



Perlindungan Hukum Konsumen atas Ajuan Komplain terhadap Kesalahan Pengiriman Barang oleh Pelaku Usaha pada Aplikasi Shopee

Syifa Rana Tsary*, Rian Saputra

Universitas Slamet Riyadi

DOI:

<https://doi.org/10.47134/ijlj.v3i2.4932>

*Correspondence: Syifa Rana Tsary

Email: syifa.rana.tsary@gmail.com

Received: 23-10-2025

Accepted: 23-11-2025

Published: 23-12-2025



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan mengenai dampak dari semakin mudahnya proses perdagangan secara virtual melalui *platform online* yang memberikan manfaat bagi konsumen terkait efisiensi waktu, tenaga dan biaya. Namun, kerap terjadi kendala, salah satunya kelalaian yang dilakukan pelaku usaha atas kesalahan dalam proses pengiriman barang. Metode yang digunakan yaitu normative dengan mengkaji isu hukum dan bahan-bahan hukum serta literatur. Adapun hasil penelitian ini adalah standar operasional prosedur yang dimiliki *platform* Shopee memudahkan konsumen untuk memesan barang yang diinginkannya dengan prosedur yang simple dan tidak bertele-tele termasuk tata cara pembayaran. Apabila konsumen menerima barang yang salah atau tidak sesuai pesannya, Shopee memberikan solusi kepada konsumen untuk mengajukan pengembalian dana saja atau pengembalian barang dan dana.

Kata Kunci: Transaksi Elektronik, Perlindungan Hukum Konsumen, Aplikasi Shopee

Pendahuluan

Aktivitas masyarakat tidak lepas dari teknologi canggih berdampak di berbagai sektor, salah satunya di bidang bisnis dan perdagangan. Di Indonesia, ekonomi digital telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan negara (Aisya & Urumsah, 2021). Kemajuan ini membawa pengaruh terhadap gaya hidup masyarakat termasuk dalam hal berbelanja, semula dilakukan konvensional atau tatap muka, kini dengan adanya *electronic commerce (e-commerce)* berbasis internet memberikan kemudahan masyarakat untuk berjual beli secara *online*.

Hadirnya *platform e-commerce* memberikan dampak positif bagi masyarakat untuk lebih menghemat waktu, tenaga dan biaya, dengan tidak perlu mendatangi toko secara langsung. *E-commerce has a significant role in changing commerce's face in previously conventional (sale and purchase between business actor and customer face to face, switch to electronic that indirectly or without face to face. Due to the traditional trade assumed old, e-commerce provides conveniences for customers to keep their needs without going out; just access via gadget connecting to the internet and then choose a platform or website (Tsary, 2022).*

Hampir seluruh kebutuhan masyarakat dapat dijumpai di *e-commerce*. Menariknya, *e-commerce* menawarkan berbagai macam promo mulai dari diskon, *cashback*, hingga gratis biaya pengiriman yang semakin menguntungkan konsumen. Dengan demikian, niat untuk terus menggunakan aplikasi elektronik secara langsung dipengaruhi oleh manfaat dan kepuasan, kemudian kepuasan dipengaruhi oleh konfirmasi, dan konfirmasi mempengaruhi manfaat yang dirasakan (Kholid et al, 2018). *Apart from that, e-commerce also allows business actors to expand their market reach. Through online platforms, products and services can be reached by consumers throughout Indonesia and even abroad, which was previously difficult to achieve using conventional trading methods. However, on the other hand, the development of e-commerce also raises various new challenges in consumer protection (Ferdhiyanto et al, 2025).*

Di samping banyaknya kelebihan dalam penggunaan *e-commerce*, rupanya juga ditemukan sisi kekurangannya. *However, online transactions also has disadvantages, namely being vulnerable to fraud and product counterfeiting detrimental to consumers (Anggraeni et al, 2022). Issues such as online fraud, data abuse, and low product transparency are still rampant, exacerbated by weak law enforcement mechanisms and cross-border cooperation (Harahap, 2019) (Hassan & Imran, 2021).* Adapun di dalam system pengelolaan perdagangan elektronik, penjual hanya mengunggah foto produk disertai deskripsi atau keterangan jelas tentang produk tersebut. Hal ini akan membuat pihak konsumen berspekulasi, apakah produk tersebut mempunyai kualitas bagus atau sebaliknya. Terdapat beberapa faktor penyebab produk *e-commerce* memiliki kualitas yang kurang memuaskan. Misalnya, perbedaan gambar dan informasi produk yang termuat dalam iklan, entah disengaja atau tidak yang dibuat sedikit berlebihan oleh penjual agar dapat menarik minat beli konsumen. Selain itu, pengiriman juga dapat menjadi masalah apabila paket produk memperoleh penanganan yang kurang tepat dari pihak ekspedisi, sehingga produk sampai ke tangan konsumen dalam kondisi cacat atau rusak. Ada pula toko yang tidak melewati proses *quality control* (QC) sebelum mengirimkan produknya atau lalai melakukan tahap QC sehingga meloloskan produk yang tidak sesuai standar kualitas.

Meskipun demikian, apapun faktor kendalanya, kualitas produk tetap menjadi kunci utama dalam menentukan kepuasan konsumen. Semakin baik kualitas produk, akan semakin mampu memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk (Hidayat, 2009). Menurut Hossain et al (2018), kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, demi mencapai kepuasan konsumen serta memenangkan loyalitas pelanggan dalam persaingan bisnis, banyak toko *online* yang kemudian memberikan layanan garansi pengembalian produk sebagai jaminan kualitas terhadap produk yang dijualnya.

Faktor-faktor di atas menjadikan *platform e-commerce* sebagai inovasi yang berpotensi merugikan pelanggan. Penipuan atau penyimpangan adalah masalah paling signifikan yang perlu ditangani dalam skala yang jauh lebih besar. Pelanggan melaporkan ketidakpuasan dengan layanan dan produk yang disediakan oleh penjual. Meskipun terdapat beberapa peraturan perundang-undangan tentang perlindungan konsumen dan jual beli secara elektronik, masih terdapat celah hukum yang dapat dimanfaatkan oleh

pihak tidak bertanggungjawab untuk menghindari tanggungjawab atas kelalaian dan kesalahannya (Arlina, 2018).

Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: Bagaimana prosedur pemesanan barang pada aplikasi Shopee dan bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen yang tidak menerima barang atas pesannya di aplikasi Shopee?

Metodologi

Metode normatif yaitu mengkaji hukum sebagai seperangkat kaidah atau aturan guna mengkaji dan menganalisis objek penelitian didasarkan pada bahan hukum primer (peraturan perundang-undangan), bahan hukum sekunder (karya ilmiah, jurnal, buku, dokumen dan literatur lain), dan bahan hukum tersier (kamus hukum), untuk menginventaris norma dan hukum positif yang berlaku (Waluyo, 1991).

Hasil dan Pembahasan

1. Prosedur pemesanan barang pada aplikasi Shopee

Teknologi informasi menawarkan keuntungan memperluas pangsa pasar di seluruh dunia tanpa harus melakukan perjalanan ke negara lain atau mengirim orang untuk memasarkannya. *People's lives can be drastically altered by technological advances, particularly in the areas of telecommunications, multimedia, and information. The evidence shows that the internet has had a significant impact on economic development at all levels, from the micro to the macro* (Sumadi, 2016). Pasal 1 ayat (2) Undang-undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UU ITE) menjelaskan "Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer dan/atau media elektronik lainnya."

Salah satu kegiatan di zaman modern ini yang termasuk dalam transaksi elektronik adalah jual beli secara *online*. *E-commerce* merupakan konsep jual beli atau pertukaran barang, jasa, dan informasi melalui jaringan internet. Seiring berjalannya waktu, menjadi aktivitas dengan *web trading term*, pembelian barang atau jasa menggunakan *world wide web* (www) dengan server yang aman, protokol server khusus yang menggunakan enkripsi untuk melindungi data pelanggan. Kemajuan ini menjadi faktor utama berkembangnya metode bisnis dan perdagangan. Menurut Pasal 1 angka (2) Peraturan Pemerintah Nomor 80 tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (selanjutnya disebut PP PMSE), "Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang selanjutnya disingkat PMSE adalah perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik."

Pada umumnya setiap industri memiliki standar operasional prosedur (SOP), dimulai dari pengolahan bahan hingga menjadikan suatu barang tersebut diterima konsumen. Di era revolusi industri 4.0, seluruh SOP memakai mekanisme cerdas dan mampu berkembang di banyak sector, hal itu mempengaruhi meningkatnya transaksi bisnis khususnya jual beli berbasis *online* (Hendarsyah, 2019).

Di Indonesia terdapat banyak aplikasi *e-commerce* yang dibentuk guna memudahkan masyarakat untuk mencari berbagai macam kebutuhan hidup, mulai dari produk

kesehatan, kecantikan, elektronik, dekorasi rumah, dan lain sebagainya. *Now e-commerce is not only carried out through public platforms but has begun to transform into a marketplace that becomes explicitly a place for buying and selling transactions with various methods and features that make it easier for consumers to find and fulfill their life needs. Marketplace, as a trusted third party in practice, will act as a guarantor of security and consumer protection by providing a joint account feature, in which after the consumer makes a payment by transfer via the virtual marketplace account, the disbursement of funds will be forwarded to the business actor after the consumer receives the goods or services provided—ordered in good condition. The existence of a joint account offers a high sense of trust for consumers when they want to transact online; in addition to making the process easier, it also ensures that consumers can apply for a refund if the goods are not received or are received in conditions that do not match the product description. Thus, if there is a loss, the consumer has a place to complain so that the parties involved in the transaction are not only consumers and business actors but also the marketplace (Tsary, 2022). If all transactions are carried out online, the parties involved consist of (Khairo, 2022):*

- a. *Seller/merchant is a company/producer that sells items online. A seller/merchant must open a merchant account with a bank in order to accept credit card payments from buyers.*
- b. *Buyers/card holders desire to buy things (goods or services) online. Online shoppers might be people or businesses. If the consumer is an individual, the payment method utilized must be considered, whether it is a credit card or manual/cash. This is crucial to know because not all online shoppers have credit cards. A credit card holder is a person whose name appears on a credit card issued by the issuer.*
- c. *Intermediary/Acquirer is a billing and payment intermediary (between the seller and the issuer) (between the holder and the issuer). A billing middleman transfers billing to the issuer depending on the incoming bill from the seller. The bank is the payment middleman between the cardholder and the card issuer. The receiving bank will transmit the funds to the credit card issuer.*
- d. *A credit card issuer is a firm that issues cards or accepts payments online. Banks and non-bank financial entities are allowed to issue credit cards in Indonesia. a. non-banking corporations that enter into agreements with foreign corporations; b. corporations that establish international branches of their parent corporation.*
- e. *Providers of payment gateway services and, in certain circumstances, cardholders are certified by impartial third parties.*

Salah satu aplikasi yang banyak digunakan adalah Shopee. Masyarakat dapat mengunduh aplikasi ini di Google PlayStore atau AppStore, kemudian membuat akun baru, dan dapat langsung memanfaatkan fitur-fiturnya. Halaman beranda akan menampilkan berbagai produk rekomendasi, produk viral keluaran terbaru, maupun produk dengan penjualan terbanyak. Seluruh penjual bersaing untuk mempromosikan barang dagangannya dengan menawarkan aneka ragam produk dengan harga miring, *voucher* potongan harga maupun hadiah gratis.

Istilah lain dari penjual, menurut Pasal 1 ayat (3) Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK), “Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam

wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.”

It encompasses the protection of consumers' personal data, as well as endeavors to prevent fraud and information breaches. It is incumbent upon businesses to create an environment wherein consumers feel secure and protected throughout their online transactions. This entails respecting the confidentiality of consumer data and establishing secure transactional platforms (Widijowati, 2023). Pelaku usaha mempunyai kewajiban sebagaimana tercantum dalam Pasal 7 UUPK;

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

So, every business person Those who market products or services via e-commerce must comply with regulations valid, ensure transaction security, and comply with trading regulations applicable electronics (Badruzaman, 2025). Kewajiban pelaku usaha menurut Pasal 9 UU ITE adalah “Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik, harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen dan produk yang ditawarkan.”

Menurut Mariam Darus Badrul Zaman, setiap orang yang menggunakan produk dan layanan secara nyata dan otentik yang memenuhi syarat dianggap sebagai konsumen. Para ahli hukum sepakat bahwa konsumen diartikan sebagai pengguna akhir suatu produk dan/atau jasa (*uiteindelijke gebruiker van goederen en diensten*) yang diberikan oleh pelaku usaha (*ondernemer*) (Bushtomy, 253). Menurut Pasal 1 ayat (2) UUPK, “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.” Dalam Pasal 4 UUPK terdapat poin-poin mengenai hak-hak yang wajib didapatkan oleh konsumen, yakni:

- a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;

- d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Di samping adanya hak, sudah pasti konsumen juga memiliki kewajiban yang harus dilaksanakan, yang tertuang di dalam Pasal 5 huruf (a) dan (b) UUPK: “membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan. Serta, beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.”

Setelah memahami hak dan kewajiban masing-masing pihak, jual beli secara *online* dapat berlangsung lancar tanpa harus merugikan salah satunya. Bagi masyarakat yang hendak membeli barang di *platform e-commerce*, misalnya Shopee, berikut langkah-langkah untuk memesan barang yang diinginkan:

- a. Buka aplikasi Shopee dan cari produk yang ingin dibeli.
- b. Pada halaman produk, pilih warna dan ukuran yang diinginkan, lalu klik “Tambahkan ke keranjang”, dan ulangi langkah ini jika hendak memesan beberapa produk dengan variasi yang berbeda-beda.
- c. Setelah variasi yang dipesan sudah masuk dalam keranjang belanja, klik tombol “checkout” untuk melanjutkan ke proses pembayaran. Adapun pembayaran dapat dilakukan dengan berbagai macam metode, yaitu Shopeepay, transfer bank (*virtual account*), *Cash on Delivery* (COD), kartu kredit/debit, ShopeepayLater, dan pembayaran di gerai ritel (Alfamart atau Indomaret), konsumen dapat memilih salah satunya.
- d. Setelah proses bayar selesai, konsumen tinggal menunggu sampai barang diterimanya. Adapun pada kolom pelacakan paket, konsumen dapat melihat estimasi perkiraan barang akan diterima dalam berapa hari.

2. Perlindungan hukum bagi konsumen yang tidak menerima barang atas pesannya pada aplikasi Shopee

If it is related to online buying and selling, it will be quite interesting. Because only through social media can people carry out buying and selling activities without having to meet directly between sellers and buyers for the continuity of transaction activities. And with the existence of social media, someone who is busy with work can carry out these activities just by using the gadgets that are available and making transactions anywhere is very easy to meet their daily needs. So this is what can lead to an agreement or agreement being established through social media (Muzakki & Suraji, 2024).

Praktik transaksi elektronik perlu memperhatikan prinsip-prinsip agar pelaksanaannya tidak menyimpang dan merugikan salah satu pihak, menurut Pasal 3 PP PMSE, prinsip-prinsip tersebut yaitu prinsip itikad baik, prinsip kehati-hatian, prinsip transparansi, prinsip keterpercayaan, prinsip akuntabilitas, prinsip keseimbangan serta prinsip adil dan sehat. Dalam transaksi elektronik berlaku pula kontrak elektronik sebagai bentuk perjanjian antara para pihak yang dibuat melalui Sistem Elektronik. Adapun dijelaskan dalam Pasal 52 PP PMSE, kontrak elektronik sah dan mengikat para pihak jika:

- a. Sesuai dengan syarat dan kondisi dalam penawaran secara elektronik.
- b. Informasi yang tercantum dalam kontrak elektronik sesuai dengan informasi yang tercantum dalam penawaran secara elektronik.
- c. Terdapat kesepakatan para pihak, yaitu syarat dan kondisi penawaran yang dikirimkan oleh pihak yang menyampaikan penawaran, diterima dan disetujui oleh pihak yang menerima penawaran.
- d. Dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- e. Terdapat hal tertentu.
- f. Objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum.

Umumnya, kontrak elektronik berbentuk perjanjian baku yang telah dibuat atau ditentukan lebih dulu oleh pihak *platform e-commerce* atau pelaku usaha, konsumen hanya diberi opsi untuk menyetujui dengan cara menconteng kolom “setuju” atau menutup perjanjian tersebut jika merasa tidak cocok dengan isinya. Jual beli yang dilakukan melalui *e-commerce* tidak membutuhkan surat perjanjian tertulis sebagai wujud kesepakatan, prosedurnya jauh lebih mudah ketika konsumen hanya perlu memasukkan barang dalam keranjang, lalu meneruskan proses pembayaran hingga berhasil. Demikian itu sudah dianggap sebagai bentuk sepakat antara konsumen dengan pihak penjual. Perlu dipahami Pasal 53 ayat (2) PP PMSE menyatakan bahwa, “Kontrak Elektronik dilarang mencantumkan klausula baku yang merugikan Konsumen sebagaimana diatur dalam Undang-Undang mengenai Perlindungan Konsumen.”

Konsumen yang telah menuntaskan kewajibannya, tinggal menunggu hingga barang yang dipesan tiba. Menurut Pasal 63 ayat (2) PP PMSE, “Pengiriman Barang dan/atau Jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat dilakukan dengan menggunakan jasa kurir atau dengan menggunakan mekanisme pengiriman Barang dan/atau Jasa lainnya sesuai dengan standar pengiriman Barang dan/atau Jasa sebagaimana diatur oleh ketentuan peraturan perundang-undangan.”

Namun, praktik jual beli *online* tidak selalu berjalan mulus, kerap ditemukan berbagai kendala dalam pelaksanaannya. Salah satunya, kesalahan pengiriman barang karena kecerobohan pelaku usaha, bisa jadi disebabkan faktor situasional, alat produksi, lingkungan produksi dan lain-lain, atau faktor konsumen yang tidak teliti dalam membaca spesifikasi atau detail barang termasuk murni kesalahan individunya yang kurang terampil. (Salsabila & Safrina, 2022). Meskipun begitu, sejatinya kedudukan konsumen dengan pelaku usaha tidaklah sama, karena konsumen cenderung dianggap sebagai pihak

yang lebih lemah, sehingga perlu diperhatikan mengenai hak-haknya. Perkembangan ekonomi yang terjadi saat ini mendorong tumbuhnya sektor perdagangan, mengakibatkan pelaku usaha memiliki posisi yang lebih kuat sedangkan konsumen berada diposisi yang lemah. Menghadapi hal ini, seringkali konsumen dipaksa untuk menerima suatu produk/jasa, meskipun tidak sesuai dengan keinginannya (Christiana, et al, 2024). Pasal 1 ayat (1) UUPK menjelaskan “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.”

Pasal 2 UUPK menyebutkan tentang asas-asas dalam perlindungan konsumen yakni asas manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. maka sudah tentu tindakan memberikan perlindungan itu harus didasari adanya keadilan bagi para pihak yaitu konsumen dan pelaku usaha,

Maraknya permasalahan pengiriman barang dalam jual beli *online* menunjukkan perlunya perlindungan hukum yang kuat bagi konsumen. Perlindungan hukum ini diperlukan untuk memastikan bahwa hak-hak konsumen terlindungi dan mendapatkan keadilan dalam menyelesaikan sengketa dengan penjual atau *platform e-commerce*. *Legal protection is the protection of dignity, as well as recognition of human rights that are owned by legal subjects based on legal provisions or as a collection of rules or rules that will be able to protect something from other things. With regard to consumers, it means that the law provides protection against consumer rights from something that result in not fulfilling these rights. The key to legal protection for consumers is that consumers and businesses need each other. Production is meaningless if no one consumes it and or uses it and products that are consumed safely and satisfactorily, will in turn be free promotions for business actors. Rights and obligations arising from the legal relationship must be protected by law, so that people feel safe in carrying out their interests. This shows that legal protection can be interpreted as a guarantee or certainty that someone will get what have become their rights and obligations, thus it will make the person feels safe.* (Rahman & Suparto, 2019)

UUPK menyebutkan bahwa perlindungan konsumen adalah seluruh rangkaian peraturan perundang-undangan tentang hak dan kewajiban konsumen dan produsen yang timbul dari usaha konsumen dan produsen untuk memenuhi kebutuhannya serta mengatur terwujudnya perlindungan hukum bagi kepentingan konsumen. Adanya upaya melindungi konsumen mempunyai tujuan sebagaimana tertuang dalam Pasal 3 UUPK:

- a. meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d. menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha;

- f. meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen

Consumer protection organizations have the opportunity to play an active role in safeguarding consumer rights, particularly through dispute resolution. Consumers who feel aggrieved can file a lawsuit against business actors either through dispute resolution bodies or through the general court system (Kusumawardana, 131:2024). Adanya pengaturan mengenai penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha diatur dalam Pasal 45 ayat (2) UUPK, yaitu "Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa." Opsi penyelesaian sengketa di luar pengadilan dapat berupa:

- a. Mengajukan keluhan kepada Pusat Layanan Konsumen (CS) *e-commerce* melalui berbagai saluran seperti telepon, *email*, *live chat*, atau aplikasi *e-commerce*.
- b. Mengajukan keluhan kepada *e-commerce official store*.
- c. Mengajukan gugatan ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Sanctions for business actors who do not comply with the agreement in the transaction online is regulated based on legislation No. 8 of 1999 concerning Consumer protection based on electronic systems is as follows (Marique, 2019):

- a. *Administrative Sanctions: Business actors who violate consumer protection regulations, including provisions in online transactions, administrative sanctions may be imposed. These sanctions can take the form of: warning, administrative fine, or revocation of business license if violations continue.*
- b. *Fines and Compensation: Business actors who do not fulfill their obligations or cause losses to Consumers may be subject to fines and are required to pay compensation. The amount of the fine and Compensation can be determined based on the amount of loss experienced by consumers.*
- c. *Site or Platform Closure: If business actors violate trading regulations via electronic systems, e-Commerce organizers can impose sanctions in the form of site closure or the platform temporarily or permanently. One of the recent cases closure of online shopping platforms in Indonesia is a closure TikTok Shop because it is considered not to meet the requirements as a safe platform used in buying and selling transactions and violates its function as social media.*
- d. *Confiscation of Goods or Business Results : In some cases, goods or business results related to the violation may be confiscated by the competent authorities. For example, if a business actor sells fake products or do not match the description, the items may be confiscated.*
- e. *Criminal: Serious or structured violations may result in criminal action. Law The Consumer Protection Law gives law enforcers the authority to take action against business actors involved in fraudulent practices or acts against other laws.*
- f. *Additional Sanctions According to Other Regulations: In addition to sanctions regulated in the consumer protection law, business actors may also be subject to sanctions in accordance with other laws and regulations, depending on the type of violation committed. Several news platforms in Indonesia have reported various types of violations online transactions*

carried out by sellers, including selling fake goods, Information that does not match the product, and fraud that harms consumers.

Dalam kajian masalah ini, apabila terjadi kesalahan pengiriman paket, langkah awal yang bisa dilakukan oleh konsumen adalah menanyakan terlebih dahulu kepada kurir selaku pihak ekspedisi mengenai kesalahan yang terjadi (Bushtomy et al, 2024). Namun, jika kurir merasa sudah mengirimkan paket sesuai nomor pesanan (nomor resi), dan tidak ada kesalahan yang dilakukan olehnya, maka konsumen dapat mengajukan aduan *complain* langsung kepada penjual. Hal ini sesuai perintah Pasal 27 PP PMSE, bahwa “Pelaku usaha wajib menyediakan layanan pengaduan bagi konsumen, mencakup penyediaan informasi alamat dan nomor kontak pengaduan, prosedur pengaduan konsumen, mekanisme tindak lanjut pengaduan, petugas yang kompeten dalam memproses layanan pengaduan, serta jangka waktu penyelesaian aduan.” Sesuai dengan perintah Pasal 64 ayat (1) PP PMSE bahwa “Dalam setiap pengiriman Barang dan/atau Jasa yang menggunakan jasa kurir atau mekanisme pengiriman lainnya, Pelaku Usaha harus memastikan:

- a. keamanan Barang dan/atau Jasa;
- b. kelayakan kondisi Barang dan/Jasa;
- c. kerahasiaan Barang dan/atau Jasa;
- d. kesesuaian Barang dan/atau Jasa yang dikirim;
- e. ketepatan waktu pengiriman Barang dan/atau Jasa,

Sesuai kesepakatan transaksi Perdagangan Barang dan/atau Jasa melalui Sistem Elektronik.”

Pasal 53 ayat (1) huruf (g) PP PMSE, berbunyi: “Informasi dalam Kontrak Elektronik harus sesuai dengan penawaran dan memuat paling sedikit: Prosedur pengembalian Barang dan/atau Jasa dalam hal terjadi ketidaksesuaian antara Barang dan/atau Jasa yang diterima dengan yang diperjanjikan.”

Apabila ditemukan kesalahan pada pengiriman barang, yaitu pelaku usaha tidak mengirimkan barang sesuai pesanan konsumen di aplikasi Shopee, maka pihak Shopee menawarkan dua solusi yang dapat dipilih oleh konsumen, yaitu:

- a. Pengembalian barang dan dana.
- b. Pengembalian dana saja: opsi ini untuk alasan tidak menerima pesanan dan produk yang diterima tidak lengkap (konsumen dapat memasukkan jumlah pengembalian dana).

Jika konsumen hendak mengajukan komplain pengembalian barang atau dana atas dasar kesalahan pengiriman barang atas pesanan, ia dapat mengisi formulir elektronik dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Pada halaman depan Shopee, pilih menu Saya.
- b. Selanjutnya, pilih tab “Dikirim”, lalu klik Pesanan.
- c. Pilih pesanan yang salah kirim.
- d. Pilih ajukan pengembalian, kemudian pilih produk dan alasan yang tepat.

- e. Unggah foto atau video sebagai bukti bawah barang yang dikirim benar-benar salah, sertakan deskripsinya secara detail di bagian keterangan.
- f. Periksa Kembali informasi yang telah konsumen masukkan, lalu klik tombol “Kirim” untuk menyelesaikan proses pengajuan komplain.

Simpulan

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa kemajuan teknologi cenderung lebih banyak memberikan manfaat positif bagi manusia untuk menunjang kebutuhannya di berbagai sektor, salah satunya kemudahan melakukan transaksi *e-commerce*. Shopee merupakan *platform e-commerce* yang menawarkan beragam produk, apabila terjadi kelalaian pelaku usaha, seperti salah mengirim barang, Shopee akan membantu menjadi penengah untuk mencari solusi seadil-adilnya bagi kedua pihak. Penelitian ini memberikan gambaran implikasi hukum mengenai bentuk dan kedudukan konsumen atas transaksi elektronik yang senyatanya telah diupayakan oleh Pemerintah dalam hal memberikan solusi atas permasalahan di bidang perdagangan *online* yaitu dengan mengundang beberapa peraturan seperti UUPK, UU ITE dan PP PMSE, adanya aturan hukum tersebut diharapkan mampu ditegakkan secara efektif dan benar-benar menjamin perlindungan bagi konsumen.

Adapun rekomendasi dari hasil penelitian ini diharapkan SOP *e-commerce* dalam penanganan kasus kesalahan pengiriman barang dapat ditindak tegas dengan menjadi penengah antara konsumen dan pelaku usaha dengan cara membantu memberikan solusi dan jalan keluar atas permasalahan tersebut. Pihak *e-commerce* Shopee patut untuk menilai secara bijak dan adil tentang ajuan *complain* konsumen apabila benar-benar terjadi kesalahan tersebut, dengan demikian konsumen tidak akan merasa menyesal karena pernah membeli produk itu dan menjaga kepercayaan serta kepuasan konsumen atas penyelesaian masalah yang terjadi yang sesuai dengan yang diharapkannya.

Daftar Pustaka

- Aisya, N. N. & Dekar Urumsah, Determinan Intensi Retur Pembelian E-commerce di Indonesia: Model Konseptual, Proceeding of National Conference on Accounting & Finance, Universitas Islam Indonesia, Vol. 3, 1-12
- Anggraeni, Y, et.al. (2022). Business & E-Commerce Textbook. CV. Adanu Abimata
- Arlina, S. (2018). Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Produk Kosmetik (Pemutih Wajah) Yang Mengandung Zat Berbahaya Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. UIR Law Review, 2(1), 317-330
- Badruzaman, D. (2025). Legal Review of Consumer Protection in E-Commerce Transactions in Indonesia, Equality: Journal of Law and Justice, Vol. 2, No.1, Mei 2025, <https://jurnal.sinesia.id/index.php/Equality-JLJ/article/view/271/76>
- Bagaskara, G. & Kurniati, G. (2023). Perlindungan Konsumen Atas Kesalahan Pengiriman Barang Dalam Transaksi Jual Beli Online Pada Shopee (Hukum Perdata), Jurnal Ilmiah

- Wahana Pendidikan, Maret 2023, 9 (5), 236-244, DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.7733346>
- Bushtomy, M. A. et al. (2024). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Kesalahan Ekspediter Saat Kirim Paket Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, *Kultura: Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, dan Humaniora*, (2024), 2 (11): 249-271
- Christiana, C., Fitri, W., & Silviani, N. Z. (2024). Studi Komparasi Hukum Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online antara Indonesia dengan Malaysia. *PAMALI: Pattimura Magister Law Review*, 4(3), 279. <https://doi.org/10.47268/pamali.v4i3.2311>
- Ferdhiyanto, et al. (2025). The Impact of E-Commerce Development on The Implementation of Consumer Protection Law In Trade Law In Indonesia, *Journal of Social Research*, Vol. 4, No. 2, 2025, <https://ijsr.internationaljournalallabs.com/index.php/ijsr/article/view/2230/1353>
- Harahap, M. (2019). Tantangan Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, 26(1), 65–82.
- Hassan, M., & Imran, A. (2021). The effectiveness of data privacy laws in ecommerce: A comparative study. *International Journal of Law and Information Technology*, 29(2), 110–129.
- Hendarsyah, D. (2019). E-Commerce di Era Industri 4.0 Dan Society 5.0", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, Vol.8, No.2, Desember 2019.
- Hidayat, R. (2009). Pengaruh Kualitas Layanan Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 11(1): 59-72
- Hossain, A., Jamil, A. A. & Rahman, M. (2018). Exploring the key factors influencing consumers' intention, satisfaction and loyalty towards online purchase in Bangladesh. *International Journal of Economics and Financial Research*, 4 (7): 214–225.
- Khairo, F. (2022). Consumer Protection Policy for Conducting E-Commerce Transactions in Indonesia, *Journal of Governance*, Vol. 7, Issue 1, April 2022, <http://dx.doi.org/10.31506/jog.v7i1.14575>
- Kholid, M. N., Urumsah, & Hamdani, R. (2018). Expectation Confirmation Model in the Transportation Order Applications: Gender Differences. *Proceedings of the 31st International Business Information Management Association Conference (IBIMA)*: 4904–4914.
- Kusumawardana, M. Y. (2024). Legal Protection for Businesses in Consumers of Electronic Goods, *The International Journal of Law Review and State Administration*, Vol. 2., No. 4., 2024. <https://www.ijems.id/index.php/ijlrsa/article/view/155/134> , pg. 126-135

- Marique, E., & Marique. (2019). Sanctions on digital platforms: beyond the public-private divide. *Cambridge International Law Journal*,(2019). 8(2), 258-281.
- Muzzaki, A.S . & Suraji. (2024). Legal Protection of Consumers in E-commerce Through Social Media in Indonesia in the Industrial Era 4.0, *International Journal of Law, Crime and Justice*, Vol. 1., No. 3, September 2024, <https://doi.org/10.62951/ijlaj.v1i3.183>
- Rahman, D. M., & Suparto, S. (2019). Consumer Protection and Responsibility of Business Actors in Electronic Transactions (E-Commerce), *Acta Diurnal; Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan Fakultas Hukum Unpad*, Vol. 2, Number 2, 2019, <https://jurnal.fh.unpad.ac.id/index.php/acta/article/view/206/150>
- Salsabila, C. N. & Safrina. (2022). Perlindungan Konsumen Atas Kesalahan Pengiriman Barang Dalam Transaksi Jual Beli *Online* Pada Lazada, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Bidang Hukum Keperdataan, Fakultas Hukum Universitas Syiah Kuala*, Vol. 6 (4) November 2022 pp. 430-439
- Sumadi, H. (2016). Kendala dalam Menanggulangi Tindak Pidana Penipuan Transaksi Elektronik di Indonesia. *Jurnal Wawasan Yuridika*, 33(2), 175-203.
- Tsary, S. R. (2022). Legal Protection For Consumers Of Electronic Transactions (E-Commerce) By Pre-Order System (Case Study District Court Decree No: 629/Pdt.G/2020/Pn.Jkt.Sel), *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, Vol. 6, issue 9, 2022, page 159-164
- Tsary, S. R. (2022). Consumer Legal Protection On Electronic Transactions Through The Platform Without The Collective Account Features By Trusted Third Parties, *International Journal Of Multidisciplinary Research And Analysis*, Vol. 5, Issue 10, October 2022, page 2697-2704
- Waluyo, B. (1991). *Penelitian Hukum dalam Praktik*, Jakarta: Sinar Grafika
- Widijowati, Enhancing Consumer Protection in Electronic Commerce Transactions, *Research Horizon*, Vol. 3, No. 4, <https://journal.lifescifi.com/index.php/RH/article/view/137/108> , 2023.