

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP RISIKO
KETIDAKSESUAIAN BARANG DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE*
MARKETPLACE SHOPEE
*CONSUMER PROTECTION AGAINST THE RISK OF PRODUCT NON-
CONFORMITY IN E-COMMERCE TRANSACTIONS ON THE SHOPEE
MARKETPLACE***

Agustina Rinda Sabina dan Adi Suliantoro

Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang

Korespondensi Penulis : agustinarinda305@gmail.com,
adisuliantoro@edu.unisbank.ac.id

Citation Structure Recommendation :

Sabina, Agustina Rinda, Adi Suliantoro. *Perlindungan Konsumen terhadap Risiko Ketidaksesuaian Barang dalam Transaksi E-Commerce Marketplace Shopee*. Jurnal Hukum Lex Generalis. Vol.7. No.4 (2026).

ABSTRAK

Perkembangan *e-commerce* meningkatkan risiko ketidaksesuaian barang dalam transaksi *marketplace*. Penelitian ini bertujuan menganalisis bentuk perlindungan konsumen dan tanggung jawab hukum Shopee terhadap risiko tersebut. Metode yang digunakan adalah yuridis normatif-empiris dengan data primer berupa kuesioner kepada pengguna Shopee dan data sekunder berupa peraturan perundang-undangan serta literatur hukum. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan konsumen diwujudkan melalui mekanisme *refund*, pengembalian barang, Shopee *Guarantee*, transparansi informasi produk dan layanan pengaduan. Namun, implementasinya belum optimal akibat kendala pembuktian, proses *refund* dan kejelasan tanggung jawab platform. Diperlukan penguatan mekanisme perlindungan dan pengawasan terhadap pelaku usaha.

Kata Kunci: *E-Commerce*, Ketidaksesuaian Barang, Perlindungan Konsumen, *Refund*, Shopee

ABSTRACT

The Rapid growth of e-commerce has increased the risk of product non-conformity in marketplace transactions. This study aims to analyze consumer protection mechanisms and Shopee's legal responsibility regarding such risks. A normative-empirical legal approach was employed using questionnaire data from Shopee users and secondary data from statutory regulations and legal literature. The findings indicate that consumer protection is provided through refund and return mechanisms, Shopee Guarantee, product information transparency, and complaint services. However, their implementation remains suboptimal due to difficulties in proving non-conformity, lengthy refund procedures, and unclear

platform liability. Stronger consumer protection mechanisms and stricter seller supervision are therefore required.

Keywords: *E-Commerce, Product Non-Conformity, Consumer Protection, Refund, Shopee*

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan terhadap pola perdagangan masyarakat dari transaksi konvensional menuju transaksi berbasis elektronik (*electronic commerce* atau *e-commerce*).¹ Perdagangan elektronik memberikan kemudahan bagi masyarakat karena transaksi dapat dilakukan tanpa batas ruang dan waktu melalui jaringan internet. Namun, perkembangan tersebut juga menimbulkan konsekuensi hukum baru, terutama berkaitan dengan perlindungan konsumen dalam transaksi digital.²

Transaksi *e-commerce* memiliki karakteristik berbeda dibandingkan transaksi konvensional karena konsumen tidak dapat melakukan pemeriksaan barang secara langsung sebelum melakukan pembelian.³ Konsumen hanya memperoleh informasi berdasarkan deskripsi, gambar, spesifikasi dan ulasan produk yang disediakan oleh pelaku usaha dalam platform digital. Kondisi tersebut menyebabkan adanya ketidakseimbangan informasi (*information asymmetry*) antara pelaku usaha dan konsumen, karena pelaku usaha memiliki informasi yang lebih lengkap mengenai produk yang diperjualbelikan.⁴

Menurut Shidarta, perlindungan konsumen diperlukan karena dalam hubungan transaksi antara konsumen dan pelaku usaha terdapat ketidakseimbangan posisi, baik dari aspek ekonomi, informasi, maupun kemampuan tawar (*bargaining position*). Oleh karena itu, hukum diperlukan untuk menciptakan keseimbangan hubungan antara kedua pihak agar konsumen tidak selalu berada pada posisi yang dirugikan.⁵

¹ Abdul Halim Barkatullah, *Urgensi Perlindungan Hak-Hak Konsumen dalam Transaksi E-Commerce*, Jurnal Hukum Ius Quia Iustum, Vol.14, No.2 (Mei 2007).

² Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia*, Nusa Media, Bandung, 2017, p.15.

³ E. Demaj dan V. Manjani, *Information Asymmetry And Its Implications In Online Purchasing Behaviour: A Country Case Study*, Journal of Innovative Business and Management, Vol.12, No.1 (Juni 2020).

⁴ Richard A. Posner, *Economic Analysis of Law*, Wolters Kluwer, New York, 2014, p.112.

⁵ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Grasindo, Jakarta, 2006, p.11.

Dalam konteks transaksi elektronik, risiko yang sering muncul adalah ketidaksesuaian barang yang diterima konsumen dengan informasi yang diberikan oleh pelaku usaha. Ketidaksesuaian tersebut dapat berupa perbedaan kualitas, ukuran, warna, spesifikasi, maupun kondisi barang. Permasalahan ini menunjukkan bahwa transaksi digital tidak hanya berkaitan dengan aspek ekonomi, tetapi juga memiliki dimensi hukum mengenai pemenuhan hak konsumen.⁶

Secara yuridis, perlindungan konsumen di Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pasal 4 UUPK memberikan hak kepada konsumen untuk memperoleh kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam menggunakan barang atau jasa, serta memperoleh informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi barang yang diperdagangkan.⁷

Selain itu, Pasal 7 UUPK mengatur kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik dalam menjalankan kegiatan usahanya serta memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi barang. Ketentuan tersebut menunjukkan bahwa informasi produk dalam transaksi elektronik bukan hanya aspek pemasaran, tetapi merupakan bagian dari kewajiban hukum pelaku usaha.⁸

Perdagangan melalui sistem elektronik juga memperoleh pengaturan melalui Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Regulasi tersebut menegaskan bahwa penyelenggara perdagangan elektronik memiliki kewajiban untuk menyediakan sistem yang aman, terpercaya dan memberikan perlindungan terhadap konsumen.^{9,10}

Berdasarkan hasil penelitian terhadap pengguna *marketplace* Shopee, ditemukan bahwa permasalahan ketidaksesuaian barang masih dialami konsumen.

⁶ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2022, p.34.

⁷ Indonesia, *Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen*, UU No.8 Tahun 1999, LN Tahun 1999 No.42, TLN No.3821, Ps.4.

⁸ *Ibid.*, Ps.7.

⁹ Indonesia, *Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*, PP No.80 Tahun 2019, LN Tahun 2019 No.222, TLN No.6420.

¹⁰ Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, *Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dan Perlindungan Konsumen Digital*, diakses dari <https://www.kemendag.go.id>, diakses pada 30 Juli 2026.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian responden pernah menerima barang yang tidak sesuai dengan deskripsi atau gambar produk yang ditampilkan pada platform Shopee. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara perlindungan hukum secara normatif dengan pelaksanaan perlindungan konsumen dalam praktik transaksi digital.

Penelitian terdahulu mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce umumnya membahas aspek normatif mengenai hak konsumen berdasarkan UUPK. Namun, penelitian ini memiliki perbedaan karena menggabungkan pendekatan normatif dan empiris melalui analisis pengalaman konsumen pengguna Shopee. Pendekatan tersebut digunakan untuk mengetahui bagaimana efektivitas mekanisme perlindungan konsumen diterapkan dalam praktik transaksi elektronik.

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif-empiris. Pendekatan normatif digunakan untuk menganalisis ketentuan hukum yang mengatur perlindungan konsumen dalam transaksi perdagangan melalui sistem elektronik, khususnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Pendekatan empiris digunakan untuk memperoleh gambaran mengenai pengalaman konsumen dalam menghadapi ketidaksesuaian barang pada *marketplace* Shopee.

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada 50 pengguna *marketplace* Shopee. Responden merupakan pengguna Shopee yang menjadi sumber data mengenai pengalaman transaksi, ketidaksesuaian barang, proses pengembalian barang dan refund, kejelasan informasi produk, serta persepsi terhadap tanggung jawab Shopee. Data sekunder diperoleh melalui peraturan perundang-undangan, buku hukum, artikel jurnal ilmiah dan sumber resmi yang berkaitan dengan perdagangan melalui sistem elektronik dan perlindungan konsumen.

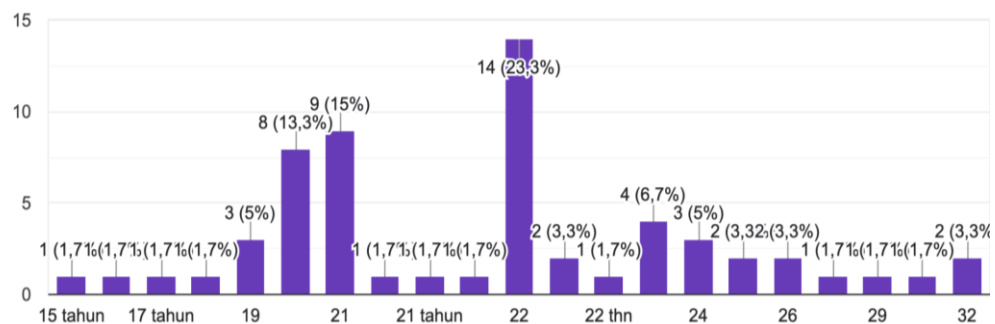
Pengumpulan data primer dilakukan dengan instrumen kuesioner yang memuat pertanyaan mengenai pengalaman responden dalam melakukan transaksi di Shopee dan penyelesaian ketika barang yang diterima tidak sesuai dengan informasi produk. Data sekunder dikumpulkan melalui studi kepustakaan dan

penelusuran dokumen hukum yang relevan. Data kuesioner kemudian ditabulasi dan dianalisis secara deskriptif kuantitatif dengan menyajikan frekuensi dan persentase jawaban responden. Selanjutnya, hasil empiris tersebut dianalisis secara kualitatif dengan menghubungkannya pada ketentuan hukum dan konsep perlindungan konsumen untuk memperoleh kesimpulan mengenai efektivitas perlindungan konsumen pada *marketplace* Shopee.

Untuk menjaga keterlacakan data empiris, jumlah responden dan persentase hasil penelitian disajikan berdasarkan hasil tabulasi kuesioner. Dengan demikian, setiap persentase dalam pembahasan harus dapat ditelusuri kembali pada jawaban responden yang menjadi sumber data primer penelitian.

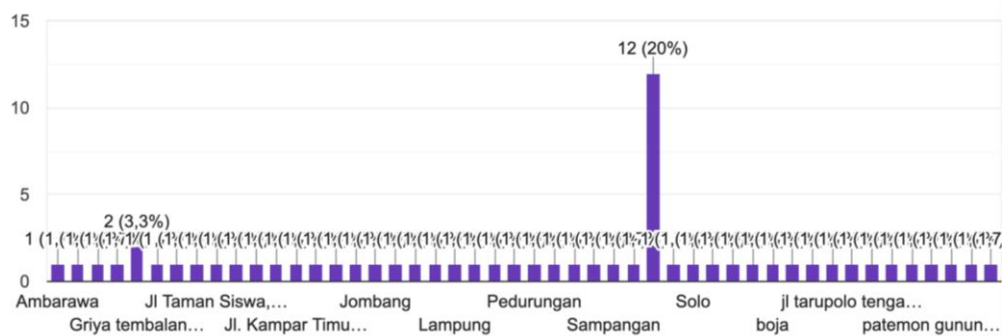
1. Profil Responden

Diagram 1.1 Rentang Usia Responden



Sumber: Data kuesioner, Maret 2026

Diagram 1.2 Persebaran Geografis Responden



Sumber: Data kuesioner, Maret 2026

Profil responden disusun berdasarkan informasi demografis, karakteristik pengalaman transaksi, serta persepsi konsumen terkait mekanisme perlindungan yang diterapkan oleh Shopee. Data primer yang diperoleh mencerminkan sampel sebanyak 50 responden dengan distribusi usia, lokasi dan pengalaman berbelanja yang representatif dari populasi pengguna Shopee.

Berdasarkan uraian tersebut, permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah bentuk perlindungan konsumen terhadap risiko ketidaksesuaian barang dalam transaksi *e-commerce* pada *marketplace* Shopee antara tahun 2022 hingga 2025, ditinjau dari kebijakan pengembalian barang oleh Shopee, kewajiban pelaku usaha menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), serta peran Shopee dalam menangani perkara dengan konsumen?
2. Bagaimanakah bentuk pertanggungjawaban Shopee dalam memberikan perlindungan hukum kepada konsumen atas ketidaksesuaian barang selama rentang waktu 2022 hingga 2025?
3. Apa saja kendala serta solusi dalam penerapan perlindungan konsumen terhadap risiko ketidaksesuaian barang pada transaksi *e-commerce* melalui *marketplace* Shopee antara tahun 2022 hingga 2025?

B. PEMBAHASAN

1. Perlindungan Konsumen terhadap Risiko Ketidaksesuaian Barang dalam Transaksi E-Commerce Marketplace Shopee

Perkembangan transaksi melalui *marketplace* memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan aktivitas jual beli secara elektronik. Namun, kemudahan tersebut juga menimbulkan permasalahan hukum karena konsumen tidak memiliki kesempatan untuk memeriksa barang secara langsung sebelum melakukan transaksi. Konsumen hanya bergantung pada informasi yang diberikan oleh pelaku usaha melalui foto, deskripsi, spesifikasi dan ulasan produk.¹¹ Kondisi tersebut menyebabkan adanya ketidakseimbangan informasi (*information asymmetry*) antara pelaku usaha dan konsumen.

¹¹ S. M. Mudambi dan D. Schuff, *What Makes A Helpful Online Review? A Study Of Customer Reviews On Amazon.Com*, MIS Quarterly, Vol.34, No.1 (Maret 2010), p.185–200.

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 50 responden pengguna marketplace Shopee, ditemukan bahwa sebanyak 88% responden pernah mengalami ketidaksesuaian barang dengan deskripsi atau gambar yang ditampilkan pada platform Shopee. Bentuk ketidaksesuaian tersebut meliputi kualitas barang yang buruk sebesar 26,7%, ukuran yang tidak sesuai sebesar 25%, deskripsi produk yang tidak sesuai sebesar 20%, serta perbedaan warna maupun kondisi fisik barang.

Data tersebut menunjukkan bahwa permasalahan ketidaksesuaian barang masih menjadi persoalan utama dalam transaksi *e-commerce*. Konsumen sebagai pihak yang memiliki posisi lebih lemah membutuhkan perlindungan hukum agar tidak menanggung seluruh risiko akibat keterbatasan informasi dalam transaksi digital.

Dalam perspektif hukum perlindungan konsumen, hubungan antara konsumen dan pelaku usaha tidak hanya didasarkan pada hubungan ekonomi, tetapi juga hubungan hukum yang melahirkan hak dan kewajiban. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan jaminan bahwa konsumen memiliki hak untuk memperoleh barang yang sesuai dengan nilai tukar, kondisi, serta informasi yang benar, jelas dan jujur.¹²

Apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan informasi yang diberikan, maka kondisi tersebut menunjukkan adanya kegagalan pemenuhan kewajiban pelaku usaha. Hal tersebut dapat dikaitkan dengan prinsip tanggung jawab pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 7 UUPK yang mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi barang serta menjamin kualitas barang yang diperdagangkan.¹³

Berdasarkan hasil penelitian, bentuk perlindungan konsumen di *marketplace* Shopee tidak hanya bergantung pada keberadaan regulasi, tetapi juga pada efektivitas mekanisme internal yang disediakan oleh platform. Shopee telah menyediakan beberapa instrumen perlindungan seperti fitur pengembalian barang,

¹² Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*.

¹³ Indonesia, *Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen*, UU No.8 Tahun 1999, Ps.7.

pengembalian dana (*refund*), Shopee *Guarantee*, sistem ulasan produk dan layanan pengaduan konsumen.¹⁴

Namun, keberadaan mekanisme tersebut belum sepenuhnya menghilangkan risiko kerugian konsumen. Perlindungan konsumen dalam transaksi digital membutuhkan sistem yang tidak hanya bersifat penyelesaian setelah terjadi sengketa (*represif*), tetapi juga pencegahan sebelum terjadi kerugian (*preventif*). Oleh karena itu, peningkatan akurasi informasi produk dan pengawasan terhadap penjual menjadi aspek penting dalam menciptakan transaksi elektronik yang aman.

2. Pengembalian Barang dan *Refund* sebagai Bentuk Perlindungan Represif Konsumen

Salah satu bentuk perlindungan konsumen yang diterapkan oleh Shopee adalah mekanisme pengembalian barang dan *refund*. Mekanisme tersebut merupakan bentuk perlindungan represif karena diberikan setelah konsumen mengalami kerugian akibat barang yang diterima tidak sesuai dengan kesepakatan transaksi.

Berdasarkan hasil penelitian, persepsi responden terhadap proses pengembalian barang dan *refund* menunjukkan variasi pengalaman. Sebanyak 43,3% responden menilai bahwa proses pengembalian barang atau *refund* cukup mudah tetapi membutuhkan waktu, sebanyak 18,3% responden menilai proses tersebut sangat mudah dan cepat, sebanyak 28,3% responden belum pernah mengajukan *refund*, sedangkan 10% responden menilai proses refund sulit dan membutuhkan waktu lama.

Data tersebut menunjukkan bahwa mekanisme *refund* yang disediakan Shopee telah memberikan alternatif penyelesaian bagi konsumen, tetapi efektivitasnya masih belum sepenuhnya merata. Perbedaan pengalaman antarresponden menunjukkan bahwa keberhasilan perlindungan tidak hanya ditentukan oleh adanya fitur *refund*, tetapi juga dipengaruhi oleh proses verifikasi, kelengkapan bukti, respons penjual, dan mekanisme penyelesaian yang diterapkan oleh platform.¹⁵

¹⁴ Shopee Indonesia, *Kebijakan Pengembalian Barang dan Dana (Return and Refund Policy)*, diakses dari <https://help.shopee.co.id>, diakses pada 30 Juli 2026.

¹⁵ *Ibid.*

Dalam perspektif hukum perlindungan konsumen, pengembalian barang dan *refund* merupakan bentuk pemenuhan hak konsumen untuk memperoleh kompensasi apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian. Pasal 19 UUPK menegaskan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerugian konsumen akibat penggunaan barang atau jasa yang diperdagangkan.¹⁶

Meskipun demikian, dalam praktik transaksi *marketplace*, proses pemulihan hak konsumen sering kali menghadapi hambatan. Konsumen harus menunjukkan bukti berupa foto, video, maupun informasi transaksi untuk membuktikan bahwa barang yang diterima memang tidak sesuai. Kondisi tersebut menunjukkan adanya beban pembuktian yang cukup besar bagi konsumen sebagai pihak yang secara ekonomi memiliki posisi lebih lemah.

Oleh karena itu, Shopee perlu meningkatkan efektivitas sistem *refund* melalui penyederhanaan prosedur, batas waktu penyelesaian yang lebih jelas, serta mekanisme penyelesaian otomatis apabila penjual tidak memberikan respons dalam jangka waktu tertentu.

3. Transparansi Informasi Produk sebagai Bentuk Perlindungan Preventif

Transparansi informasi produk merupakan aspek penting dalam transaksi *e-commerce* karena menjadi dasar utama konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Berbeda dengan transaksi konvensional, konsumen dalam transaksi elektronik tidak dapat melakukan pemeriksaan langsung terhadap barang sehingga informasi digital menjadi satu-satunya dasar pertimbangan.

Berdasarkan hasil penelitian, sebanyak 65% responden menilai bahwa informasi produk yang diberikan oleh penjual Shopee cukup jelas namun masih memiliki kekurangan, terutama berkaitan dengan spesifikasi teknis, ukuran dan kondisi barang. Sebanyak 16,7% responden menilai informasi produk sangat jelas dan sesuai dengan barang yang diterima, sedangkan 13,3% responden menilai informasi produk tidak jelas.

¹⁶ Indonesia, *Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen*, UU No.8 Tahun 1999, Ps.19.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar informasi produk telah tersedia, masih terdapat permasalahan mengenai akurasi informasi. Ketidaksesuaian antara deskripsi produk dengan barang yang diterima dapat menyebabkan konsumen mengambil keputusan berdasarkan informasi yang tidak sepenuhnya benar.¹⁷ Kewajiban memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur telah ditegaskan dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Ketentuan tersebut menunjukkan bahwa informasi bukan hanya merupakan aspek pemasaran, tetapi juga bagian dari kewajiban hukum pelaku usaha.¹⁸

Dalam konteks *marketplace*, Shopee sebagai penyelenggara platform memiliki peran penting untuk memastikan informasi produk yang ditampilkan tidak menyesatkan konsumen. Penguatan sistem verifikasi deskripsi, gambar dan spesifikasi produk diperlukan agar *marketplace* tidak hanya menjadi tempat transaksi, tetapi juga menjadi sistem perlindungan bagi konsumen.

4. Tanggung Jawab Shopee sebagai *Marketplace* dalam Perlindungan Konsumen

Kedudukan Shopee dalam transaksi elektronik memiliki karakteristik berbeda dengan pelaku usaha konvensional. Shopee tidak secara langsung memproduksi atau menjual sebagian besar barang yang tersedia dalam platform, tetapi menyediakan sistem yang mempertemukan penjual dan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian, persepsi responden mengenai tanggung jawab Shopee menunjukkan variasi. Sebanyak 46,7% responden menilai Shopee hanya sebagai fasilitator transaksi, sebanyak 31,7% responden menilai Shopee memiliki tanggung jawab penuh, sedangkan sebagian lainnya menilai tanggung jawab Shopee masih belum cukup.

Perbedaan persepsi tersebut menunjukkan bahwa batas tanggung jawab *marketplace* masih menjadi persoalan dalam transaksi digital. Meskipun Shopee bukan pihak yang menjual barang, platform memiliki peran penting karena menyediakan sistem transaksi, mengatur mekanisme pembayaran, menyediakan fitur perlindungan, serta menentukan prosedur penyelesaian sengketa.

¹⁷ Badan Perlindungan Konsumen Nasional, *Informasi Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik*, diakses dari <https://bpkn.go.id>, diakses pada 30 Juli 2026.

¹⁸ Indonesia, *Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen*, UU No.8 Tahun 1999, Ps.7 huruf b.

Dalam perspektif hukum, penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik memiliki kewajiban untuk menyediakan sistem yang aman, dapat dipercaya dan memberikan perlindungan terhadap konsumen. Hal tersebut sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang menekankan kewajiban penyelenggara perdagangan elektronik dalam memberikan perlindungan terhadap pengguna.¹⁹

Dengan demikian, tanggung jawab Shopee dapat dipahami sebagai tanggung jawab administratif dan sistemik. Shopee tidak menggantikan tanggung jawab penjual terhadap kualitas barang, tetapi memiliki kewajiban memastikan bahwa sistem yang digunakan konsumen mampu memberikan perlindungan ketika terjadi kerugian.

5. Kendala dan Solusi dalam Penerapan Perlindungan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa kendala dalam penerapan perlindungan konsumen pada *marketplace* Shopee:

- a. Kendala berasal dari aspek transparansi informasi produk. Sebanyak 65% responden masih menemukan bahwa informasi produk belum sepenuhnya lengkap dan akurat.
- b. Kendala berasal dari proses pengembalian barang dan *refund*. Sebagian responden menyatakan bahwa proses penyelesaian membutuhkan waktu dan masih bergantung pada respons penjual.
- c. Kendala berasal dari sisi konsumen. Lebih dari 60% responden belum sepenuhnya memahami hak-hak mereka berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, termasuk hak memperoleh ganti rugi dan mekanisme pengaduan.

Berdasarkan kondisi tersebut, solusi yang diperlukan tidak hanya berupa peningkatan fitur teknis, tetapi juga penguatan sistem perlindungan secara menyeluruh. Shopee perlu meningkatkan verifikasi informasi produk, mempercepat mekanisme *refund*, serta memberikan edukasi mengenai hak konsumen. Selain itu, konsumen juga perlu meningkatkan literasi hukum dan digital agar mampu memahami prosedur perlindungan serta menggunakan haknya secara optimal ketika mengalami kerugian.

¹⁹ Indonesia, *Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*, PP No.80 Tahun 2019.

C. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian mengenai perlindungan konsumen terhadap risiko ketidaksesuaian barang dalam transaksi *e-commerce marketplace* Shopee, dapat disimpulkan bahwa transaksi digital memberikan kemudahan bagi konsumen, namun juga menimbulkan risiko hukum akibat keterbatasan informasi dan tidak sesuai barang yang diterima dengan informasi produk.

1. Perlindungan konsumen terhadap ketidaksesuaian barang di Shopee telah tersedia melalui mekanisme transparansi informasi produk, *return*, *refund*, Shopee *Guarantee* dan layanan pengaduan. Namun, penerapannya belum sepenuhnya optimal karena masih ditemukan kendala berupa ketidaksesuaian barang, keterbatasan informasi, serta hambatan dalam proses penyelesaian keluhan konsumen.
2. Shopee sebagai *marketplace* memiliki tanggung jawab dalam menyediakan sistem transaksi yang aman dan mekanisme perlindungan konsumen, meskipun tanggung jawab utama terhadap kualitas barang tetap berada pada pelaku usaha. Peran Shopee tersebut sejalan dengan kewajiban penyelenggara perdagangan elektronik berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
3. Penerapan perlindungan konsumen masih menghadapi kendala berupa kesulitan pembuktian, proses *refund* yang membutuhkan waktu, dan rendahnya pemahaman konsumen mengenai hak hukumnya. Oleh karena itu, diperlukan penguatan sistem verifikasi produk, penyederhanaan mekanisme penyelesaian sengketa, serta peningkatan literasi hukum digital agar perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik dapat berjalan lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Barkatullah, Abdul Halim. 2017. *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia*. (Bandung: Nusa Media).
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. 2022. *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: Sinar Grafika).
- Posner, Richard A. 2014. *Economic Analysis of Law*. (New York: Wolters Kluwer).
- Shidarta. 2006. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. (Jakarta: Grasindo).

Publikasi

- Barkatullah, Abdul Halim. *Urgensi Perlindungan Hak-Hak Konsumen dalam Transaksi E-Commerce*. Jurnal Hukum Ius Quia Iustum. Vol.14. No.2 (Mei 2007).
- Demaj, E. dan V. Manjani. *Information Asymmetry And Its Implications In Online Purchasing Behaviour: A Country Case Study*. Journal of Innovative Business and Management. Vol.12. No.1 (Juni 2020).
- Mudambi, S. M. dan D. Schuff. *What Makes A Helpful Online Review? A Study Of Customer Reviews On Amazon.Com*. MIS Quarterly. Vol.34. No.1 (Maret 2010).

Website

- Badan Perlindungan Konsumen Nasional. *Informasi Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik*. diakses dari <https://bpkn.go.id>. 30 Juli 2026.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. *Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dan Perlindungan Konsumen Digital*. diakses dari <https://www.kemendag.go.id>. 30 Juli 2026.
- Shopee Indonesia. *Kebijakan Pengembalian Barang dan Dana (Return and Refund Policy)*. diakses dari <https://help.shopee.co.id>. 30 Juli 2026.

Sumber Hukum

- Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 1. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6905
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821.
- Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 185. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6400.
- Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 222. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6420.