluhan konsumen terkait kualitas barang. Sekitar 30% responden menyatakan bahwa keluhan mereka diabaikan oleh penjual, sementara 20% lainnya melaporkan bahwa mereka hanya menerima pengembalian sebagian dari harga barang yang mereka bayar. Fakta ini menunjukkan bahwa perlindungan terhadap konsumen dalam hal kualitas barang masih perlu ditingkatkan, terutama dalam hal pengawasan dan penegakan regulasi.

### **Efektivitas Lembaga Penyelesaian Sengketa**

Penelitian ini juga menyoroti peran lembaga penyelesaian sengketa konsumen dalam menangani keluhan terkait kualitas barang dan jasa. Dari hasil wawancara mendalam dengan perwakilan lembaga penyelesaian sengketa, ditemukan bahwa lembaga tersebut menghadapi berbagai kendala, termasuk keterbatasan sumber daya dan kurangnya dukungan hukum yang memadai. Hal ini berkontribusi pada rendahnya tingkat



penyelesaian sengketa konsumen dalam transaksi e-commerce. Sebanyak 70% responden menyatakan bahwa mereka tidak tahu cara mengajukan keluhan formal melalui lembaga penyelesaian sengketa. Di sisi lain, lembaga-lembaga tersebut mengakui bahwa banyak kasus yang tidak dapat diselesaikan karena kurangnya bukti atau ketidakhadiran pihak pelaku usaha dalam proses penyelesaian.

### **Rekomendasi Konsumen untuk Peningkatan Perlindungan**

Sebagai bagian dari penelitian ini, para responden juga diminta untuk memberikan rekomendasi mengenai bagaimana sistem perlindungan konsumen dapat diperbaiki. Beberapa rekomendasi yang sering diajukan meliputi peningkatan transparansi dalam deskripsi produk, pengawasan yang lebih ketat terhadap pelaku usaha, serta peningkatan kesadaran konsumen mengenai hak-hak mereka. Sekitar 80% responden menyatakan bahwa mereka ingin melihat adanya platform khusus yang memfasilitasi pengaduan konsumen secara lebih efisien, tanpa harus melalui proses yang rumit.

Responden juga mengusulkan agar pemerintah memberikan sanksi yang lebih tegas terhadap pelaku usaha yang terbukti melakukan wanprestasi atau tidak memenuhi janji terkait kualitas barang. Selain itu, mereka juga menyarankan adanya edukasi konsumen yang lebih luas mengenai hak-hak mereka, baik melalui kampanye publik maupun program pendidikan.

Penelitian ini dirancang untuk memahami sejauh mana perlindungan konsumen diterapkan dalam transaksi e-commerce di Indonesia, khususnya terkait ketidaksesuaian kualitas barang dan jasa. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, ditemukan bahwa mayoritas konsumen mengalami kesulitan dalam mengakses perlindungan hukum ketika mereka menerima barang atau jasa yang tidak sesuai dengan deskripsi produk. Meskipun Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah memberikan dasar hukum yang kuat, implementasinya dalam konteks transaksi daring masih jauh dari memadai.

Urgensi penelitian ini muncul dari semakin meningkatnya transaksi e-commerce di Indonesia, yang beriringan dengan semakin seringnya kasus pelanggaran hak konsumen, terutama dalam hal kualitas barang dan jasa. Sebagai salah satu negara dengan tingkat pertumbuhan e-commerce tertinggi di dunia, Indonesia menghadapi tantangan besar dalam memastikan bahwa konsumen dilindungi dengan baik. Tanpa adanya perlindungan yang efektif, kepercayaan konsumen terhadap platform e-commerce dapat menurun, yang pada akhirnya dapat berdampak pada ekonomi digital yang sedang berkembang pesat.

### **Penyebab Ketidakefektifan Perlindungan Konsumen**

Dari temuan penelitian ini, dapat diidentifikasi beberapa penyebab utama ketidakefektifan perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce. Pertama, kurangnya pengawasan terhadap pelaku usaha daring menjadi faktor utama. Banyak pelaku usaha yang tidak memenuhi standar kualitas yang dijanjikan karena rendahnya risiko sanksi atau hukuman yang akan mereka terima. Sebagai contoh, dalam data yang dihasilkan dari kuesioner, lebih dari 60% responden menyatakan bahwa mereka tidak menerima barang yang sesuai dengan deskripsi produk. Fenomena ini terjadi karena

platform e-commerce belum memiliki mekanisme yang memadai untuk memverifikasi kualitas produk sebelum dijual kepada konsumen.

Kedua, kelemahan dalam mekanisme penyelesaian sengketa konsumen juga menjadi salah satu penyebab utama. Sebagian besar konsumen yang mengalami masalah kualitas barang atau jasa merasa kesulitan dalam mendapatkan solusi yang memadai. Berdasarkan data wawancara, banyak responden yang mengungkapkan bahwa keluhan mereka tidak mendapatkan tanggapan yang memadai dari pelaku usaha maupun platform. Mekanisme penyelesaian sengketa konsumen yang ada cenderung birokratis dan memakan waktu, yang menyebabkan konsumen enggan untuk melanjutkan proses klaim mereka.

Ketiga, rendahnya kesadaran konsumen mengenai hak-hak mereka juga menjadi faktor penting. Banyak konsumen yang tidak sepenuhnya memahami bahwa mereka memiliki hak untuk mengajukan keluhan atau tuntutan ketika barang atau jasa yang mereka terima tidak sesuai. Ini dibuktikan dengan hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa 70% responden tidak tahu cara mengajukan keluhan secara formal melalui lembaga penyelesaian sengketa konsumen. Rendahnya tingkat pendidikan konsumen mengenai hak-hak mereka menambah kompleksitas permasalahan ini.

### **Solusi yang Ditawarkan**

Penelitian ini menawarkan beberapa solusi yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce*.

Peningkatan Pengawasan terhadap Pelaku Usaha Daring: Salah satu rekomendasi utama adalah memperketat pengawasan terhadap pelaku usaha daring, terutama dalam hal verifikasi kualitas produk. Pemerintah dan platform e-commerce dapat bekerja sama untuk menciptakan mekanisme yang lebih baik dalam memastikan bahwa produk yang dijual kepada konsumen sesuai dengan deskripsi dan kualitas yang dijanjikan. Sebagai contoh, platform dapat memberlakukan sistem rating atau ulasan yang lebih ketat, di mana konsumen dapat melaporkan pelanggaran secara langsung dan mendapatkan respons yang cepat dari pihak berwenang.

Perbaikan Mekanisme Penyelesaian Sengketa Konsumen: Solusi lain yang diajukan adalah reformasi mekanisme penyelesaian sengketa konsumen. Mekanisme yang lebih cepat, transparan, dan mudah diakses perlu dikembangkan agar konsumen dapat mengajukan keluhan tanpa harus melalui proses birokrasi yang rumit. Lembaga-lembaga penyelesaian sengketa konsumen, baik di tingkat nasional maupun daerah, perlu diperkuat dengan sumber daya yang memadai agar dapat menangani jumlah pengaduan yang terus meningkat. Di negara-negara maju, seperti Amerika Serikat, terdapat platform daring yang memfasilitasi proses mediasi antara konsumen dan pelaku usaha. Indonesia dapat menerapkan model serupa untuk mempercepat penyelesaian sengketa.

Edukasi Konsumen mengenai Hak-Hak Mereka: Konsumen perlu diberikan edukasi yang lebih luas mengenai hak-hak mereka dalam transaksi daring. Edukasi ini dapat dilakukan melalui kampanye publik yang diselenggarakan oleh pemerintah dan platform e-commerce, serta melalui program-program pendidikan yang lebih formal.

Dengan meningkatnya kesadaran konsumen mengenai hak-hak mereka, diharapkan lebih banyak konsumen yang berani mengajukan keluhan ketika hak mereka dilanggar. Selain itu, edukasi ini juga dapat membantu mengurangi tingkat ketidakpuasan konsumen karena mereka lebih memahami prosedur yang harus diikuti ketika menghadapi masalah kualitas barang.

### **Impact dari Implementasi Solusi**

Ada beberapa dampak positif yang dapat dirasakan, baik oleh konsumen, pelaku usaha, maupun pemerintah. **Meningkatnya Kepercayaan Konsumen:** Dengan adanya pengawasan yang lebih ketat terhadap pelaku usaha dan mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih efektif, kepercayaan konsumen terhadap platform e-commerce akan meningkat. Konsumen akan merasa lebih aman dalam bertransaksi daring, karena mereka tahu bahwa hak-hak mereka dilindungi dan mereka memiliki akses yang mudah untuk mendapatkan solusi jika terjadi masalah.

**Meningkatnya Kualitas Produk:** Dengan adanya verifikasi yang lebih ketat terhadap produk yang dijual secara daring, pelaku usaha akan lebih berhati-hati dalam menawarkan produk kepada konsumen. Hal ini akan berdampak pada peningkatan kualitas barang dan jasa yang tersedia di platform e-commerce, sehingga mengurangi jumlah keluhan konsumen terkait ketidaksesuaian kualitas.

**Terciptanya Pasar yang Lebih Sehat:** Dengan meningkatnya kepercayaan konsumen dan kualitas produk yang lebih baik, pasar e-commerce di Indonesia akan berkembang menjadi lebih sehat dan kompetitif. Pelaku usaha yang tidak memenuhi standar kualitas akan tersingkir, sementara pelaku usaha yang berkomitmen pada transparansi dan kualitas akan mendapatkan lebih banyak pelanggan. Ini akan menciptakan ekosistem perdagangan daring yang lebih berkelanjutan dan menguntungkan semua pihak.

**Penguatan Regulasi dan Penegakan Hukum:** Dengan adanya peningkatan pengawasan dan perbaikan dalam mekanisme penyelesaian sengketa, regulasi terkait perlindungan konsumen akan lebih efektif diterapkan. Penegakan hukum terhadap pelaku usaha yang melakukan wanprestasi akan menjadi lebih tegas, yang pada akhirnya akan memperkuat sistem perlindungan konsumen di Indonesia.

Penelitian ini membawa kebaruan dalam kajian perlindungan konsumen di Indonesia, terutama dalam konteks transaksi e-commerce. Banyak penelitian sebelumnya, seperti penelitian oleh Sulistiyanto (2019), hanya berfokus pada perlindungan konsumen secara umum dan tidak secara spesifik menyoroti ketidaksesuaian kualitas barang dan jasa dalam perdagangan daring. Penelitian ini menambahkan dimensi baru dengan menggali lebih dalam mengenai pengalaman konsumen dalam transaksi e-commerce dan bagaimana regulasi yang ada diterapkan di lapangan.

Selain itu, penelitian ini juga berbeda dari kajian sebelumnya dalam hal pendekatannya yang menggabungkan data kualitatif dan kuantitatif untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai masalah yang dihadapi konsumen. Banyak

penelitian terdahulu hanya menggunakan satu metode, baik kualitatif maupun kuantitatif, sehingga temuan mereka cenderung terbatas pada satu sisi saja. Dengan menggabungkan kedua metode, penelitian ini mampu memberikan analisis yang lebih mendalam dan solutif.

Dari sisi regulasi, penelitian ini juga menyoroti bagaimana Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia masih perlu disesuaikan dengan perkembangan teknologi. Dalam konteks e-commerce, regulasi yang ada sering kali tidak mampu mengimbangi kompleksitas transaksi lintas batas dan penggunaan platform digital. Hal ini menjadi salah satu kebaruan yang diangkat dalam penelitian ini, yaitu pentingnya memperbarui regulasi agar lebih relevan dengan konteks digital.

Temuan penelitian ini juga sejalan dengan studi internasional yang menekankan pentingnya edukasi konsumen dan penguatan mekanisme penyelesaian sengketa konsumen, seperti yang diungkapkan oleh UNCTAD (2021). Namun, penelitian ini membawa kontribusi lokal yang penting, yaitu dengan memberikan rekomendasi khusus yang sesuai dengan kondisi sosial, ekonomi, dan hukum di Indonesia.

Penelitian ini memiliki implikasi kebijakan yang signifikan, baik bagi pemerintah, pelaku usaha, maupun platform e-commerce. Salah satu implikasi utama adalah perlunya pembaruan regulasi terkait transaksi elektronik dan perlindungan konsumen. Pemerintah perlu mengadopsi pendekatan yang lebih proaktif dalam mengawasi transaksi daring dan menindak tegas pelaku usaha yang tidak mematuhi standar kualitas. Selain itu, lembaga penyelesaian sengketa konsumen perlu diperkuat, baik dari segi sumber daya manusia maupun teknologi, agar dapat menangani jumlah pengaduan yang terus meningkat. Untuk pelaku usaha, implikasinya adalah bahwa mereka perlu lebih transparan dalam menjual produk dan memastikan bahwa barang atau jasa yang mereka tawarkan sesuai dengan deskripsi. Hal ini penting tidak hanya untuk menjaga kepercayaan konsumen, tetapi juga untuk mencegah sanksi hukum yang mungkin dikenakan jika mereka terbukti melakukan wanprestasi.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil temuan menunjukkan bahwa meskipun regulasi perlindungan konsumen sudah ada, implementasinya dalam konteks e-commerce masih kurang efektif. Banyak konsumen yang merasa dirugikan karena barang yang mereka terima tidak sesuai dengan deskripsi, dan mereka sering kali kesulitan dalam mendapatkan solusi yang memadai melalui mekanisme penyelesaian sengketa yang ada.

Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan terhadap literatur yang ada dengan menyoroti masalah spesifik terkait perlindungan konsumen dalam transaksi daring, yang belum banyak dibahas dalam penelitian sebelumnya. Selain itu, penelitian ini menekankan pentingnya pembaruan regulasi serta peningkatan edukasi konsumen untuk memastikan bahwa hak-hak mereka dilindungi dengan baik.

## BIBLIOGRAFI

- Abdurokhim, A. (2020). Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Kompensasi Terhadap Kinerja Pegawai. *Inkubis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 1–17.
- Annur, C. M. (2022). Nilai Ekonomi Sektor E-commerce di Indonesia (2019-2025\*). *Ekonomi & Makro*.
- Anthonia, S. (2015). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penyalahgunaan Promo Berhadiah Yang Dilakukan Oleh Pelaku Usaha. *Jurnal Hukum Prodi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Untan (Jurnal Mahasiswa S1 Fakultas Hukum) Universitas Tanjungpura*, 3(4).
- Ardiansyah, T. (2020). Model platform e-commerce dalam mendukung kesuksesan UMKM di Indonesia. *Jurnal Usaha*, 1(1), 1–12.
- Asikin, M. Z., Amelia, A., & Hidayat, A. R. (2024). Membangkitkan Semangat Kewirausahaan untuk Meningkatkan Keberlanjutan Bisnis dengan Memperkuat Sikap, Perilaku, dan Nilai Entrepreneurship. *Cakrawala Repositori IMWI*, 7(4), 1240–1245.
- Asikin, M. Z., & Fadilah, M. O. (2024). Masa Depan Kewirausahaan dan Inovasi: Tantangan dan Dinamika dalam Era Digital. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(1), 303–310.
- Asmadi, E. (2018). Aspek Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Penggunaan Aplikasi Pembayaran Elektronik (Electronic Payment). *Doktrina: Journal Of Law*, 1(2), 90–103.
- Budiutomo, S., Santoso, N. A., & Hakim, A. R. (2021). Sistem Informasi E-Commerce pada Toko L-One Komputer Tegal Berbasis Website. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(01), 39–50.
- Dinev, T., Bellotto, M., Hart, P., Russo, V., Serra, I., & Colautti, C. (2006). Privacy calculus model in e-commerce—a study of Italy and the United States. *European Journal of Information Systems*, 15(4), 389–402. <https://doi.org/10.1057/palgrave.ejis.3000590>.
- Hakkinen, M., Wong, F. A., Anggreainy, M. S., & Hidayat, W. R. (2021). *Sentiment Analysis of E-commerce Review using Lexicon Sentiment Method*. *October*, 68–71. <https://doi.org/10.1109/iccsai53272.2021.9609786>
- Hotana, M. S. (2018). Industri e-commerce dalam menciptakan pasar yang kompetitif berdasarkan hukum persaingan usaha. *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*, 1(1), 28–38.
- Kala'lembang, A. (2020). Adopsi E-Commerce Dalam Mendukung Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19. *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 4(1), 54–65.
- Kim, S.-I., & Kim, S.-H. (2022). E-commerce payment model using blockchain. *Journal of Ambient Intelligence and Humanized Computing*, 13(3), 1673–1685.
- Kristiyanti, C. T. S. (2022). *Hukum perlindungan konsumen*. Sinar Grafika.
- Nurulisari, D. (2021). *Perlindungan konsumen terhadap penggunaan kantong plastik berbayar pada industri ritel di Kota Palangka Raya*. IAIN Palangka Raya.
- Oktavia, R. (2022). *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Perjanjian Pinjam Meminjam Berbasis Teknologi Informasi Pada Layanan Pay Later*.
- Pratiwi, D. T., & Yunari, S. B. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen (Penerima Pinjaman) Financial Technology Yang Berbasis Peer To Peer Lending Di Indonesia. *Jurnal Hukum Adigama*, 3(1), 472–493.
- Umam, M. K., & Abdurokhim, A. (2024). The Effect Of Capital And Licensing On The

Productivity Of Umkm In Majalengka Regency. *WINTER JOURNAL: IMWI STUDENT RESEARCH JOURNAL*, 5(2), 110–122.

Wijaya, E. L. F. (2020). Perlindungan Hukum Konsumen Atas Kesamaan Bunyi Merek Terhadap Barang Yang Tidak Sejenis. *JCH (Jurnal Cendekia Hukum)*, 5(2), 185–197.

Zulham, H. P. K. (2013). Kencana Prenada Media Group. *Jakarta, Hlm*, 86–92.

---

**Copyright holder:**

Hendro Ponco Raharjo, Cokorde Istri Dian Laksmi Dewi, I Wayan Putu Sucana Aryana (2024)

**First publication right:**

Syntax Admiration

**This article is licensed under:**

