PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI BELANJA *ONLINE* DI *SHOPEE* [1]

Oleh :
Falen Anugrah Tondatuon [2]
Betsy Anggreni Kapugu [3]
Djefry Welly Lumintang [4]

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami bagaimana pengaturan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi belanja *online* di Shopee berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia dan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pelaksanaan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi belanja *online* di Shopee, serta kendala-kendala yang terjadi dalam praktiknya. Dengan menggunakan metode penelitian hukum normatif, dapat ditarik kesimpulan 1. Bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi belanja *online* pada platform *Shopee* pada dasarnya telah memiliki landasan hukum yang cukup komprehensif dalam sistem hukum Indonesia. Perlindungan tersebut tercermin dalam berbagai ketentuan peraturan perundang-undangan yang mengatur hak-hak konsumen, antara lain hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa, hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur, serta hak untuk memperoleh kompensasi atau ganti rugi apabila terjadi kerugian. 2. Pelaksanaan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi belanja *online* di *Shopee* serta kendala yang dihadapi dalam praktiknya menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan antara norma hukum yang berlaku dengan implementasinya di masyarakat. Meskipun secara normatif perlindungan telah tersedia, namun dalam praktiknya belum sepenuhnya mampu memberikan perlindungan yang efektif. Hal ini dapat dilihat dari masih sering terjadinya permasalahan yang merugikan konsumen, seperti ketidaksesuaian barang dengan deskripsi yang ditawarkan, keterlambatan atau ketidakpastian pengiriman, serta potensi penyalahgunaan data pribadi.

Kata Kunci : *perlindungan konsumen, transaksi onlie, shopee*

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era globalisasi saat ini telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, khususnya dalam bidang ekonomi dan perdagangan. Salah satu bentuk nyata dari perkembangan tersebut adalah munculnya sistem perdagangan berbasis elektronik atau yang dikenal dengan istilah *electronic commerce (e-commerce). E-commerce* memungkinkan terjadinya transaksi jual beli tanpa adanya pertemuan langsung antara penjual dan pembeli, sehingga menciptakan efisiensi waktu, biaya, serta kemudahan akses bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.

Di Indonesia, perkembangan *e-commerce* mengalami pertumbuhan yang sangat pesat seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna internet. Hal ini turut mendorong perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin mengarah pada transaksi digital. Salah satu *platform e-commerce* yang paling dominan dan banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah Shopee. Shopee pada tahun 2025 masih menjadi platform *e-commerce* yang paling dominan di Indonesia. Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2025, Shopee menjadi platform belanja *online* yang paling sering diakses oleh masyarakat dengan persentase mencapai 53,22% pengguna internet di Indonesia memilih Shopee sebagai platform belanja online utama[5]. Dari sisi kunjungan, Shopee mencatat angka yang sangat tinggi dan stabil sepanjang tahun, yaitu berada pada kisaran 130–150 juta kunjungan per bulan, dengan puncaknya mencapai sekitar 152,6 juta kunjungan pada Februari 2025 dan 150,8 juta kunjungan pada Desember 2025.[6] Selain itu, Shopee juga menguasai sekitar 39% pangsa pasar *e-commerce* di Indonesia, menjadikannya sebagai market leader dibandingkan platform lainnya seperti Tokopedia dan TikTok Shop.[7] Data tersebut menunjukkan bahwa Shopee memiliki peran yang sangat besar dalam aktivitas perdagangan elektronik di Indonesia.

Tingginya dominasi Shopee juga tercermin dari besarnya volume dan nilai transaksi yang

---

[1] Artikel Skripsi
[2] Mahasiswa Fakultas Hukum Unsrat, NIM 220711010246
[3] Fakultas Hukum Unsrat, Doktor Ilmu Hukum
[4] Fakultas Hukum Unsrat, Magister Ilmu Hukum

[5] GoodStats, "E-commerce Paling Sering Diakses di Indonesia Tahun 2025," GoodStats.id, 2025, https://goodstats.id, diakses 2025.
[6] Semnesia, "Data Statistik E-commerce Indonesia 2025," Semnesia.com, 2025, https://semnesia.com, diakses 2025
[7] GoodStats, "Jumlah Kunjungan E-commerce Indonesia Tahun 2025," GoodStats.id, 2025, https://goodstats.id, diakses 2025.

terjadi. Pada kuartal I tahun 2025, Shopee mencatat sekitar 3,1 miliar pesanan, yang kemudian meningkat menjadi sekitar 3,3 miliar pesanan pada kuartal II 2025, dengan pertumbuhan sebesar 28,6% secara tahunan. Dari sisi nilai transaksi, Shopee mencapai *Gross Merchandise Value* (GMV) sebesar US$28,6 miliar pada kuartal I 2025, yang menunjukkan besarnya perputaran ekonomi digital dalam platform tersebut.[8] Selain itu, perilaku konsumen juga menunjukkan intensitas belanja online yang tinggi, di mana sebagian besar masyarakat berbelanja beberapa kali dalam sebulan hingga beberapa kali dalam seminggu. Kondisi ini menegaskan bahwa transaksi melalui Shopee telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat, sekaligus menunjukkan semakin kompleksnya hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha dalam perdagangan elektronik.

Dalam perspektif hukum, perlindungan konsumen di Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini mengatur hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha, serta memberikan dasar hukum bagi perlindungan konsumen dari praktik yang merugikan. Selain itu, dalam konteks transaksi elektronik, juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang telah mengalami perubahan melalui Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016.[9]

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi belanja *online* pada platform *Shopee?*
2. Bagaimana pelaksanaan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi belanja *online* di *Shopee* serta kendala yang dihadapi dalam praktiknya?

C. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan hukum normatif.

PEMBAHASAN

A. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Belanja *Online di Shopee*

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan pola transaksi masyarakat dari konvensional menjadi berbasis elektronik *(ecommerce)*. Platform *Shopee* sebagai salah satu *marketplace* terbesar di Indonesia memfasilitasi hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha dalam bentuk kontrak elektronik. Dalam hubungan tersebut, konsumen berada pada posisi yang rentan, sehingga diperlukan perlindungan hukum yang komprehensif. Secara konseptual, perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* mencakup dua aspek utama, yaitu perlindungan berdasarkan peraturan perundangundangan (normatif) dan perlindungan melalui mekanisme platform (praktis).

Perlindungan Hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce Shopee* tidak hanya berasal dari Undang-Undang Nomor 08 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), tetapi juga didukung oleh berbagai aturan hukum lain yang relevan. Ini terjadi karena sifat transaksi elektronik yang rumit, melibatkan berbagai sektor, dan menggunakan teknologi digital. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis berbagai peraturan perundang - undangan yang berkaitan menjadi penting untuk menjamin kepastian hukum bagi konsumen dalam transaksi digital.[10] Kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen antara lain dengan meningkatkan harkat dan martabat konsumen yang membuka akses informasi tentang barang dan/atau jasa baginya, dan penumbuh

kembangan sikap pelaku usaha yang jujur dan bertanggung jawab. Tujuan yang ingin dicapai dalam perlindungan konsumen ada 6 (enam) yaitu :

1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif dari pemakaian barang dan/atau jasa.
3) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
4) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum, keterbukaan informasi, dan akses untuk mendapat informasi.
5) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap jujur dan bertangggung jawab dalam berusaha.
6) Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi

[8] Databoks Katadata, "Jumlah Pesanan dan GMV Shopee Tahun 2025," Katadata.co.id, 2025, https://databoks.katadata.co.id, diakses 2025.

[9] Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik jo. UU No. 19 Tahun 2016.

[10] Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42 dan Tambahan Lembaran Negara Nomor 3821.

barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Perlindungan Hukum Berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan

a. Undang – Undang Perlindungan Konsumen
Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) merupakan dasar hukum utama dalam memberikan perlindungan terhadap konsumen di Indonesia. UUPK menegaskan bahwa konsumen memiliki hak atas kenyamanan, keamanan, keselamatan, serta hak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang dan/atau jasa.[11] Dalam konteks transaksi Shopee, hak atas informasi menjadi sangat krusial karena konsumen tidak dapat melihat atau memeriksa barang secara langsung. Oleh karena itu, keakuratan deskripsi produk, foto, serta spesifikasi barang menjadi faktor utama dalam menentukan keputusan pembelian. Pelanggaran terhadap kewajiban ini dapat dikategorikan sebagai perbuatan melawan hukum yang merugikan konsumen. Selain itu, UUPK juga mengatur kewajiban pelaku usaha untuk bertanggung jawab atas kerugian konsumen dalam bentuk ganti rugi, baik berupa pengembalian uang maupun penggantian barang.

b. Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik
Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) memberikan legitimasi terhadap transaksi elektronik sebagai perbuatan hukum yang sah. Dalam konteks Shopee, hubungan antara penjual dan pembeli terbentuk melalui kontrak elektronik yang mengikat para pihak.[12] Dengan demikian, Shopee sebagai penyelenggara sistem elektronik memiliki tanggung jawab untuk memastikan keamanan dan keandalan sistemnya agar tidak merugikan konsumen.

c. Regulasi Perdagangan melalui Sistem Elektronik
Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 mengatur bahwa pelaku usaha wajib memberikan informasi yang lengkap dan benar mengenai barang yang diperdagangkan secara elektronik.[13] Selain itu, regulasi ini juga menegaskan bahwa:
- Pelaku usaha bertanggung jawab atas barang yang dijual
- *Platform marketplace* memiliki kewajiban untuk memastikan keamanan transaksi

Namun, dalam praktiknya, implementasi aturan ini masih menghadapi berbagai kendala, terutama dalam hal pengawasan terhadap pelaku usaha yang jumlahnya sangat besar.

Selain perlindungan normatif, *Shopee* juga menyediakan sistem perlindungan internal sebagai bentuk tanggung jawabnya terhadap konsumen.

a. Sistem *Escrow (Shopee Guarantee)*
Shopee menggunakan sistem rekening bersama, di mana dana pembeli akan ditahan sementara hingga barang diterima dengan baik. Sistem ini bertujuan untuk meminimalisir risiko penipuan dalam transaksi *online.*

b. Fitur Pengembalian Barang dan *Refund*
Konsumen dapat mengajukan pengembalian barang atau dana apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi. Fitur ini merupakan bentuk perlindungan represif.

c. Sistem *Rating* dan *Review*
Fitur ini memberikan transparansi bagi konsumen dalam menilai reputasi penjual, sehingga dapat menjadi pertimbangan sebelum melakukan transaksi.

d. Layanan Penyelesaian Sengketa
Shopee menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa secara internal, yang memungkinkan konsumen untuk menyelesaikan masalah tanpa harus menempuh jalur litigasi. Meskipun demikian, perlindungan yang diberikan bersifat kontraktual dan sangat bergantung pada kebijakan internal, sehingga tidak selalu memberikan perlindungan maksimal bagi konsumen.

Analisis Perlindungan Preventif dan Represif
Perlindungan hukum dalam transaksi Shopee dapat dibedakan menjadi:

- Perlindungan Preventif, merupakan upaya pencegahan sebelum terjadi sengketa, seperti kewajiban pelaku usaha memberikan informasi yang jelas, sistem *rating* dan *review,* serta fitur *Shopee Guarantee* yang menjamin keamanan
transaksi

[11] Reni Budi Setianingrum dan Dhini Nabila Putri, "Perlindungan Hukum Hak Konsumen

[12] Khairunnisah, "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen pada Aplikasi Shopee dalam Transaksi Elektronik," SUA Journal of Law, Vol. 4, No. 1, 2025, hlm. 88.

[13] Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2020 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

- Perlindungan Represif, diberikan setelah terjadi sengketa, melalui mekanisme komplain, *refund, return,* dan penyelesaian sengketa.

Kedua bentuk perlindungan ini menunjukkan bahwa secara teoritis, sistem perlindungan konsumen telah dirancang secara komprehensif. Namun, efektivitasnya sangat bergantung pada pelaksanaan di lapangan.

Shopee Indonesia menerapkan sistem layanan jual beli interaktif antara penjual dan pembeli melalui fitur *live chat. Shopee* menyediakan berbagai sistem pembayaran melalui *SPaylater, COD (Cash on Delivery),* Transfer Bank, SeaBank, BCA OneKlik, Indomaret, Alfamart, hingga Kartu Kredit. Selain itu, tersedia juga dompet elektronik, *Shopee pay* yang dapat menyimpan seluruh dana, baik dari penjualan atau pembelian. *Shopee* Indonesia juga memiliki fitur "koin *shopee*", yaitu koin virtual yang diperoleh dari hasil pembelian barang dengan promo tertentu dengan sistem *cashback.* "koin *shopee"* dapat ditukar dengan diskon saat pembelian barang berikutnya. Untuk memastikan barang yang dikirim penjual *shopee* sampai ke pembeli, *Shopee* Indonesia memberlakukan sistem garansi *shopee* sebagai jaminan uang akan kembali seratus persen jika barang tidak sampai. *shopee* Indonesia bekerja sama dengan jasa logistik di Indonesia, seperti JNE, J&T Express, GoJek, dan Pos Indonesia untuk membantu proses pengiriman barang.

Dengan mendaftar dan/atau mengunduh situs *shopee.co.id,* maka pengguna dianggap telah membaca, mengerti, memahami, dan menyetujui semua isi dalam syarat dan ketentuan. Syarat dan ketentuan ini merupakan bentukkesepakatn yang dituangkan dalam sebuah perjanjian yang sah antara pengguna dan PT.*Shopee* Indonesia. Jika pengguna tidak menyetujui salah satu, sebagian, atau seluruh isi syarat dan ketentuan, maka pengguna tidak diperkenankan menggunakan layanan di *Shopee.co.id.* Adapun syarat dan ketentuan yang ditetapkan oleh PT. *Shopee* Indonesia mengatur pemakaian jasa terkait penggunaan situs *shopee.co.id,* antara lain meliputi: definisi, akun, password dan keamanan, transaksi penjualan, penataan *etalase,* komisi, harga, tarif pengiriman, konten, jenis barang, *gold merchants*, kartu kredit, bentuk promosi pengiriman barang, penarikan dana, pusat resolusi, ketentuan lain, penolakan jaminan dan Batasan tanggung jawab, pelepasan, ganti rugi, pilihan hukum dan pembaharuan. Secara umum dan mendasar hubungan antara pelaku usaha (perusahaan penghasil barang dan/atau jasa) dengan konsumen (pemakai akhir dari barang dan/atau jasa untuk diri sendiri atau keluarganya) merupakan hubungan yang terus menerus dan berkesinambungan. Hubungan tersebut terjadi karena keduanya memang saling menghendaki dan mempunyai tingkat ketergantungan yang cukup tinggi antara yang satu dengan yang lain. Pelaku usaha sangat membutuhkan dan sangat bergantung atas dukungan konsumen sebagai pelanggan. Tanpa dukungan konsumen, tidak mungkin pelaku usaha dapat menjamin kelangsungan usahanya, sebaliknya konsumen kebutuhannya sangat bergantung dari hasil produksi pelaku usaha.[14]

Pelaksanaan transaksi elektronik melalui situs belanja *online shopee*, maka akan terjadi suatu hubungan antara konsumen dengan PT. *Shopee* Indonesia. Oleh karena itu, dibuat suatu perjanjian yang disebut dengan kontrak elektronik yang memuat syarat dan ketentuan penggunaan situs belanja *online shopee.* Jika konsumen *shopee* menyatakan setuju dengan isi dari kontrak tersebut, maka konsumen tersebut harus membubuhkan tanda *chceklist* pada halaman yang telah disediakan. Perjanjian dalam kontrak tersebut termasuk dalam suatu kontrak perjanjian yang bentuk dan isinya ditentukan oleh salah satu pihak, dan pihak yang membuat adalah PT.*Shopee* Indonesia. Konsumen adalah para pengguna situs belanja *shopee* yang telah menyetujui kontrak elektronik yang telah dibuat oleh PT. *Shopee* Indonesia. Melalui hubungan hukum yang dilakukan antara PT. *Shopee* Indonesia dan konsumen *shopee,* maka sudah tentu akan menimbulkan hak dan kewajiban bagi para pihak, dimana kewajiban PT. *Shopee* Indonesia merupakan hak dari konsumen dan demikian pula sebaliknya kewajiban konsumen merupakan hak dari PT. *Shopee* Indonesia.

Proses transaksi *online* menggunakan *Shopee* akan menimbulkan hubungan antara pihak pembeli selaku konsumen dengan pihak *Shopee*. Hubungan tersebut kemudian diakomodir melalui sebuah perjanjian elektronik yang didalamnya terdapat klausula syarat serta ketentuan dalam melakukan transaksi melalui *Shopee.* Apabila konsumen menyetujui isi melalui hubungan hukum yang dilakukan antara *Shopee* dan konsumen *Shopee,* maka sudah tentu akan menimbulkan hak dan kewajiban bagi para pihak, dimana kewajiban *Shopee* merupakan hak dari konsumen dan demikian pula sebaliknya kewajiban konsumen merupakan hak dari *Shopee.*

[14] Titik Triwulan Tutik, *Hukum Perdata dalam Sistem Hukum Nasional,* Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2008, hlm. 201.

UU perlindungan Konsumen telah mengatur mengenai hak yang dimiliki oleh konsumen yakni:

a. Hak terhadap keamanan, kenyamanan serta keselamatan dalam penggunaan barang atau jasa;
b. Hak untuk dapat menentukan pilihan terhadap barang atau jasa yang sesuai dengan yang diinformasikan oleh penjual dalam *Shopee;*
c. Hak untuk mendapatkan informasi yang jujur, jelas serta benar terkait dengan jaminan dan kondisi dari produk yang diperjual belikan;
d. Hak supaya dapat didengar keluhan serta pendapatnya terkait dengan produk atau jasa yang telah dibelinya;
e. Hak untuk mendapatkan perlindungan, advokasi serta upaya untuk menyelesaikan persengkataan dalam sengketa konsumen secara benar;
f. Hak agar mendapat pendidikan serta pembinaan bagi konsumen;
g. Hak agar dapat diberikan perlakuan atau pelayanan secara jujur, tidak diskriminatif dan benar sesuai dengan kaidah dan norma hukum yang berlaku;
h. Hak agar mendapatkan ganti kerugian terhadap produk atau jasa apabila produk atau jasa yang diterimanya tidak sesuai dengan informasi yang ada;
i. Hak lain yang diatur didalam peraturan undang – undang.

Selain itu didalam UUPK juga menyebutkan mengenai kewajiban konsumen yang diatur didalam Pasal 5 yang berbunyi:

a. Membaca, mengikuti petunjuk berkaitan dengan prosedur dan informasi dalam memakai serta memanfaatkan produk atau jasa untuk keaamanan dan keselamatan dari konsumen;
b. Memiliki itikad baik Ketika melakukan transaksi pembelian melalui *Shopee;*
c. Melakukan pembayaran sesuai dengan harga produk yang disepakati;
d. Mengikuti Upaya penyelesaian sengketa apabila timbul sengketa antara konsumen dan penjual.

Selain Hak dan Kewajiban konsumen, UUPK juga memberikan pengaturan mengenai Hak dan Kewajiban yang dimiliki oleh Pelaku Usaha sebagai penjual terhadap barang ataupun jasa. Pelaku Usaha memiliki hak antara lain :

a. Hak mendapatkan bayaran sesuai dengan harga produk yang telah disepakati;
b. Hak untuk mendapatkan perlindungan dari konsumen yang memiliki itikad tidak baik;
c. Hak untuk melakukan upaya pembelaan apabila terjadi permasalahan sengketa konsumen;
d. Hak untuk mendapatkan kembali nama baik jikatidak terbukti melakukan kerugian atau kecurangan terhadap konsumen berkaitan dengan produk atau jasa yang diperjual belikan;
e. Hak lain yang diatur didalam aturan Undang - Undang.

Sementara itu Kewajiban Pelaku Usaha yang diatur di dalam Pasal 7 UUPK antara lain:

a. Memiliki Itikad Baik dalam berjualan; Menyampaikan Informasi dan detail produk secara jujur dan jelas serta menjelaskan mengenai cara mengggunakan dan memelihara ataupun memperbaiki produk atau jasa yang diperjual belikan;
b. Memberikan pelayanan kepada konsumen secara jujur dan tidak diskriminatif;
c. Memberikan jaminan terhadap mutu produk atau jasa yang diperjual belikan sesuai dengan standar yang belaku;
d. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mencoba, menguji atau memberikan jaminan dalam bentuk garansi terhadap produk atau jasa yang diperjual belikan;
e. Memberikan ganti kerugian dalam bentuk kompensiasi apabila konsumen dirugikan.

Memperhatikan berbagai permasalahan yang seringkali ditimbulkan saat bertransaksi melalui *Shopee* diatas maka sudah seharusnya konsumen mendapatkan perlindungan hukum. Perlindungan hukum tersebut dapat dilihat dari ketentuan yang telah ada didalam Undang – Undang Nomor 08 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen adalah suatu bentuk perlindungan yang diberikan kepada konsumen selaku subjek hukum dengan ketentuan atuaran hukum yang ada. Ketentuan tersebut meliputi pencegahan hingga ke Upaya penegakan. Hal ini dilakukan baik dengan cara tertulis ataupun tidak tertulis.

Konsumen selaku pengguna barang dan atau jasa memiliki hak untuk mendapatkan kepastian hukum. Kepastian hukum tersebut dapat diwujudkan dengan memberikan akses informasi yang detail mengenai barang dan/atau jasa bagi konsumen. Informasi mengenai produk atau jasa yang dijual merupakan hal yang penting diketahui oleh konsumen. Hal ini menjadi hak yang dimiliki oleh setiap konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar serta jujur berkaitan dengan produk yang akan dibelinya. Proses perlindungan

yang diberikan terhadap konsumen *Shopee* jika produk atau jasa yang diterimanya tidak sesuai dengan informasi yang diberikan atau dijanjikan maka pihak *Shopee* berkewajiban untuk melakukan penggantian atau pengembalian produk dan mengganti segala kerugian atau kerusakan dari produk atau jasa yang diperjual belikannya sebagaimana yang diatur didalam ketentuan Pasal 19 Undang – Undang Perlindungan Konsumen. Bentuk perlindungan konsumen melalui *Shopee* tersebut terintegrasi dalam layanan layanan yang disebut garansi *Shopee.*

Berkaitan dengan pengembalian barang maupun dana dari konsumen sebenarnya *Shopee* memiliki kebijakan dalam laman resminya (*Shopee.co.id, 2025*) berkaitan dengan pengembalian dana dan barang yakni Pembeli dapat mengajukan permohonan untuk pengembalian barang yang dibeli ("Barang") dan/atau pengembalian dana sebelum berakhirnya Masa Garansi *Shopee* seperti yang tercantum dalam Syarat Layanan. Garansi *Shopee* adalah layanan yang disediakan oleh *Shopee*, atas permintaan Pengguna, untuk membantu Pengguna dalam menangani konflik tertentu yang mungkin timbul selama jalannya transaksi. Pengguna dapat saling berkomunikasi secara pribadi untuk menyelesaikan perbedaan mereka atau menghubungi pihak berwenang setempat untuk membantu mereka mengatasi sengketa yang terjadi sebelum, selama atau setelah menggunakan Garansi *Shopee.*

Pencapaian *Shopee* adalah hasil dari tiga komitmen utama meliputi Garansi *Shopee,* Gratis biaya pengiriman, dan Garansi harga termurah. Garansi *Shopee* berfungsi untuk membangun kredibelitas *Shopee* di mata pelanggan. Garansi Harga Termurah juga digunakan untuk menarik lebih banyak pembeli. *Shopee* melakukan kerja sama dengan para *seller* untuk membuat kesepakatan harga. Ketika pembeli menemukan harga yang lebih mahal dariproduk yang dibeli di *Shopee,* pihak *Shopee* akan memberikan kompensasi *voucher* belanja senilai dua kali selisih harga. Garansi *Shopee* dan Garansi Harga Termurah didukung dengan inisiatif Gratis Biaya Pengiriman yang merupakan salah satu inisiatif *Shopee* dalam menarik pelanggan.

Setiap konsumen memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan hukum jika menjadi mengalami kerugian akibat jual beli *Online* yang dilakukan melalui *Shopee*. Setiap perselisihan yang terjadi akan diselesaikan bersama secara musyawarah antara konsumen dan PT. *Shopee* Indoensia. Tetapi apabila penyelesaian melalui musyawarah tidak mencapai suatu mufakat, maka mengenai sengketa ini akan diserahkan kepada Pengadilan Negeri atau Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Hal tersebut sebagaimana yang dinyatakan didalam pasal 45 UUPK yang berbunyi :

a. Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.
b. Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.
c. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak menghilangkan tanggungjawab pidana sebagaimana diatur dalam Undang-undang.

Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.

B. Pelaksanaan Perlindungan Hukum serta Kendala dalam Praktik di *Shopee*

a. Perlindungan Hukum dalam Praktik Belanja *Online* di *Shopee*

E-Commerce dapat diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan memakai teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran/penjualan barang, *service* dan informasi secara elektronik.[15] Kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. Maksud objek disini adalah berupa produk, orang, perusahaan dan segala sesuatu dimana seseorang memiliki kepercayaan dan sikap. Keamanan adalah kemampuan toko online dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan kemanan atas transaksi data.[82] Dan Persepsi Risiko adalah persepsi konsumen mengenai ketidakpastian dan

[15] Fuady Munir, *Pengantar Hukum Bisnis: Menata Bisnis Modern Di Era Globalisasi*, 2nd ed. (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2005), hlm.407.

konsekuensi-konsekuensi negatif yang mungkin diterima atas pembelian suatu produk atau jasa.[16]

Pelaksanaan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam praktik belanja *online* melalui platform *Shopee* merupakan bagian dari implementasi hukum perlindungan konsumen di era digital. Dalam praktiknya, perlindungan tersebut tidak hanya didasarkan pada peraturan perundang-undangan, tetapi juga didukung oleh kebijakan internal platform sebagai bentuk tanggung jawab penyelenggara sistem elektronik.[17]

Shopee menyediakan berbagai mekanisme perlindungan hukum bagi konsumen, salah satunya melalui fitur *Shopee Guarantee* yang berfungsi menahan dana konsumen hingga barang diterima sesuai pesanan. Mekanisme ini memberikan jaminan keamanan transaksi dan meminimalisir potensi kerugian akibat wanprestasi dari pihak penjual. Selain itu, fitur *rating* dan *review* juga menjadi sarana penting dalam memberikan transparansi informasi, sehingga konsumen dapat menilai kredibilitas penjual sebelum melakukan transaksi.

Dalam hal terjadi sengketa, *Shopee* memfasilitasi penyelesaian melalui pusat resolusi *(resolution center),* yang memungkinkan konsumen untuk mengajukan komplain terkait ketidaksesuaian barang, kerusakan, maupun keterlambatan pengiriman. Penyelesaian sengketa tersebut dapat dilakukan melalui mekanisme pengembalian dana *(refund)* atau pengembalian barang *(return),* yang menunjukkan adanya perlindungan hukum secara represif dalam praktik *e-commerce*.[18] Meskipun berbagai mekanisme perlindungan telah tersedia, dalam praktiknya masih terdapat sejumlah kendala yang dihadapi oleh konsumen. Salah satu kendala utama adalah ketidaksesuaian informasi produk yang diberikan oleh penjual, baik dalam bentuk deskripsi maupun gambar, yang tidak mencerminkan kondisi barang yang sebenarnya. Hal ini menunjukkan bahwa kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang jujur dan transparan belum sepenuhnya terlaksana.

Selain itu, penelitian terbaru menunjukkan bahwa mekanisme penyelesaian sengketa dalam platform *e-commerce* belum sepenuhnya efektif. Konsumen masih menghadapi hambatan dalam proses klaim refund dan return, seperti keterbatasan waktu pengajuan, kurangnya bukti, serta ketentuan internal platform yang cenderung kompleks. Kondisi ini berpotensi melemahkan posisi konsumen dalam memperoleh haknya secara optimal.[19] Kendala lainnya berkaitan dengan perlindungan data pribadi konsumen dalam transaksi elektronik. Dalam era digital, data pribadi menjadi aspek yang sangat rentan terhadap penyalahgunaan. Meskipun telah terdapat regulasi yang mengatur perlindungan data pribadi, implementasinya dalam praktik *e-commerce* masih menghadapi tantangan, terutama dalam hal keamanan sistem dan pengawasan terhadap penyelenggara platform.

b. Kendala-Kendala yang Menghambat Efektivitas Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi di Shopee

Dalam beberapa tahun terakhir, berbagai kajian jurnal menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce— termasuk pada platform seperti Shopee—masih belum berjalan secara optimal. Hal ini disebabkan oleh sejumlah kendala yang bersifat struktural, substansial, maupun kultural, yang saling berkaitan satu sama lain.

1. Lemahnya Penegakan Hukum *(Law Enforcement)*

   Secara normatif, Indonesia telah memiliki perangkat hukum yang cukup memadai, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi. Namun demikian, dalam praktiknya, penegakan hukum terhadap pelanggaran di bidang *e-commerce* masih lemah.

   Banyak kasus seperti penipuan *online,* barang tidak sesuai deskripsi, hingga pelanggaran hak konsumen tidak ditindaklanjuti secara serius. Hal ini disebabkan oleh:

   - Keterbatasan aparat penegak hukum dalam memahami kejahatan digital
   - Kesulitan pembuktian dalam transaksi elektronik
   - Yurisdiksi yang tidak jelas dalam transaksi lintas wilayah

   Akibatnya, pelaku usaha yang melanggar tidak mendapatkan sanksi tegas, sehingga

[16] Mulyana, Y. (2016). Pengaruh kepercayaan, persepsi risiko dan keamanan terhadap minat beli konsumen pada toko, Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta.

[17] Muhammad April Mubarok & Herry Febriadi, "Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia," PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora, Vol. 5 No. 2, 2026.

[18] Adinda Fitra Masferisa dkk., "Perlindungan Hukum dan Penyelesaian Sengketa Bagi Konsumen dalam Transaksi E-Commerce," Binamulia Hukum, 2025.

[19] Khairunnisah, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen pada Aplikasi Shopee dalam Transaksi Elektronik," SUA Journal of Law, 2025.

tidak menimbulkan efek jera *(deterrent effect).*

2. Rendahnya Literasi dan Kesadaran Hukum Konsumen
   Kendala berikutnya adalah rendahnya tingkat literasi hukum masyarakat sebagai konsumen. Banyak konsumen belum memahami secara utuh hakhak yang dimilikinya, seperti:
   - Hak atas informasi yang benar dan transparan
   - Hak untuk mendapatkan barang sesuai perjanjian
   - Hak untuk mengajukan pengaduan atau sengketa

   Selain itu, konsumen sering kali tidak membaca syarat dan ketentuan *(terms and conditions)* yang berlaku di platform seperti *Shopee.* Hal ini menyebabkan posisi konsumen menjadi lemah, karena tidak memahami mekanisme perlindungan yang tersedia, seperti fitur *refund* atau pengajuan komplain. Rendahnya kesadaran ini juga berdampak pada minimnya pelaporan kasus, sehingga pelanggaran yang terjadi tidak terdata secara maksimal.
3. Asimetri Informasi antara Pelaku Usaha dan Konsumen
   Dalam transaksi *e-commerce,* terdapat ketidakseimbangan informasi *(asymmetric information)* antara pelaku usaha dan konsumen. Pelaku usaha memiliki kendali penuh atas informasi produk yang ditampilkan, sedangkan konsumen hanya bergantung pada deskripsi, foto, dan ulasan.
   Permasalahan yang sering terjadi antara lain:
   - Deskripsi produk yang tidak akurat atau menyesatkan
   - Penggunaan foto yang tidak sesuai dengan kondisi barang sebenarnya
   - Manipulasi ulasan *(fake review)*

   Kondisi ini menyebabkan konsumen rentan mengalami kerugian, karena keputusan pembelian didasarkan pada informasi yang tidak sepenuhnya dapat dipercaya.
4. Lemahnya Perlindungan Data Pribadi dan Keamanan Digital
   Perkembangan *e-commerce* juga diikuti dengan meningkatnya risiko terhadap keamanan data pribadi konsumen. Dalam banyak kasus, data seperti:
   - Nama
   - Alamat
   - Nomor telepon
   - Informasi pembayaran

   Dapat disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Meskipun telah ada regulasi terkait perlindungan data pribadi, implementasinya masih menghadapi tantangan, seperti:
   - Kurangnya standar keamanan yang seragam
   - Minimnya pengawasan terhadap pengelolaan data oleh platform
   - Rendahnya kesadaran pengguna dalam menjaga data pribadi

   Hal ini menunjukkan bahwa aspek keamanan digital masih menjadi titik lemah dalam perlindungan konsumen.
5. Mekanisme Penyelesaian Sengketa yang Kurang Efektif
   Penyelesaian sengketa dalam transaksi *e-commerce* umumnya dilakukan melalui mekanisme internal platform, seperti fitur resolusi sengketa yang disediakan oleh *Shopee.* Namun, mekanisme ini masih memiliki beberapa kelemahan, antara lain:
   - Kurang transparan dalam proses pengambilan Keputusan
   - Cenderung memihak salah satu pihak (biasanya penjual atau platform)
   - Posedur yang dianggap rumit oleh konsumen

   Selain itu, akses terhadap lembaga penyelesaian sengketa di luar platform, seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), masih terbatas, baik dari segi sosialisasi maupun kemudahan akses.
6. Regulasi yang Belum Sepenuhnya Adaptif
   Perkembangan teknologi digital yang sangat cepat sering kali tidak diimbangi dengan pembaruan regulasi yang memadai. Beberapa permasalahan hukum baru dalam *e-commerce* belum diatur secara spesifik, seperti:
   - Tanggung jawab platform sebagai perantara *(intermediary liability)*
   - Perlindungan terhadap transaksi lintas negara
   - Pengaturan terhadap algoritma dan sistem rekomendasi

   Akibatnya, terjadi kekosongan atau ketidakjelasan hukum *(legal gap)* yang dapat dimanfaatkan oleh pihak-pihak tertentu untuk menghindari tanggung jawab.
7. Kurangnya Pengawasan dan Peran Pemerintah
   Pengawasan dari pemerintah terhadap aktivitas *e-commerce* masih belum optimal. Hal ini terlihat dari masih maraknya:
   - Penjualan barang ilegal atau palsu

- Praktik penipuan *online*
- Pelanggaran hak konsumen lainnya

Keterbatasan sumber daya dan luasnya ruang lingkup transaksi digital menjadi tantangan tersendiri bagi pemerintah dalam melakukan pengawasan secara menyeluruh. Jika dianalisis lebih dalam, kendalakendala tersebut saling berkaitan. Lemahnya penegakan hukum diperparah oleh rendahnya literasi konsumen. Di sisi lain, regulasi yang belum adaptif dan pengawasan yang kurang optimal semakin membuka peluang terjadinya pelanggaran.

Dengan kata lain, permasalahan perlindungan konsumen dalam *ecommerce* tidak dapat diselesaikan hanya dari satu aspek saja, melainkan membutuhkan pendekatan yang komprehensif dan terintegrasi. Berdasarkan uraian di atas, dapat ditegaskan bahwa efektivitas perlindungan hukum konsumen dalam transaksi *e-commerce* masih menghadapi berbagai hambatan yang kompleks. Oleh karena itu, diperlukan upaya peningkatan yang meliputi:

1. Penguatan sistem pengawasan hukum oleh pemerintah,
2. Peningkatan kualitas penegakan hukum yang tegas dan konsisten,
3. Pembaruan regulasi yang adaptif terhadap perkembangan teknologi, dan
4. Peningkatan edukasi dan literasi konsumen

Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan perlindungan hukum terhadap konsumen dapat terlaksana secara optimal dan mampu menciptakan ekosistem perdagangan digital yang aman, adil, dan berkeadilan.

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi belanja *online* pada platform *Shopee* pada dasarnya telah memiliki landasan hukum yang cukup komprehensif dalam sistem hukum Indonesia. Perlindungan tersebut tercermin dalam berbagai ketentuan peraturan perundang-undangan yang mengatur hak-hak konsumen, antara lain hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa, hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur, serta hak untuk memperoleh kompensasi atau ganti rugi apabila terjadi kerugian.

   Dalam konteks transaksi elektronik, perlindungan hukum tersebut juga mencakup aspek keamanan sistem dan perlindungan data pribadi konsumen, yang menjadi bagian penting dalam menjamin kepercayaan dalam transaksi digital. Selain itu, perlindungan hukum tidak hanya bersifat eksternal melalui regulasi, tetapi juga didukung oleh mekanisme internal yang disediakan oleh platform *Shopee.*

   Mekanisme tersebut meliputi sistem pembayaran berbasis *escrow* yang memberikan jaminan bahwa dana konsumen akan diteruskan kepada penjual setelah barang diterima sesuai pesanan *(Shopee Guarantee),* kebijakan pengembalian barang dan dana *(refund),* serta fitur penyelesaian sengketa yang memungkinkan konsumen mengajukan komplain secara langsung melalui sistem platform. Dengan demikian, secara normatif, bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* telah dirancang untuk memberikan kepastian hukum, keadilan, serta perlindungan terhadap kepentingan konsumen sebagai pihak yang secara posisi relatif lebih lemah dibandingkan pelaku usaha.
2. Pelaksanaan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi belanja *online* di *Shopee* serta kendala yang dihadapi dalam praktiknya menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan antara norma hukum yang berlaku dengan implementasinya di masyarakat. Meskipun secara normatif perlindungan telah tersedia, namun dalam praktiknya belum sepenuhnya mampu memberikan perlindungan yang efektif. Hal ini dapat dilihat dari masih sering terjadinya permasalahan yang merugikan konsumen, seperti ketidaksesuaian barang dengan deskripsi yang ditawarkan, keterlambatan atau ketidakpastian pengiriman, serta potensi penyalahgunaan data pribadi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perlindungan hukum yang ada belum sepenuhnya menjamin terpenuhinya hak-hak konsumen secara optimal. Adapun kendalakendala yang memengaruhi belum optimalnya pelaksanaan perlindungan hukum tersebut dapat dianalisis secara lebih sistematis sebagai berikut:
   - Kendala pada aspek substansi hukum, yaitu masih terdapat pengaturan yang belum sepenuhnya mampu menjangkau kompleksitas transaksi *e-commerce,* terutama terkait dengan tanggung jawab platform sebagai perantara serta dinamika transaksi lintas wilayah dan lintas negara;
   - Kendala pada aspek struktur hukum, berupa belum optimalnya penegakan hukum terhadap pelanggaran di bidang *e-commerce,* serta keterbatasan pengawasan

terhadap aktivitas perdagangan digital yang terus berkembang secara masif;

- Kendala pada aspek budaya hukum, yaitu rendahnya tingkat kesadaran dan literasi hukum konsumen, yang berdampak pada kurangnya pemahaman terhadap hak dan kewajiban dalam bertransaksi, serta rendahnya keberanian untuk mengajukan pengaduan atau menuntut hak;
- Kendala pada aspek teknis dan operasional, yang meliputi adanya asimetri informasi antara pelaku usaha dan konsumen, potensi manipulasi informasi produk, belum optimalnya sistem keamanan data pribadi, serta mekanisme penyelesaian sengketa yang belum sepenuhnya memberikan rasa keadilan dan kepastian bagi konsumen.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa efektivitas perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *ecommerce* tidak hanya bergantung pada keberadaan norma hukum, tetapi juga pada kualitas implementasi, kesiapan sistem digital, serta tingkat kesadaran hukum masyarakat sebagai pengguna.

B. Saran

1. Berdasarkan hasil analisis penelitian ini, dalam rangka meningkatkan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce*, khususnya pada platform *Shopee,* dapat disimpulkan bahwa meskipun regulasi telah tersedia melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta peraturan terkait transaksi elektronik dan perlindungan data pribadi, namun implementasinya masih menghadapi berbagai kendala.

   Permasalahan utama yang dihadapi antara lain ketidakseimbangan informasi antara pelaku usaha dan konsumen, lemahnya penegakan hukum, serta belum optimalnya pengawasan terhadap pelanggaran hak-hak konsumen. Kondisi ini menempatkan konsumen pada posisi yang relatif lemah, khususnya dalam hal akses untuk mengajukan pengaduan dan memperoleh penyelesaian sengketa secara efektif.

   Oleh karena itu, diperlukan upaya peningkatan yang berkelanjutan dalam aspek pengawasan, penegakan hukum yang tegas, serta edukasi dan peningkatan literasi hukum konsumen. Selain itu, diperlukan sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat guna menciptakan ekosistem *ecommerce* yang aman, adil, dan memberikan kepastian hukum bagi seluruh pihak.
2. Bagi platform *Shopee*, pelaku usaha, dan konsumen, diperlukan upaya bersama untuk meningkatkan kualitas perlindungan dalam praktik transaksi *online.* Pihak *Shopee* diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan tingkat kepercayaan dan keamanan sistem, khususnya dalam perlindungan data pribadi konsumen serta meminimalkan risiko dalam transaksi. Selain itu, peningkatan kemudahan penggunaan aplikasi dan transparansi informasi produk juga perlu terus dioptimalkan guna memberikan kenyamanan bagi pengguna. Bagi pelaku usaha (penjual), diharapkan dapat menjaga kepercayaan konsumen dengan meningkatkan kualitas produk, pelayanan, serta ketepatan waktu pengiriman. Hal ini penting untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang positif dan meningkatkan loyalitas konsumen. Sementara itu, konsumen diharapkan lebih teliti, cermat, dan kritis dalam melakukan transaksi *online,* termasuk dalam memilih produk dan memahami informasi yang tersedia. Konsumen juga perlu memastikan bahwa platform yang digunakan adalah platform yang aman dan terpercaya, serta memanfaatkan mekanisme perlindungan yang tersedia apabila mengalami kerugian.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Abdul Halim Barkatullah, Hukum Perlindungan Konsumen, Bandung: Nusa Media, 2019, hlm. 45.

Abdul Hakim dan Teguh Prasetyo*"Bisnis E-Commerce Studi: Sistem Keamanan Dan Hukum Di Indonesia",* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2005), hlm. 1.

Adi Sulistio Nugroho*, "E-Commerce Teori dan Implementasi",* (Yogyakarta : Ekuilibra, 2016) hlm. 43.

Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen,* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2008), hlm. 76.

Ali Arifin, *"Tip dan Trik Memiliki Kartu Kredit",* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo,2002) hlm. 9.

Anik Andriani, *Parenting Generasi Alpha Di Era Digital*. (Tangerang Selatan: Indocamp, 2019), 2.

Az. Nasution, "*Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar",* (Jakarta: Diadit Media, 2010), hlm 3.

Celina Tri Siwi Kristiyanti, Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta: Sinar Grafika, 2017, hlm. 105.

Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hlm 235.

Lili Rasjidi dan I.B. Wyasa Putra, *Hukum Telematika,* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2010), hlm. 112.

Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis*, (Malang: PT LKiS Printing Cemerlang, 2009), hlm. 355

M. Suyanto, *E-Commerce: Strategi Pemasaran Digital*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2003), hlm. 1.

Munir Fuady, *Hukum Tentang Cyber: Cyber Law,* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2013), hlm. 45.

Oc Kaligis, *"Penerapan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Dalam Prakteknya",* (Jakarta : Yarsif Watampone, 2012), hlm. 35.

Rian Adhivira Prabowo, "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce", Jurnal Hukum, 2021.

Satjipto Rahardjo, Ilmu Hukum, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2006, hlm. 112.

Shidarta, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, Jakarta: Grasindo, 2016, hlm. 89.

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.

Titik Triwulan Tutik, *Hukum Perdata dalam Sistem Hukum Nasional,* Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2008, hlm. 201.

Jurnal

Adinda Fitra Masferisa dkk., "Perlindungan Hukum dan Penyelesaian Sengketa Bagi Konsumen dalam Transaksi E-Commerce," Binamulia Hukum, 2025.

Ahmad Siregar, *"Keasbahan Jual Beli Online Shop Ditinjau Dari UU No. 19 Tahun 2016 Perubahan Atas UU No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik",* dalam Jurnal Ilmiah Advokasi, Volume 7 No .2, hlm. 116.

Budi Santoso, *"Urgensi Rekonstruksi Hukum E-Commerce di Indonesia",* dalam Jurnal Law Reform, Volume 14 No.1, Des 2018, hlm. 92

Deky Pariadi, *"Pengawasan E- Commerce Dalam UU Perdagangan Dan UU Perindungan Konsumen",* Jurnal Hukum & Pembangunan, Volume 48, No. 3 Mei 2018, hlm. 656.

Ellectrananda Anugerah, *"Dunia Datar: Suatu Tindakan Pemasaran dan Pelayanan Terhadap Pelanggan",* dalam Makalah Seminar Nasional UNS Summit & Award, Agustus 2017, hlm. 25.

Fuady Munir, *Pengantar Hukum Bisnis: Menata Bisnis Modern Di Era Globalisasi*, 2nd ed. (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2005), hlm.407.

Hanim, *"Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak dalam E-commerce. Jurnal Pembaharuan Hukum,* Vol 12/edisi agustus/VII, (2020), hal. 9.

Jitriyani. *Analisis Sikap Pengguna Paytren Menggunakan Technology Acceptance Model,* Jakarta : Jurnal Informatika Bsi, Volume 4 No. 1,2017 hlm. 67.

Khairunnisah, "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen pada Aplikasi Shopee dalam Transaksi Elektronik," SUA Journal of Law, Vol. 4, No. 1, 2025, hlm. 88.

Lathifah Hanim, *"Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam ECommerce Sebagai Akibat Dari Globalisasi Ekonomi",* dalam Jurnal Pembaharuan Hukum, Volume 1 No.2, Agustus 2014, hlm. 196.

Muhammad April Mubarok & Herry Febriadi, "Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia," PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora, Vol. 5 No. 2, 2026.

Nurhotia Harahap. (2021*) Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Dengan Kenaikan Harga Masker Di Masa Pandemi Covid 19*, Jurnal Yurisprudentia, IAIN Padang, hlm 116.

N. D. Sari, C. A. Haris, and A. Rahman, "*Analisis Mobile Shopping Application Menggunakan SWOT Analysis (Studi Kasus : Aplikasi SHOPEE di Indonesia),"* 2017.

Reni Budi Setianingrum dan Dhini Nabila Putri, "Perlindungan Hukum Hak Konsumen atas Informasi Produk di Marketplace Shopee," Media of Law and Sharia, Vol. 6, No. 2, 2025, hlm. 120.

Samadi, M. & Yaghoob-Nejadi, A. (2009). *A survey of the effects of consumer's perceived risk on purchase intention in e-shopping.* Business Intelligent Journal, 2(2), 261-275.

Sheila Fitria Nurjanah, Rini Rahayu Kurniati, Daris Zunaida, *"Pengaruh ECommerce Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanja Online Shopee (Studi Pada Konsumen Belanja Online Mahasiswa Universitas Islam Malang",* Jiagabi, Vol. 8, No. 3, (Agustus, 2019), hlm. 155.

Susanti, F., & Mulyani, C. (2022). *Pengaruh kepercayaan, iklan, persepsi resiko terhadap keputusan pembelian di situs shopee pada*

konsumen kelurahan lubuk buaya. Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan, 2(2), 1155–1171.

Themba, Orfyanny, *"Keputusan Pembei pada Aplikasi Shopee melalui*

Harga, Diskon, Promo,Ongkos Kirim dan Kualitas Produk. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)", Vol. 5, No. 3, 2021, hal. 926.

Perundang – Undangan

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik jo. UU No. 19 Tahun 2016.

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2020 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019.

Peraturan Bank Indonesia No. 14 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan

Kegiatan Alat Pembayaran Dengan Menggunakan Kartu

Kitab Undang - Undang Hukum Perdata

Website

Databoks Katadata, "Jumlah Pesanan dan GMV Shopee Tahun 2025," Katadata.co.id, 2025, https://databoks.katadata.co.id, diakses 2025.

Data Reportal, Digital 2024: Indonesia, diakses dari laporan perkembangan digital Indonesia.

GoodStats, "E-commerce Paling Sering Diakses di Indonesia Tahun 2025," GoodStats.id, 2025, https://goodstats.id, diakses 2025.

GoodStats, "Jumlah Kunjungan E-commerce Indonesia Tahun 2025," GoodStats.id, 2025, https://goodstats.id, diakses 2025.

Semnesia, "Data Statistik E-commerce Indonesia 2025," Semnesia.com, 2025, https://semnesia.com, diakses 2025.