



DOI: <https://doi.org/10.38035/jgsp.v3i3>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Aspek Hukum dari Kegagalan Pembayaran COD oleh Konsumen dalam Transaksi Online Shop

Sheila Ramadhani¹

¹Universitas Swadaya Gunung Jati, Cirebon, Indonesia, shellaramadhani82@gmail.com

Corresponding Author: shellaramadhani82@gmail.com¹

Abstract: *This research discusses the problem of online transactions at the Cherry On Fashion business located on Jalan Pamitran No. A4, Kejaksan, Cirebon City, West Java, specifically related to the use of the Cash on Delivery (COD) payment method through the Shopee e-commerce application. Many consumers do not respond to couriers when delivering packages, so the goods are returned to the outlet, resulting in losses for business actors. The urgency of this research arises to dig deeper into the obstacles faced by business actors related to COD transactions and provide solutions to these problems.*

The formulation of the problems to be analyzed are: (1) Statutory provisions governing the rights and obligations of the parties in COD transactions through Shopee, (2) Legal consequences for consumers who cancel COD payments, (3) Legal protection that can be given to business actors in the face of unfinished COD transactions.

The research method used is an empirical approach, which aims to explore data directly from the field through interviews and observations. Primary data will be obtained through interviews with business actors and consumers, while secondary data will involve related literature and documentation. Qualitative analysis is used to analyze the data collected to provide an overview of the problems that occur, as well as solutions that can be applied. This research aims to provide recommendations for better legal protection for business actors and steps that can be taken to reduce losses due to consumer non-compliance with COD transactions.

Keyword: *Legal Effects, Consumer and Performer Rights, Payment*

Abstrak: Penelitian ini membahas permasalahan transaksi online pada bisnis Cherry On Fashion yang berlokasi di Jalan Pamitran No. A4, Kejaksan, Kota Cirebon, Jawa Barat, khususnya terkait penggunaan metode pembayaran Cash on Delivery (COD) melalui aplikasi e-commerce Shopee. Banyak konsumen yang tidak merespons kurir saat pengiriman paket, sehingga barang dikembalikan ke outlet, mengakibatkan kerugian bagi pelaku usaha. Urgensi penelitian ini muncul untuk menggali lebih dalam kendala yang dihadapi pelaku usaha terkait transaksi COD dan memberikan solusi atas masalah tersebut.

Rumusan masalah yang akan dianalisis adalah: (1) Ketentuan perundang-undangan yang mengatur hak dan kewajiban para pihak dalam transaksi COD melalui Shopee, (2) Akibat

hukum bagi konsumen yang membatalkan pembayaran COD, (3) Perlindungan hukum yang dapat diberikan kepada pelaku usaha dalam menghadapi transaksi COD yang tidak selesai. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan empiris, yang bertujuan untuk menggali data langsung dari lapangan melalui wawancara dan observasi. Data primer akan diperoleh melalui wawancara dengan pelaku usaha dan konsumen, sedangkan data sekunder akan melibatkan literatur dan dokumentasi terkait. Analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis data yang terkumpul guna memberikan gambaran tentang permasalahan yang terjadi, serta solusi yang dapat diterapkan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi perlindungan hukum yang lebih baik bagi pelaku usaha dan langkah-langkah yang dapat diambil untuk mengurangi kerugian akibat ketidakpatuhan konsumen terhadap transaksi COD.

Kata Kunci: Akibat Hukum, Hak Konsumen dan Pelaku, Pembayaran

PENDAHULUAN

Terobosan teknologi informasi telah mengubah banyak aspek kehidupan manusia secara signifikan. Aktivitas yang sebelumnya dilakukan secara manual, seperti komunikasi, bisnis, hingga pendidikan, kini semakin bergeser ke sistem berbasis digital dengan memanfaatkan internet. Internet menjadi salah satu inovasi utama yang memberikan kemudahan besar, termasuk dalam transaksi jual beli. Pembeli dan penjual sekarang dapat menyelesaikan prosedur yang sebelumnya memerlukan pertemuan langsung secara daring melalui platform e-commerce, sehingga menghilangkan perlunya kontak fisik.

Di era Revolusi Industri 4.0, digitalisasi semakin berkembang pesat, salah satunya melalui e-commerce. Platform ini memungkinkan transaksi barang atau jasa secara praktis melalui koneksi internet. E-commerce memberikan manfaat besar bagi pelaku usaha dengan memperluas pasar mereka hingga ke tingkat global. Sementara itu, konsumen dapat memenuhi kebutuhan mereka dengan lebih cepat dan efisien. Popularitas e-commerce terus meningkat. Sepanjang tahun 2023, nilai transaksi e-commerce di Indonesia mencapai Rp 533 triliun, meningkat dari Rp 476 triliun pada tahun sebelumnya. Data ini menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap transaksi daring terus mengalami pertumbuhan yang signifikan. Salah satu platform e-commerce terkemuka di Indonesia adalah Shopee. Pada tahun 2023, Shopee memimpin pasar e-commerce di Asia Tenggara dengan Gross Merchandise Value (GMV) sebesar US\$ 55,1 miliar (sekitar Rp 897 triliun), menguasai 48% pangsa pasar di kawasan tersebut. Shopee menawarkan berbagai kemudahan, seperti deskripsi produk yang jelas, fitur obrolan antara pembeli dan penjual, serta berbagai pilihan metode pembayaran, termasuk Cash On Delivery (COD). Metode ini sangat populer karena memberikan kenyamanan bagi konsumen dengan memungkinkan pembayaran dilakukan setelah barang diterima, sehingga meminimalkan risiko penipuan atau kerusakan barang.

Meskipun e-commerce memiliki banyak manfaat, namun transaksi online juga memiliki kekurangan bagi konsumen dan pelaku usaha. “Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diterbitkan oleh pemerintah Indonesia dengan tujuan untuk melindungi hak konsumen.” Namun pada kenyataannya, perilaku konsumen juga sering merugikan pelaku usaha. Salah satu contohnya terjadi pada Cherry On Fashion, sebuah usaha yang berlokasi di Jalan Pamitran No. A4, Kejaksan, Kota Cirebon. Sejumlah konsumen tidak bertanggung jawab dalam menggunakan metode COD di Shopee, seperti tidak merespons kurir saat pengiriman barang, yang akhirnya menyebabkan barang dikembalikan ke outlet. Hal ini mengakibatkan kerugian bagi pelaku usaha akibat proses transaksi yang gagal diselesaikan.

Tindakan konsumen seperti ini dapat dianggap sebagai pelanggaran terhadap kewajiban atau wanprestasi karena mereka tidak memenuhi tanggung jawab sesuai perjanjian. Situasi ini tidak hanya merugikan pelaku usaha tetapi juga memengaruhi ekosistem transaksi daring secara keseluruhan. Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam mengenai akibat hukum yang ditimbulkan oleh tindakan konsumen yang gagal melakukan pembayaran dengan metode COD. Studi ini difokuskan pada kasus Cherry On Fashion Cirebon dalam platform Shopee sebagai bahan analisis hukum.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan empiris yang bertujuan untuk menggali fakta dan fenomena yang terjadi di lapangan terkait transaksi daring menggunakan metode pembayaran Cash on Delivery (COD) di platform e-commerce Shopee. Pendekatan empiris berfokus pada pengumpulan data primer melalui observasi langsung dan wawancara dengan pelaku usaha serta konsumen untuk memahami kendala, praktik, dan solusi terkait masalah transaksi COD yang tidak selesai.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data Primer dilakukan dengan melakukan Wawancara bersama Pelaku Usaha, Wawancara dilakukan dengan pemilik atau pengelola Cherry On Fashion yang berlokasi di Jalan Pamitran No. A4, Kejaksan, Kota Cirebon. Tujuan wawancara ini adalah untuk mengumpulkan informasi tentang masalah yang dihadapi dalam transaksi COD, serta kebijakan dan tindakan yang diambil oleh pelaku usaha untuk mengurangi kerugian akibat konsumen yang tidak merespons pengiriman. Wawancara juga dilakukan dengan beberapa konsumen yang menggunakan metode pembayaran COD di Shopee untuk menggali alasan mereka tidak menerima barang atau membatalkan pesanan, serta pengalaman mereka dalam transaksi tersebut.

Objek penelitian ini adalah praktik transaksi online dengan metode pembayaran Cash on Delivery (COD) pada bisnis Cherry On Fashion di Shopee. Penelitian ini difokuskan untuk menggali pengalaman pelaku usaha dan konsumen terkait masalah transaksi yang tidak selesai akibat konsumen tidak merespons pengiriman atau membatalkan pesanan, serta langkah-langkah yang diambil oleh pelaku usaha untuk mengatasi masalah tersebut.

Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan teknik analisis kualitatif untuk menggali pemahaman tentang permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha dan konsumen serta langkah-langkah yang diambil untuk mengatasi masalah tersebut. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan data yang diperoleh dari wawancara dan observasi lalu akan dianalisis untuk mendeskripsikan permasalahan yang terjadi dalam transaksi COD di Cherry On Fashion, termasuk faktor penyebabnya dan dampaknya terhadap pelaku usaha. Temuan-temuan utama dari wawancara dan observasi akan dikelompokkan menjadi tema-tema utama yang relevan dengan penelitian, seperti masalah komunikasi antara pelaku usaha dan konsumen, serta efektivitas kebijakan yang diterapkan oleh Shopee dan pelaku usaha. Dengan pendekatan empiris, penelitian ini berfokus pada pengumpulan dan analisis data yang langsung mencerminkan kondisi nyata di lapangan, yang memberikan gambaran lebih jelas mengenai masalah transaksi COD dan cara-cara yang dapat diambil untuk mengatasinya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen yang dirugikan Dalam Tansaksi Jual Beli Barang Elektronik Pada Situs Belanja Online SHOPEE

Istilah "e-commerce", yang merujuk pada jenis transaksi ekonomi apa pun yang dilakukan melalui media elektronik, khususnya internet, telah menjadi aspek mendasar kehidupan modern. Dalam beberapa dekade terakhir, e-commerce telah berkembang pesat, didorong oleh inovasi teknologi dan perubahan perilaku konsumen yang semakin

mengandalkan digitalisasi. Penelitian ini akan mengupas sejarah dan perkembangan e-commerce, manfaat serta kelemahan yang menyertainya, dan bagaimana teknologi ini telah mengubah cara manusia berbisnis.

Sejarah e-commerce dimulai pada akhir abad ke-20 dengan munculnya teknologi yang memungkinkan transaksi elektronik. Pada 1960-an, Electronic Data Interchange (EDI) diperkenalkan sebagai cara untuk mengotomatisasi pertukaran dokumen bisnis, seperti faktur dan pesanan, antara perusahaan. EDI menjadi dasar bagi perkembangan teknologi e-commerce dengan menghilangkan kebutuhan akan pengiriman dokumen fisik. Pada 1979, Michael Aldrich, seorang inovator asal Inggris, memperkenalkan konsep belanja online pertama kali. Aldrich menggunakan sistem telepon untuk menghubungkan televisi yang dimodifikasi dengan komputer pemrosesan transaksi.

Penemuan ini dianggap sebagai cikal bakal belanja online modern, meskipun pada saat itu belum ada jaringan internet yang mendukung penggunaan secara luas. Perkembangan signifikan terjadi pada 1990-an dengan kemunculan *World Wide Web* (WWW) oleh Tim Berners-Lee. Internet yang semakin mudah diakses memungkinkan perusahaan dan individu untuk mulai menggunakan platform digital sebagai media perdagangan. Pada 1994, perusahaan Netscape memperkenalkan protokol *Secure Sockets Layer* (SSL) yang memberikan keamanan dalam transaksi online, membuka jalan bagi pertumbuhan e-commerce yang lebih luas.

Pada pertengahan 1990-an, berbagai perusahaan e-commerce mulai bermunculan. Salah satu pionirnya adalah Amazon, yang didirikan oleh Jeff Bezos pada 1994 sebagai toko buku online. Dalam waktu singkat, Amazon berkembang menjadi marketplace yang menawarkan berbagai produk dari elektronik hingga pakaian. Tahun 1995 juga menjadi momen penting bagi eBay, yang menawarkan platform lelang online bagi konsumen. Di Indonesia, e-commerce mulai mendapatkan perhatian pada awal 2000-an. Pada masa ini, akses internet masih terbatas, tetapi platform seperti Kaskus menjadi tempat bagi konsumen untuk berdagang secara online. Dengan semakin luasnya akses internet dan perkembangan infrastruktur teknologi, berbagai platform e-commerce lokal seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee mulai bermunculan, memberikan alternatif bagi masyarakat untuk berbelanja secara digital.

Pasal 1 ayat (9) Rancangan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik menyebutkan: "*Transaksi elektronik adalah hubungan hukum yang dilakukan melalui komputer, jaringan komputer, atau media elektronik lainnya.*" Transaksi jual beli barang, jasa, atau informasi antar pelaku usaha melalui jaringan komputer berbasis internet biasa disebut dengan transaksi e-commerce. Kontrak elektronik didefinisikan sebagai "perjanjian yang dituangkan dalam dokumen elektronik yang dituangkan dalam kontrak elektronik yang mengikat dan mempunyai kekuatan hukum sebagai suatu perjanjian" dalam Pasal 1 Ayat 17 RUU Pemanfaatan Teknologi Informasi.

Dasar hukum perdagangan daring di Indonesia adalah Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). UU ini diundangkan pada tanggal 21 April 2008 dan mulai berlaku pada tanggal tersebut, sebagaimana diatur dalam Pasal 54 ayat 1 UU ITE. Setiap orang yang melakukan kegiatan usaha secara sah, baik di dalam maupun di luar Indonesia, tunduk pada ketentuan dalam UU ITE. Dengan demikian, ruang lingkup UU ini mencakup baik transaksi di dalam negeri maupun di luar negeri, seperti yang dijelaskan dalam Pasal 2 UU ITE. Perdagangan elektronik yang dilakukan melalui jaringan elektronik menimbulkan masalah hukum perdata yang lebih luas, karena transaksi tersebut kini menjadi bagian dari perdagangan lokal maupun internasional. Penjelasan Umum UU ITE, yang disampaikan oleh Edmon Makarim, menyatakan bahwa dunia maya tidak dapat diakses secara sah hanya dengan menggunakan cara-cara hukum tradisional. Oleh karena itu, diperlukan regulasi

husus yang mengatur transaksi elektronik agar dapat memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha dan konsumen di dunia maya. Sebab, jika dilakukan akan menimbulkan berbagai persoalan dan hal-hal yang tidak diatur dalam undang-undang .

Kegiatan E-commerce menawarkan berbagai manfaat yang telah mengubah cara konsumen dan pelaku bisnis berinteraksi. E-commerce memungkinkan bisnis untuk beroperasi sepanjang waktu tanpa batasan jam kerja. Konsumen dapat berbelanja kapan saja, termasuk di luar jam kerja tradisional, sehingga memberikan fleksibilitas yang tinggi. Dibandingkan dengan toko fisik, e-commerce memungkinkan pelaku usaha mengurangi biaya operasional seperti sewa toko, utilitas, dan tenaga kerja. Hal ini menjadikan e-commerce sebagai pilihan yang hemat biaya, khususnya bagi usaha kecil dan menengah (UKM). Platform e-commerce menawarkan deskripsi, ulasan, dan peringkat produk untuk membantu pelanggan membuat keputusan yang lebih tepat tentang apa yang akan dibeli, dan pelanggan dapat dengan mudah membandingkan harga dan fitur dari penjual yang berbeda.

Terlepas dari semua keuntungan ini, e-commerce memiliki sejumlah kekurangan yang harus diperhatikan oleh konsumen dan bisnis. Salah satu masalah utama dengan e-commerce adalah bahwa produk yang diterima pelanggan sering kali tidak sesuai dengan deskripsi yang tercantum di platform; ini dapat mencakup variasi dalam warna, ukuran, kualitas, atau fungsi barang; konsumen sangat bergantung pada informasi penjual, dan informasi yang tidak akurat atau menyesatkan dapat menyebabkan mereka tidak senang dan kehilangan uang; tidak seperti di dalam toko, pelanggan tidak dapat menyentuh, mencoba, atau memeriksa produk sebelum melakukan pembelian. Hal ini dapat menjadi kendala, terutama untuk produk seperti pakaian, elektronik, atau barang-barang khusus lainnya.

Kemajuan teknologi telah menjadi faktor utama dalam perkembangan e-commerce. Penggunaan analisis big data dan kecerdasan buatan (AI) untuk memberikan pengalaman yang lebih personal kepada pelanggan merupakan salah satu kemajuan yang paling signifikan. Platform e-commerce mampu memenuhi janjinya berkat teknologi ini. Di platform Shopee, meskipun terdapat informasi deskripsi barang yang jelas, kesalahan atau bahkan kecurangan dari penjual masih dapat terjadi. Hal ini membuat konsumen merasa dirugikan dan frustrasi.

Penipuan merupakan masalah serius dalam transaksi online, dan Shopee tidak terlepas dari hal ini. Agar dapat menyarankan produk yang sesuai berdasarkan perilaku pembelian pelanggan di masa lalu, beberapa vendor yang tidak jujur memanfaatkan platform ini untuk melakukan penipuan. Misalnya, mereka dapat mengirimkan barang palsu atau barang yang tidak sesuai dengan foto yang diiklankan. Selain itu, perkembangan teknologi pembayaran digital, seperti e-wallet dan QR code, telah mempermudah proses transaksi dalam e-commerce. Di Indonesia, layanan seperti OVO, GoPay, dan Dana telah menjadi bagian penting dari ekosistem e-commerce, memungkinkan konsumen melakukan pembayaran dengan cepat dan aman. Teknologi logistik juga memainkan peran penting dalam mendukung e-commerce. Dengan adanya layanan pengiriman cepat, seperti same-day delivery dan pengiriman instan, konsumen dapat menerima barang dalam waktu singkat.

Perusahaan seperti Shopee bahkan menawarkan layanan logistik internal untuk meningkatkan efisiensi pengiriman. E-commerce telah memberikan dampak yang signifikan pada kehidupan sosial dan ekonomi. Di sisi ekonomi, e-commerce menciptakan peluang kerja baru di sektor teknologi, logistik, dan pemasaran digital. Usaha kecil dan menengah juga mendapatkan peluang untuk bersaing dengan perusahaan besar melalui akses pasar yang lebih luas. Dari sisi sosial, e-commerce telah mengubah pola belanja masyarakat. Konsumen semakin bergantung pada platform digital untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, termasuk makanan, pakaian, dan barang elektronik. Namun, ketergantungan ini juga menimbulkan tantangan baru, seperti peningkatan limbah kemasan dari pengiriman barang.

Masalah Perlindungan Konsumen di Shopee: Tantangan dalam Transaksi Elektronik

Hukum positif di Indonesia berupaya menggunakan banyak kata yang berkaitan dengan konsumen sebelum tahun 1999, tetapi istilah "konsumen" tidak diakui oleh hukum Indonesia. Meskipun terjadi pergeseran terminologi yang berkaitan dengan konsumen ke arah "perlindungan konsumen," hakikat hak konsumen yang sebenarnya masih belum jelas dalam hukum. Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yang mengatur banyak hukum yang berkaitan dengan konsumen (misalnya, pembeli, penyewa, penerima hibah, peminjam, dll.), hal ini juga ditunjukkan. Istilah "tanggung" dan "penumpang" juga terdapat dalam hukum pidana Indonesia. Setiap orang yang menggunakan atau bermaksud memanfaatkan barang dan jasa, baik untuk keuntungan pribadi maupun keuntungan pihak lain, dianggap sebagai konsumen berdasarkan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, yang melarang praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

Kata-kata Inggris-Amerika dan Belanda *consumer* dan *consument* adalah asal muasal sebenarnya dari istilah *consumer* dalam bahasa Inggris. Kata "consumer" dapat berarti pengguna akhir suatu produk atau layanan, tergantung pada konteksnya; Namun, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), istilah ini merujuk kepada setiap orang yang memanfaatkan sesuatu. Orang yang memanfaatkan barang industri, bahan makanan, dan sebagainya dianggap sebagai konsumen, bukan produsen, menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia.

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 menyatakan bahwa konsumen berperan sebagai penerima dalam Pasal 1 ayat (19). Pasal 1 Ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan:

“Konsumen merupakan semua orang pengguna barang dan atau jasa yang tersedia di dalam masyarakat, baik digunakan bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lainnya dan tidak digunakan untuk diperjual belikan”

Dalam era digital saat ini, platform e-commerce seperti Shopee telah menjadi sarana utama bagi konsumen untuk memenuhi berbagai kebutuhan. Kemudahan belanja online menawarkan berbagai keuntungan, seperti harga yang lebih kompetitif dan kemudahan berbelanja dari rumah. Namun, seiring dengan semakin berkembangnya transaksi elektronik, muncul pula berbagai permasalahan yang sering dihadapi oleh konsumen, baik dalam aspek kualitas barang, pengiriman, hingga keamanannya. Perlindungan konsumen di platform e-commerce seperti Shopee menjadi isu yang sangat penting untuk memastikan kepercayaan konsumen tetap terjaga. Penelitian ini akan membahas beberapa permasalahan umum yang dihadapi konsumen dalam transaksi elektronik di Shopee serta peran dan tantangan yang dihadapi oleh Shopee dalam menyediakan perlindungan bagi konsumen.

Perbedaan antara barang yang dikirim dan barang yang dijelaskan dalam deskripsi produk merupakan salah satu masalah utama yang kerap diutarakan pelanggan saat berbelanja daring. Misalnya, konsumen memesan pakaian dengan ukuran tertentu, tetapi yang diterima ternyata memiliki ukuran yang berbeda atau bahan yang tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Di platform Shopee, meskipun terdapat informasi deskripsi barang yang jelas, kesalahan atau bahkan kecurangan dari penjual masih dapat terjadi. Hal ini membuat konsumen merasa dirugikan. Meskipun Shopee menyediakan layanan pengaduan dan customer support, kualitas dan kecepatan respons layanan pelanggan terkadang menjadi masalah. Konsumen yang mengalami masalah dengan produk atau pengiriman sering kali merasa kesulitan dalam menghubungi pihak Shopee untuk mendapatkan penyelesaian yang memadai. Hal ini dapat menyebabkan rasa ketidakpuasan konsumen terhadap pengalaman belanja online mereka. Berdasarkan beberapa definisi konsumen yang telah dibahas dan didefinisikan sebelumnya, pelanggan dapat dikategorikan menjadi tiga kelompok, yaitu:

Berdasarkan beberapa definisi konsumen yang telah dibahas dan didefinisikan sebelumnya, pelanggan dapat dikategorikan menjadi tiga kelompok, yaitu:

1. Konsumen Komersial (*Commercial Consumer*) adalah semua orang yang dengan tujuan memperoleh keuntungan, memperoleh barang dan/atau jasa yang dimanfaatkan untuk menciptakan barang dan/atau jasa lainnya.
2. Konsumen Antara (*Intermediate Consumer*) adalah individu yang membeli produk dan/atau layanan dengan tujuan menghasilkan laba dan menggunakannya untuk dijual kembali.
3. Konsumen Akhir (*Ultimate Consumer/ End User*) adalah semua orang yang membeli dan menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup lainnya; barang dan jasa tersebut tidak dimanfaatkan untuk dijual kembali atau untuk menghasilkan lebih banyak uang.

Secara umum dikenal ada 4 (empat) hak dasar konsumen yang diakui secara internasional, yaitu :

1. Hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety*)
2. Hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*)
3. Hak untuk memilih (*the right to choose*)
4. Hak untuk didengar (*the right to be heard*)

Sesuai dengan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Indonesia juga telah mengatur hak-hak dasar konsumen sebagai berikut:

1. Hak untuk merasa nyaman, aman, dan terlindungi dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta memperolehnya sesuai dengan nilai tukar, ketentuan, dan jaminan yang diberikan;
3. Hak untuk memperoleh informasi yang akurat, transparan, dan benar mengenai keadaan dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. Hak untuk didengar pengaduan dan pendapatnya tentang barang dan/atau jasa yang dikonsumsinya;
5. Hak untuk memperoleh advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara baik;
6. Hak untuk memperoleh pendidikan dan pembinaan konsumen;
7. Hak untuk memperoleh perlakuan atau pelayanan yang baik, jujur, dan bebas diskriminasi;
8. Hak untuk memperoleh ganti rugi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan ketentuan perjanjian atau tidak sesuai dengan yang dimaksudkan;
9. Hak yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan lainnya

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mendefinisikan perlindungan konsumen sebagai "segala upaya yang menjamin kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen" dalam Pasal 1 Ayat (1). Pernyataan "Segala upaya yang menjamin kepastian hukum" dapat dianggap sebagai pencegah penipuan. Baik pelaku usaha maupun konsumen memiliki perlindungan dan tanggung jawab hukum tertentu, dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur aturan bagi kedua belah pihak dan penegakannya. Perlindungan konsumen merupakan perangkat yang telah dikembangkan dan digunakan oleh hukum untuk melindungi dan menegakkan hak-hak konsumen.

Menurut Mochtar Kusumaatmadja, tujuan hukum perlindungan konsumen adalah untuk mengatur perselisihan antara para pihak, dalam hal ini mereka yang terlibat dalam pertukaran produk atau jasa dalam masyarakat. Menurut pengertian atau pengertian di atas, perlindungan konsumen adalah upaya untuk menjaga hak-hak orang dalam hierarkinya sebagai manusia yang berhak menikmati statusnya. Prinsip dan aturan yang mengatur hubungan antara

penyedia jasa dengan kliennya dalam transaksi sehari-hari. Semua undang-undang, peraturan, dan putusan pengadilan yang mengatur kepentingan konsumen, dalam arti sempit, merupakan undang-undang perlindungan konsumen.

Selain itu, setiap orang atau organisasi yang merupakan badan hukum yang berdiri sendiri atau dibentuk sebagai bagian dari perjanjian untuk menjalankan usaha di bidang ekonomi apa pun dan yang berdomisili, berkedudukan, atau beroperasi di wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia dianggap sebagai pelaku usaha. Pengertian "pelaku usaha" tercantum dalam Pasal 1 Angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan mencakup organisasi seperti BUMN, koperasi, importir, pedagang, pedagang besar, dan sebagainya.

Orang perseorangan sama sahnya dengan korporasi atau organisasi formal lainnya dalam hal menjalankan usaha. Berdasarkan bacaan ini, Undang-Undang Perlindungan Konsumen berlaku bagi pelaku ekonomi kuat maupun lemah, termasuk usaha kecil dan menengah. Ada tiga jenis pelaku usaha di Indonesia, baik publik maupun swasta, menurut Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia:

1. Pihak yang memberikan sumbangan untuk memenuhi berbagai tuntutan finansial disebut investor. Perusahaan leasing dan lembaga keuangan adalah dua contohnya.
2. Pelaku usaha yang bertugas memproduksi dan menghasilkan barang atau jasa disebut produsen. Untuk membuat produk, mereka menggunakan berbagai sumber daya, termasuk bahan baku dan bahan tambahan.
3. Pelaku usaha yang memperdagangkan dan mendistribusikan komoditas atau jasa kepada masyarakat umum disebut distributor. Mereka bertugas untuk menyampaikan produk kepada pelanggan

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 6, pelaku korporasi berhak memperoleh:

1. Hak atas pembayaran sesuai dengan ketentuan kontrak yang berkaitan dengan kondisi dan nilai barang dan/atau jasa yang diperjualbelikan.
2. Hak atas pembelaan hukum terhadap perilaku konsumen yang tidak jujur.
3. Kemampuan untuk menggunakan pembelaan diri yang tepat saat menyelesaikan masalah konsumen di pengadilan.
4. Hak untuk memulihkan nama baik jika dapat dibuktikan melalui jalur hukum bahwa barang dan/atau jasa yang diperjualbelikan tidak menyebabkan kerugian bagi konsumen.
5. Hak yang diatur oleh ketentuan hukum tambahan

Pelaku usaha mempunyai kewajiban di samping hak-hak yang disebutkan di atas.

Berdasarkan ketentuan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha mempunyai kewajiban sebagai berikut:

1. Memiliki itikad baik dalam menjalankan kegiatan perdagangan;
2. Memberikan informasi yang akurat, transparan, dan benar mengenai kondisi dan jaminan barang;
3. Memberikan pelayanan yang akurat, jujur, dan bebas diskriminasi kepada konsumen;
4. Memberikan jaminan dan/atau garansi atas barang yang diproduksi dan/atau diperdagangkan;
5. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mencoba dan/atau menguji barang dan/atau jasa tertentu serta memberikan jaminan dan/atau garansi atas barang yang diproduksi dan/atau diperdagangkan;
6. Memberikan ganti rugi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian yang timbul akibat penggunaan, konsumsi, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
7. Memberikan ganti rugi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Dengan demikian, jelaslah bahwa hak dan tanggung jawab pelaku usaha dan konsumen saling terkait. Kewajiban konsumen merupakan hak yang akan diperoleh, sedangkan hak konsumen merupakan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh pelaku usaha.

Selain itu Tanggung jawab pelaku usaha itu meliputi:

1. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan;
2. Tanggung jawab kerugian atas pencemaran; dan
3. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen

Korelasi Masalah Perlindungan Konsumen di Shopee dengan Studi Kasus Bisnis Cherry On Fashion

Permasalahan yang dihadapi oleh Cherry On Fashion, sebuah bisnis yang berlokasi di Cirebon dan menggunakan metode pembayaran Cash on Delivery (COD) melalui aplikasi e-commerce Shopee, dapat dianalisis dengan mengacu pada masalah perlindungan konsumen yang telah dijelaskan sebelumnya. Penelitian yang membahas tentang transaksi online ini, khususnya terkait ketidakresponsifan konsumen saat pengiriman paket, berhubungan erat dengan permasalahan perlindungan konsumen dan pengaturan hukum dalam transaksi elektronik. Hak dan tanggung jawab penjual (pelaku usaha) dan pembeli harus diatur secara tegas dalam transaksi online, seperti yang dilakukan Cherry On Fashion di Shopee, agar kedua belah pihak terlindungi.

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha berhak atas pembayaran yang sah setelah barang diserahkan kepada konsumen, dan konsumen berhak memperoleh barang sesuai dengan yang dijanjikan dalam deskripsi. Namun, masalah ketidakresponsifan konsumen saat kurir mencoba mengantarkan barang yang menggunakan metode COD menciptakan ketidakpastian yang merugikan pelaku usaha. Dalam konteks ini, Shopee sebagai platform marketplace berperan sebagai mediator untuk memastikan hak dan kewajiban ini terlaksana dengan baik.

Shopee Guarantee berfungsi sebagai jaminan bagi pelaku usaha untuk memastikan bahwa pembayaran hanya diteruskan setelah barang diterima oleh konsumen. Namun, jika konsumen tidak merespons saat pengiriman barang COD, ini menciptakan kerugian bagi pelaku usaha yang mengirimkan barang tanpa mendapatkan pembayaran. Selain itu, biaya pengiriman dan pengembalian barang akibat pembatalan transaksi dapat menjadi beban tambahan bagi penjual. Oleh karena itu, Shopee perlu memastikan bahwa hak dan kewajiban ini tidak hanya diatur oleh hukum, tetapi juga dijaga dalam kebijakan internal platform. Pembatalan pembayaran COD oleh konsumen setelah barang dikirim berpotensi menyebabkan kerugian yang signifikan bagi pelaku usaha seperti Cherry On Fashion. Selain kehilangan potensi pendapatan dari transaksi yang gagal, pelaku usaha juga harus menanggung biaya operasional tambahan, seperti biaya logistik dan manajemen stok. Pengembalian barang yang gagal terkirim juga dapat menurunkan efisiensi bisnis dan memperlambat perputaran modal. [Click or tap here to enter text..](#)

Dalam jangka panjang, ketidakpastian dalam transaksi COD dapat menghambat pertumbuhan bisnis online yang bergantung pada model pembayaran ini. Ketidakpastian ini tidak hanya menyebabkan kerugian finansial bagi pelaku usaha, tetapi juga dapat mengurangi kepercayaan mereka terhadap sistem pembayaran berbasis COD. Pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) yang memiliki modal terbatas akan lebih rentan terhadap dampak negatif ini dibandingkan perusahaan besar dengan sumber daya yang lebih kuat. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan yang lebih efektif untuk mengatasi tantangan ini dan memberikan perlindungan yang lebih baik bagi pelaku usaha. Untuk mengatasi permasalahan ini, Shopee dapat meningkatkan kebijakan terkait metode pembayaran COD dengan beberapa langkah berikut:

1. Sistem Rating Konsumen: Shopee dapat menerapkan sistem peringkat bagi konsumen yang sering membatalkan transaksi COD secara tidak bertanggung jawab. Akun dengan tingkat pembatalan tinggi dapat dikenakan pembatasan dalam menggunakan metode pembayaran COD, sehingga mengurangi jumlah pembatalan yang merugikan pelaku usaha. Hal ini juga dapat membantu membangun budaya transaksi yang lebih bertanggung jawab di platform.
2. Verifikasi Pesanan: Shopee dapat mewajibkan konfirmasi ulang dari konsumen sebelum pesanan COD dikirim. Ini akan membantu mengurangi pembatalan yang tidak disengaja dan memastikan bahwa konsumen benar-benar berkomitmen untuk menerima barang yang mereka pesan. Verifikasi ini dapat dilakukan melalui notifikasi aplikasi, pesan teks, atau email yang meminta persetujuan dari konsumen sebelum pesanan diproses lebih lanjut.
3. Penalti bagi Konsumen yang Membatalkan COD: Platform dapat mengenakan biaya penalti kepada konsumen yang sering menolak menerima pesanan tanpa alasan yang jelas. Langkah ini akan memberikan efek jera dan meningkatkan tanggung jawab konsumen dalam bertransaksi. Penalti dapat berupa pembatasan penggunaan metode COD di masa mendatang atau pengurangan skor kepercayaan akun pengguna.
4. Edukasi Konsumen: Shopee juga dapat meningkatkan kesadaran konsumen mengenai tanggung jawab mereka dalam menggunakan metode pembayaran COD melalui kampanye edukatif, notifikasi di aplikasi, serta panduan yang mudah dipahami. Hal ini bertujuan untuk menciptakan ekosistem e-commerce yang lebih adil dan berkelanjutan, di mana setiap pihak memahami hak dan kewajibannya dalam bertransaksi.
5. Mekanisme Pelaporan bagi Pelaku Usaha: Shopee dapat menyediakan fitur pelaporan khusus bagi penjual untuk melaporkan konsumen yang berulang kali melakukan pembatalan tanpa alasan jelas. Data ini dapat digunakan untuk memberikan peringatan atau sanksi kepada konsumen yang tidak bertanggung jawab, serta melindungi penjual dari potensi kerugian akibat transaksi yang gagal.

Sebagai pelaku usaha, Cherry On Fashion dapat menerapkan strategi berikut untuk mengurangi risiko akibat pembatalan transaksi COD:

1. Mengutamakan Metode Pembayaran Lain: Mengarahkan konsumen untuk menggunakan metode pembayaran non-COD, seperti transfer bank atau e-wallet, dengan memberikan insentif seperti diskon atau cashback. Langkah ini dapat membantu mengurangi ketergantungan terhadap COD dan meningkatkan kepastian pembayaran. Insentif dapat diberikan dalam bentuk potongan harga, poin loyalitas, atau penawaran eksklusif bagi pelanggan yang memilih metode pembayaran non-COD.
2. Konfirmasi Pesanan Sebelum Pengiriman: Menghubungi konsumen melalui chat atau telepon sebelum mengirimkan barang untuk memastikan mereka siap menerima pesanan. Langkah ini dapat meningkatkan tingkat keberhasilan transaksi dan mengurangi jumlah barang yang dikembalikan. Selain itu, komunikasi yang lebih intensif dengan konsumen dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas terhadap merek.
3. Menerapkan Kebijakan Deposit: Untuk pesanan dengan nilai besar, Cherry On Fashion dapat meminta deposit sebagai bentuk komitmen dari konsumen. Deposit ini akan memastikan bahwa konsumen benar-benar serius dalam membeli produk dan mengurangi risiko pembatalan. Kebijakan ini dapat diterapkan secara fleksibel, misalnya hanya untuk pesanan dengan nominal tertentu atau untuk pelanggan baru yang belum memiliki riwayat transaksi yang jelas.
4. Menyesuaikan Target Pasar: Memfokuskan pemasaran kepada segmen pelanggan yang memiliki rekam jejak positif dalam bertransaksi online. Ini dapat dilakukan dengan meninjau riwayat pembelian pelanggan atau menargetkan promosi kepada pelanggan yang lebih bertanggung jawab. Shopee juga dapat menyediakan fitur segmentasi pelanggan

- yang memungkinkan penjual untuk menargetkan promosi kepada konsumen dengan tingkat kepercayaan tinggi.
5. Menyusun Kebijakan Pengembalian yang Lebih Jelas: Cherry On Fashion dapat menetapkan kebijakan pengembalian yang lebih jelas dan transparan bagi pelanggan yang menggunakan COD. Dengan begitu, konsumen akan memahami konsekuensi dari pembatalan pesanan dan lebih berhati-hati dalam berbelanja. Kebijakan ini dapat mencakup batasan waktu pengembalian, kondisi barang yang dapat dikembalikan, serta tanggung jawab biaya pengiriman ulang jika barang dikembalikan tanpa alasan yang jelas.
 6. Memanfaatkan Teknologi dalam Manajemen Pesanan: Cherry On Fashion dapat menggunakan sistem otomatisasi dalam manajemen pesanan untuk mengidentifikasi pola pembatalan yang berulang. Dengan teknologi ini, bisnis dapat mengambil langkah proaktif dalam mengelola risiko transaksi COD dan menyesuaikan strategi bisnis berdasarkan data yang tersedia.

Dengan penerapan kebijakan yang lebih ketat dari Shopee serta strategi mitigasi risiko yang efektif dari pelaku usaha, diharapkan transaksi COD dapat menjadi lebih aman dan menguntungkan bagi semua pihak yang terlibat dalam ekosistem e-commerce. Keberhasilan dalam mengelola tantangan ini akan berkontribusi pada pertumbuhan bisnis online yang lebih stabil dan meningkatkan kepercayaan konsumen serta pelaku usaha terhadap sistem pembayaran yang digunakan.

Rekomendasi untuk Meningkatkan Perlindungan Hukum bagi Pelaku Usaha di Shopee

Melihat banyaknya kendala yang dihadapi pelaku usaha kecil menengah seperti Cherry On Fashion dalam menggunakan mekanisme pembayaran Cash on Delivery (COD), maka perlindungan hukum bagi pelaku usaha di platform e-commerce seperti Shopee menjadi sangat penting. Melihat berbagai kendala yang dihadapi pelaku usaha tersebut, terdapat beberapa langkah yang perlu diambil oleh Shopee dan pihak terkait untuk memastikan perlindungan yang lebih efektif bagi para pelaku usaha dalam menghadapi ketidakresponsifan konsumen dan masalah lainnya yang timbul dari transaksi COD.

Salah satu masalah terbesar yang dihadapi oleh pelaku usaha seperti Cherry On Fashion adalah ketidakresponsifan konsumen saat kurir melakukan pengiriman barang yang menggunakan metode pembayaran COD. Dalam banyak kasus, konsumen tidak merespons kurir atau menolak untuk menerima barang, yang akhirnya menyebabkan barang dikembalikan ke outlet. Hal ini tidak hanya mengakibatkan kerugian finansial bagi pelaku usaha, tetapi juga mempengaruhi operasional dan reputasi mereka di platform e-commerce. Untuk mengatasi masalah ini, Shopee perlu memperkenalkan sistem yang lebih tegas dalam menangani konsumen yang tidak merespons pengiriman atau yang membatalkan pembayaran COD setelah barang dikirim.

Langkah yang dapat diambil antara lain, Konsumen yang secara berulang kali tidak menerima barang yang mereka pesan atau menolak pengiriman COD harus dikenakan sanksi yang tegas. Salah satu sanksi yang efektif adalah pemblokiran akun sementara atau permanen, sehingga mereka tidak dapat melakukan pembelian lagi di platform tersebut. Pemblokiran akun dapat menjadi langkah preventif untuk mencegah konsumen yang tidak bertanggung jawab merugikan pelaku usaha lebih lanjut. Shopee dapat memberlakukan denda atau biaya administrasi bagi konsumen yang melakukan pembatalan pembayaran COD tanpa alasan yang jelas atau tanpa komunikasi yang tepat dengan penjual.

Denda ini dapat membantu mengurangi tingkat ketidakresponsifan konsumen dan memberikan insentif bagi mereka untuk lebih bertanggung jawab dalam transaksi yang dilakukan. Shopee dapat meningkatkan sistem verifikasi untuk konsumen yang memilih metode pembayaran COD, seperti meminta konsumen untuk memberikan data tambahan yang dapat membantu mengidentifikasi mereka secara lebih akurat. Hal ini dapat membantu

meminimalkan kasus penipuan atau pemalsuan identitas yang sering terjadi dalam transaksi COD.

Shopee akan menciptakan lingkungan yang lebih aman dan adil bagi perusahaan yang bergantung pada platform e-commerce untuk menjual barang dagangan mereka dengan memberlakukan sanksi yang lebih ketat. Selain itu, hal ini akan menjadi disinsentif bagi pelanggan yang mungkin bertindak ceroboh dalam pembelian mereka. Selain kebijakan yang lebih tegas terhadap konsumen yang tidak merespons pengiriman, edukasi konsumen juga merupakan langkah penting untuk meningkatkan perlindungan hukum bagi pelaku usaha di Shopee.

Banyak konsumen yang mungkin tidak sepenuhnya memahami kewajiban mereka dalam transaksi COD, seperti kewajiban untuk membayar barang yang telah diterima atau akibat hukum jika mereka membatalkan transaksi secara sepihak. Langkah yang dapat diambil untuk meningkatkan edukasi konsumen antara lain, Shopee harus memastikan bahwa konsumen memahami dengan jelas cara kerja pembayaran COD, termasuk bahwa mereka wajib membayar barang yang telah diterima. Informasi ini dapat disampaikan melalui banner atau pemberitahuan yang muncul sebelum konsumen memilih metode COD, sehingga mereka tahu apa yang diharapkan dalam transaksi tersebut.

Shopee perlu melakukan sosialisasi mengenai akibat hukum yang dapat timbul jika konsumen membatalkan pembayaran COD atau tidak merespons pengiriman. Konsumen perlu diberi pemahaman mengenai sanksi yang dapat diberikan kepada mereka, seperti pemblokiran akun atau pengenaan denda. Hal ini dapat menurunkan tingkat ketidakresponsifan konsumen dan mengurangi kerugian yang dialami oleh pelaku usaha. Edukasi konsumen juga dapat dilakukan dengan memanfaatkan sistem ulasan dan rating yang ada di Shopee.

Melalui ulasan, konsumen dapat mengetahui lebih banyak mengenai pengalaman transaksi dengan seller tertentu, termasuk masalah yang timbul akibat pembatalan pembayaran COD atau pengembalian barang. Hal ini dapat mendorong konsumen untuk lebih berhati-hati dan bertanggung jawab dalam bertransaksi. Shopee juga dapat menyediakan pelatihan bagi pelaku usaha mengenai cara terbaik untuk mengelola transaksi COD, mulai dari memastikan komunikasi yang baik dengan konsumen hingga cara mengatasi masalah yang timbul dalam pengiriman atau pembayaran.

KESIMPULAN

Untuk mewujudkan ekosistem yang adil dan berkelanjutan, pelaku usaha di platform e-commerce seperti Shopee perlu mendapatkan perlindungan hukum, terutama dalam menghadapi permasalahan transaksi Cash on Delivery (COD). Berdasarkan analisis terhadap permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha Cherry On Fashion, terutama terkait dengan ketidakresponsifan konsumen saat pengiriman barang COD, beberapa rekomendasi penting dapat disampaikan.

Pertama, penegakan sanksi yang lebih tegas terhadap konsumen yang tidak merespons pengiriman atau membatalkan pembayaran COD tanpa alasan yang jelas sangat diperlukan. Pemblokiran akun atau penerapan denda dapat menjadi solusi yang efektif untuk mencegah terulangnya masalah tersebut, serta memberi efek jera bagi konsumen yang tidak bertanggung jawab. Kedua, penyempurnaan kebijakan pengembalian barang dan prosedur klaim kerugian harus dilakukan untuk melindungi pelaku usaha dari kerugian yang disebabkan oleh barang yang gagal terkirim atau dikembalikan oleh konsumen. Percepatan proses klaim dan pemberian kompensasi yang memadai akan sangat membantu dalam mengurangi dampak finansial bagi pelaku usaha. Terakhir, edukasi konsumen terkait kewajiban pembayaran COD dan konsekuensi hukum yang ditimbulkan jika kewajiban tersebut tidak dipenuhi menjadi langkah penting untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan konsumen dalam bertransaksi.

Implementasi rekomendasi-rekomendasi tersebut diharapkan dapat menciptakan perlindungan hukum yang lebih baik bagi pelaku usaha, yang pada gilirannya akan memperkuat kepercayaan antara konsumen dan penjual serta mendukung keberlanjutan bisnis di platform e-commerce. Dalam jangka panjang, hal ini akan memperkuat posisi Shopee sebagai platform yang mendukung perlindungan hak konsumen sekaligus menjaga kepentingan pelaku usaha.

Sebagai penutup, temuan penelitian ini menegaskan pentingnya perlindungan hukum yang efektif bagi pelaku usaha dalam menghadapi masalah transaksi COD. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar penelitian lebih mendalam dilakukan terkait dampak sosial dan ekonomi yang lebih luas dari transaksi COD yang tidak selesai, serta pengembangan kebijakan yang lebih komprehensif dalam mengatur hubungan antara platform e-commerce, pelaku usaha, dan konsumen. Keberhasilan perlindungan hukum ini bergantung pada keterlibatan aktif semua pihak Shopee, pelaku usaha, dan konsumen dalam menciptakan ekosistem transaksi yang lebih transparan, aman, dan adil bagi semua pihak.

REFERENSI

- Barkatullah, Abdul Halim. *Framework Sistem Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*. Nusa Media, 2017.
- Chakti, Gunawan. *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital*. Vol. 1. Celebes Media Perkasa, 2019.
- Habeahan, Besty, and Aurelius Rizal Tamba. "Perlindungan Hukum Pembeli Dalam Perjanjian Jual Beli Melalui Sistem Elektronik." *Nommensen Journal of Legal Opinion*, 2021, 47–54.
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (n.d.).
- Marlinton, Lia, Febri Rahmanto, Tika Amanda, and Siti Zamala. *Hukum Perbandingan Konstitusi*. CV. Ruang Tentor, 2023.
- Muhammad Khadafi. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce (Studi Kasus e-Commerce Melalui Sosial Media Instagram)." UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016.
- Nugrahaningsih, Widi, and Mira Erlinawati. "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Online." *Surakarta: CV Pustaka Bengawan*, 2017.
- Rakhmawati, Nur Aini, Adinda Ayudyah Rachmawati, Ardha Perwiradewa, Bagus Tri Handoko, Muhammad Reza Pahlawan, Rafika Rachmawati, Ludia Rosema Dewi, and Ahmad Naufal. "Konsep Perlindungan Hukum Atas Kasus Pelanggaran Privasi Dengan Pendekatan Perundang-Undangan Dan Pendekatan Konseptual." *Justitia Jurnal Hukum* 3, no. 2 (2019).
- Rohendi, Acep. "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Perspektif Hukum Nasional Dan Internasional." *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 3, no. 2 (2015): 474–88.
- Shopee.id. "Pusat Bantuan: Keamanan Dalam Bertransaksi." <https://help.shopee.co.id/portal/4/category/18-Informasi-Umum/436-Keamanan-dalam-Bertransaksi/page=1>, February 1, 2024.
- Sulistianingsih, Dewi, Melliniarini Dibura Utami, and Yuli Prasetyo Adhi. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Sebagai Tantangan Bisnis Di Era Global." *Jurnal Mercatoria* 16, no. 2 (2023): 119–28.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (n.d.).
- Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (n.d.).
- Undang-undang (UU) Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (n.d.)