PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE DI KOTA PALU

I Wayan Sujaniarta[1], Anak Agung Dewi Utari[2]

[1,2]*Universitas Terbuka*
E-mail : iwayansujaniartaiwayansujaniar@gmail.com

ABSTRACK

Online shopping provides convenience but also creates risks for consumers. Buyers may receive damaged products or items unlike their descriptions. Misleading information and failed deliveries can also cause financial losses. Obtaining refunds or compensation frequently presents further difficulties for buyers. This research examines consumer legal protection within Palu City's online transactions. It also identifies obstacles faced when consumers seek dispute resolution. A descriptive empirical legal design supports the qualitative research approach. Primary information came from interviews with ten affected Palu consumers. Secondary materials comprised relevant legal regulations and published scholarly literature. Researchers categorized and interpreted the collected information through thematic analysis. Findings reveal mismatches between product information and goods actually delivered. Complaint outcomes also differed between marketplaces and direct seller transactions. Consumers generally possessed limited knowledge of their rights and remedies. Marketplaces offered accessible complaints and procedures for returns or refunds. Improved legal education and clearer complaint procedures are therefore recommended. Greater business accountability also remains essential to protecting online consumers.

Keywords : *Legal Protection; Consumer; Online Commerce; Electronic Transactions; Palu City*

ABSTRAK

Transaksi jual beli daring mempermudah konsumen memperoleh beragam kebutuhan sehari-hari. Kemudahan tersebut masih disertai risiko kerugian dalam proses pembelian. Konsumen dapat menerima barang rusak atau berbeda dari deskripsi. Informasi menyesatkan dan kegagalan pengiriman juga sering menimbulkan persoalan. Penelitian ini mengkaji perlindungan hukum konsumen dalam transaksi daring Palu. Hambatan penyelesaian sengketa yang dialami konsumen turut menjadi perhatian utama. Pendekatan kualitatif digunakan melalui rancangan deskriptif yuridis empiris penelitian ini. Data primer dikumpulkan melalui wawancara terhadap sepuluh konsumen Kota Palu. Seluruh informan memiliki pengalaman menghadapi persoalan dalam transaksi jual beli. Data sekunder bersumber dari peraturan hukum dan literatur terkait. Analisis mencakup pemilahan data serta pengelompokan dan penafsiran tema. Temuan memperlihatkan ketidaksesuaian antara informasi penawaran dan barang yang diterima. Efektivitas penyelesaian sengketa berbeda antara pasar digital dan transaksi langsung. Pemahaman konsumen mengenai hak serta prosedur pengaduan masih terbatas. Platform perdagangan menyediakan fasilitas keluhan dan pengembalian barang maupun dana. Penguatan pendidikan hukum konsumen menjadi salah satu rekomendasi penting penelitian. Tanggung jawab penjual dan penyederhanaan prosedur pengaduan perlu ditingkatkan.

Kata Kunci : *Perlindungan hukum; konsumen; jual beli online; transaksi elektronik; Kota Palu*

PENDAHULUAN

Perdagangan elektronik mengubah hubungan antara konsumen dan pelaku usaha secara mendasar. Transaksi kini dapat berlangsung tanpa pertemuan langsung antara kedua pihak. Konsumen memilih produk dan membandingkan harga melalui layanan digital. Pembayaran dan penerimaan barang juga dapat dilakukan dari rumah. Perubahan tersebut membuka akses pasar bagi masyarakat yang lebih luas. Kesempatan memeriksa kondisi fisik barang justru menjadi semakin terbatas. Keputusan pembelian bergantung pada informasi yang tersedia melalui platform. Foto produk dan deskripsi menjadi sumber penilaian sebelum transaksi. Ulasan pembeli serta reputasi penjual turut memengaruhi keyakinan konsumen. Pertumbuhan perdagangan elektronik membutuhkan perlindungan yang mampu menjaga kepercayaan masyarakat.[1] Keamanan transaksi harus diperkuat untuk mendukung keberlanjutan kegiatan perdagangan digital.

Hubungan konsumen dengan pelaku usaha sering memperlihatkan ketimpangan penguasaan informasi. Penjual umumnya mengetahui kondisi barang lebih lengkap dibandingkan calon pembeli. Konsumen menentukan pilihan berdasarkan keterangan yang disediakan oleh pihak penjual. Keadaan tersebut dapat menempatkan konsumen pada posisi yang kurang menguntungkan. Perlindungan hukum diperlukan untuk mengurangi ketidakseimbangan dalam kegiatan perdagangan. Hak memperoleh informasi dan keamanan harus dipenuhi secara nyata. Kesempatan memilih produk serta memperoleh ganti rugi juga harus terjamin. Konsumen memerlukan jalur penyelesaian ketika menghadapi kerugian akibat transaksi. Perlindungan semakin penting karena transaksi elektronik berlangsung tanpa pemeriksaan langsung.[2] Sistem digital membatasi kemampuan pembeli mengetahui kondisi barang sebelum pembayaran.

Ketidaksesuaian barang dengan informasi penawaran sering menjadi sumber sengketa konsumen. Pembeli terkadang menerima produk berbeda dari barang yang diiklankan penjual. Perbedaan tersebut dapat berkaitan dengan wanprestasi dan tanggung jawab usaha. Konsumen berhak mengetahui keadaan produk secara benar sebelum melakukan pembelian. Penjual berkewajiban menyampaikan informasi jujur mengenai barang yang ditawarkan. Barang yang diserahkan juga harus sesuai dengan janji penjual. Deskripsi produk merupakan bagian penting dalam terbentuknya kesepakatan elektronik. Konsumen menyetujui pembelian berdasarkan keterangan produk yang ditampilkan sebelumnya. Perbedaan antara keterangan dan barang nyata tidak dapat diabaikan.[3] Persoalan tersebut memerlukan pertanggungjawaban penjual sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Persoalan informasi juga berkaitan dengan testimoni yang membentuk kepercayaan pembeli. Ulasan konsumen sering dijadikan dasar untuk menilai kredibilitas suatu produk. Testimoni tidak benar dapat memengaruhi keputusan pembelian secara menyesatkan. Penyampaian informasi palsu bertentangan dengan kewajiban beritikad baik penjual. Perlindungan konsumen tidak cukup diberikan setelah kerugian benar-benar terjadi. Upaya pencegahan perlu dilaksanakan sebelum pembeli membuat keputusan transaksi. Verifikasi informasi menjadi langkah penting untuk mengurangi risiko penipuan. Konsumen juga perlu meningkatkan ketelitian ketika membaca keterangan produk. Pengawasan platform terhadap

[1] Wardhana, A. (2024). E-commerce in the digital edge: Edisi Indonesia. Eureka Media Aksara.
[2] Kusumadewi, Y., & Sharon, G. (2022). Hukum perlindungan konsumen. Lembaga Fatimah Azzahrah.
[3] Mawarni, K. S. P., & Danyathi, A. P. L. (2024). Perlindungan hukum terhadap konsumen jual beli online terkait barang tidak sesuai dengan iklan. Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum, 12(7), 1685–1694.

informasi penjualan perlu dilakukan secara berkelanjutan.[4] Ketepatan informasi merupakan unsur penting dalam perlindungan pembeli secara digital.

Perdagangan elektronik tetap menciptakan hubungan hukum antara penjual dan pembeli. Hubungan tersebut melahirkan hak serta kewajiban bagi masing-masing pihak. Keabsahan perjanjian perlu diperhatikan meskipun transaksi berlangsung melalui internet. Kewajiban para pihak tetap berlaku dalam pelaksanaan transaksi tersebut. Pembatalan transaksi juga memiliki konsekuensi hukum yang harus dipenuhi.[5] Perselisihan dapat diselesaikan melalui prosedur sesuai ketentuan hukum terkait. Perubahan media perdagangan tidak menghapus tanggung jawab dalam perjanjian. Ekonomi digital menuntut penerapan transparansi dan kepatuhan pelaku usaha. Pengelolaan risiko juga diperlukan untuk membangun transaksi yang adil.[6] Perkembangan teknologi perlu disertai jaminan kepastian hukum bagi konsumen.

Kerugian transaksi sering diikuti kesulitan memperoleh penyelesaian dari pihak penjual. Konsumen memerlukan akses pengaduan yang dapat digunakan secara nyata. Sengketa akibat wanprestasi dapat ditangani melalui proses litigasi maupun nonlitigasi. Keberadaan peraturan belum menjamin konsumen mudah mendapatkan pemulihan kerugian. Pemahaman mengenai prosedur pengaduan memengaruhi kemampuan konsumen menggunakan haknya. Pengawasan terhadap pelaku usaha daring juga masih menghadapi sejumlah hambatan. Pelaksanaan penegakan hukum belum selalu memberikan hasil yang optimal. Kesulitan tersebut memperlihatkan kesenjangan antara aturan dan pelaksanaan perlindungan. Konsumen membutuhkan mekanisme yang jelas ketika menghadapi transaksi bermasalah.[7] Akses penyelesaian menjadi bagian penting dalam penerapan perlindungan hukum.

Perdagangan berbasis platform menghadirkan cara baru untuk melindungi konsumen digital. Fitur pengaduan memberikan kesempatan menyampaikan masalah langsung melalui aplikasi perdagangan. Sistem pengembalian barang dan dana dapat membantu menyelesaikan sengketa. Mekanisme penyelesaian secara elektronik juga semakin berkembang dalam praktik perdagangan. Perlindungan mencakup kewajiban penjual serta tanggung jawab pengelola platform. Perjanjian elektronik dan keamanan data turut menjadi perhatian hukum. Informasi menyesatkan serta testimoni palsu juga membutuhkan pengawasan memadai. Penyelesaian sengketa tidak lagi hanya bergantung pada proses pengadilan. Efektivitas layanan tetap ditentukan oleh kemudahan akses bagi pengguna. Kesediaan pelaku usaha memenuhi kewajiban turut memengaruhi keberhasilan penyelesaian.

Lima penelitian jurnal terkait umumnya menggunakan pendekatan hukum bersifat normatif. Pembahasannya berfokus pada perlindungan konsumen dalam konteks perdagangan nasional. Topik penelitian meliputi ketidaksesuaian barang dengan informasi iklan penjual. Kajian lain membahas wanprestasi serta penggunaan testimoni yang tidak benar. Perlindungan dalam transaksi elektronik dan kesesuaian deskripsi juga dibahas. Penelitian terdahulu memberikan

[4] Yunizar, J., & Suraji. (2025). Perlindungan hukum konsumen terhadap testimoni palsu dalam e-commerce di Indonesia dan upaya preventifnya. Privat Law, 13(1), 127–135.

[5] Masri, E., Handayani, O., Dhianty, R., & Wahyuni, S. (2023). Buku ajar hukum perlindungan konsumen. CV Jakad Media Publishing.

[6] Marmen, J., & Mulya, J. (2025). Pengantar hukum bisnis di era digital: Perspektif governance, risk, and compliance. Publica Indonesia Utama.

[7] Prabowo, M. S., & Sulistianingsih, D. (2026). Perlindungan konsumen dalam era digital: Tantangan dan kebijakan. PT Media Penerbit Indonesia.

landasan yuridis bagi kajian perlindungan konsumen. Pengalaman khusus konsumen Kota Palu belum tergambarkan secara mendalam. Pemahaman terhadap hak dan pilihan pengaduan masih memerlukan pengkajian. Pengalaman memperoleh pemulihan juga menjadi aspek yang belum banyak dijelaskan. Penelitian ini menggunakan pendekatan empiris untuk mengisi kebutuhan tersebut. Fokus kajian mencakup praktik perlindungan sebagaimana dialami konsumen secara langsung.

Penelitian ini memusatkan perhatian pada perlindungan konsumen transaksi daring Palu. Bentuk perlindungan hukum menjadi fokus utama yang dianalisis dalam penelitian. Hambatan konsumen ketika mengupayakan pemulihan juga ditelusuri secara mendalam. Mekanisme penyelesaian sengketa dikaji berdasarkan pengalaman kerugian para informan. Temuan diharapkan memberikan gambaran mengenai pelaksanaan ketentuan hukum terkait. Tanggung jawab penjual juga menjadi bagian penting dalam analisis. Peran *platform digital turut diperhatikan dalam proses penyelesaian perselisihan. Kemampuan konsumen menggunakan haknya menjadi unsur penilaian perlindungan nyata.*

METODE

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan rancangan deskriptif yuridis empiris. Pendekatan tersebut menggabungkan pengkajian aturan dengan pengalaman nyata konsumen. Ketentuan perlindungan konsumen ditelaah berdasarkan pelaksanaannya dalam transaksi daring. Wilayah penelitian difokuskan pada kegiatan jual beli di Kota Palu. Pengalaman kerugian konsumen menjadi salah satu pokok pengumpulan informasi. Perlindungan yang diterima juga ditelusuri melalui keterangan para informan. Peneliti mempelajari langkah penyelesaian yang pernah dilakukan konsumen terdampak. Kendala pemenuhan hak konsumen turut dianalisis berdasarkan hasil wawancara.

Lokasi penelitian berada di wilayah administratif Kota Palu Sulawesi Tengah. Subjek penelitian merupakan konsumen yang pernah melakukan pembelian secara daring. Informan dipilih berdasarkan pengalaman menghadapi permasalahan selama melakukan transaksi. Permasalahan tersebut dapat berupa ketidaksesuaian barang dengan deskripsi penjual. Keterangan produk yang keliru juga termasuk pengalaman yang ditelusuri. Keterlambatan pengiriman dan kesulitan pengembalian dana menjadi perhatian penelitian. Pengalaman kerugian lain yang terkait transaksi elektronik turut dipertimbangkan. Pemilihan informan dilakukan secara purposif berdasarkan kesesuaian pengalaman mereka. Pengetahuan informan harus berhubungan langsung dengan pokok permasalahan penelitian. Jumlah informan disesuaikan dengan kecukupan informasi selama proses pengumpulan. Kegiatan wawancara dilaksanakan sampai kebutuhan data penelitian dapat terpenuhi.

Penelitian memanfaatkan dua kelompok sumber berupa data primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung melalui wawancara semi terstruktur bersama informan. Pedoman wawancara membantu menjaga kesesuaian pertanyaan dengan fokus penelitian. Informan tetap diberi kesempatan menjelaskan pengalamannya secara lebih mendalam. Wawancara menggali pemahaman konsumen mengenai hak yang mereka miliki. Jenis kerugian yang dialami juga ditanyakan kepada setiap informan. Peneliti menelusuri tanggapan penjual maupun pengelola *platform terhadap keluhan. Saluran pengaduan dan hambatan penyelesaian turut diperiksa selama wawancara.*

Data sekunder dihimpun melalui penelusuran peraturan dan dokumen kepustakaan. Sumber tersebut berkaitan dengan perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik. Literatur penelitian mencakup lima artikel jurnal dan lima buku utama. Bahan hukum yang relevan digunakan untuk memperkuat penafsiran temuan. Pengalaman konsumen dibandingkan dengan kewajiban perlindungan menurut ketentuan hukum. Perbandingan membantu menjelaskan kesesuaian antara aturan dan praktik perdagangan.

Analisis dilakukan melalui beberapa tahap yang saling berkaitan secara sistematis. Peneliti terlebih dahulu memilih informasi yang relevan dengan masalah penelitian. Data terpilih dikelompokkan menjadi tema berdasarkan kemiripan pengalaman informan. Temuan kemudian disajikan untuk mempermudah penafsiran hubungan tersebut antarperistiwa. Informasi lapangan dibandingkan dengan peraturan serta hasil penelitian terdahulu. Keabsahan informasi diperiksa menggunakan beberapa sumber yang tersedia dalam penelitian. Hasil wawancara dicocokkan dengan dokumen dan referensi hukum terkait. Prosedur tersebut memastikan kesimpulan penelitian bertumpu pada informasi yang diperoleh.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian melibatkan sepuluh konsumen Kota Palu yang menghadapi persoalan transaksi. Informan memiliki pengalaman berbelanja menggunakan berbagai sarana digital yang tersedia. Sarana tersebut mencakup Shopee dan Tokopedia serta TikTok Shop. Lazada dan Blibli juga digunakan oleh sebagian informan penelitian. Beberapa responden melakukan pembelian melalui Instagram maupun aplikasi WhatsApp. Facebook Marketplace termasuk saluran perdagangan yang digunakan dalam pengalaman mereka. Wawancara dilaksanakan secara semi terstruktur menggunakan lima belas pertanyaan utama. Pertanyaan mencakup jenis kerugian dan pemahaman mengenai hak konsumen. Respons penjual dan peran platform dalam penyelesaian turut ditanyakan. Informan juga menjelaskan hambatan pengaduan serta harapan terhadap perlindungan.

Tabel 1. Pertanyaan Wawancara dan Ringkasan Jawaban Responden

No.	Aspek	Pertanyaan Wawancara	Ringkasan Jawaban 10 Responden
1	Frekuensi transaksi	Seberapa sering Anda melakukan transaksi jual beli secara online?	Frekuensi transaksi berbeda-beda, mulai dari satu kali dalam dua atau tiga bulan sampai dua atau tiga kali dalam seminggu. Beberapa responden berbelanja hampir setiap minggu, sedangkan sebagian lainnya hanya berbelanja ketika terdapat kebutuhan tertentu.
2	Platform transaksi	Platform atau media apa yang biasanya Anda gunakan untuk melakukan pembelian online?	Responden menggunakan Shopee, Tokopedia, TikTok Shop, Lazada, Blibli, Instagram, WhatsApp, dan Facebook Marketplace. Marketplace formal lebih banyak digunakan, tetapi beberapa responden masih melakukan transaksi langsung melalui media sosial dan aplikasi pesan.
3	Pengalaman masalah	Apakah Anda pernah mengalami	Seluruh 10 responden pernah mengalami masalah dalam transaksi jual beli online. Permasalahan terjadi

		masalah atau kerugian ketika melakukan transaksi jual beli online?	baik pada transaksi melalui marketplace maupun transaksi langsung melalui media sosial.
4	Bentuk kerugian	Masalah atau kerugian apa yang pernah Anda alami dalam transaksi tersebut?	Bentuk masalah meliputi warna barang tidak sesuai, barang elektronik rusak, barang tidak pernah dikirim, produk bocor, kapasitas barang berbeda, kondisi barang bekas tidak sesuai penjelasan, jumlah barang kurang, barang tiruan, serta ukuran produk yang salah.
5	Kesesuaian informasi	Apakah informasi, foto, atau deskripsi produk sesuai dengan barang yang Anda terima?	Sebagian responden menerima barang yang berbeda dari deskripsi, ukuran, kapasitas, warna, jumlah, kondisi, atau keaslian yang dijanjikan. Pada beberapa kasus jenis produk sesuai, tetapi kondisinya rusak atau bocor ketika diterima. Satu responden tidak dapat menilai kesesuaian karena barang tidak pernah dikirim.
6	Pemahaman hak konsumen	Apakah Anda mengetahui bahwa konsumen memiliki hak yang dilindungi oleh hukum?	Mayoritas responden memahami secara umum bahwa pembeli dapat melakukan komplain, meminta penggantian, atau menuntut barang sesuai pesanan. Namun, pemahaman terhadap dasar hukum dan prosedur perlindungan konsumen masih terbatas.
7	Respons awal konsumen	Apa yang pertama kali Anda lakukan setelah mengetahui adanya masalah dalam transaksi?	Responden umumnya menghubungi penjual dan mengumpulkan bukti, seperti foto barang, video kerusakan, bukti transfer, tangkapan percakapan, rincian pesanan, atau video pembukaan paket.
8	Tanggapan penjual	Bagaimana tanggapan penjual ketika Anda menyampaikan keluhan?	Tujuh responden akhirnya memperoleh respons yang mengarah pada penyelesaian meskipun beberapa penjual pada awalnya lambat atau menyangkal kesalahan. Tiga responden menghadapi penjual yang tidak bertanggung jawab, tidak dapat dihubungi, atau memblokir akun konsumen.
9	Peran platform	Apakah platform atau marketplace membantu menyelesaikan masalah yang Anda alami?	Tujuh responden yang menggunakan marketplace memperoleh dukungan melalui fitur komplain, pengembalian barang, mediasi, atau fasilitas penggantian. Tiga responden yang melakukan transaksi langsung melalui Instagram, WhatsApp, dan Facebook Marketplace tidak memperoleh mekanisme penyelesaian dari platform.

10	Ganti rugi	Apakah Anda memperoleh pengembalian uang, penggantian barang, atau bentuk ganti rugi lainnya?	Tujuh responden memperoleh bentuk pemulihan, berupa refund penuh, refund sebagian, penggantian barang, penukaran ukuran, atau pengiriman kekurangan barang. Tiga responden tidak memperoleh ganti rugi karena transaksi dilakukan langsung dan penjual tidak bertanggung jawab.
11	Mekanisme pengaduan	Apakah Anda mengetahui ke mana harus mengadu apabila masalah tidak dapat diselesaikan oleh penjual atau platform?	Sebagian besar responden hanya mengetahui layanan pengaduan marketplace. Empat responden secara khusus menyebut pernah mendengar BPSK, tetapi belum memahami prosedurnya. Beberapa responden mengetahui kemungkinan laporan kepada polisi, terutama jika terjadi penipuan.
12	Hambatan penyelesaian	Apa kendala yang Anda alami ketika mencoba menyelesaikan permasalahan tersebut?	Hambatan yang sering muncul adalah proses yang membutuhkan waktu, kewajiban menyediakan bukti, respons penjual yang lambat, identitas penjual yang tidak jelas, tidak adanya perantara penyelesaian, sulitnya menghubungi penjual, serta biaya tambahan untuk pengiriman barang kembali.
13	Penilaian terhadap perlindungan	Menurut pengalaman Anda, apakah perlindungan konsumen dalam transaksi online sudah mudah diperoleh?	Responden menilai perlindungan relatif lebih mudah apabila transaksi berlangsung melalui marketplace besar karena terdapat mekanisme komplain. Perlindungan dinilai jauh lebih sulit pada transaksi langsung melalui media sosial atau aplikasi pesan.
14	Perubahan perilaku	Setelah mengalami masalah, apakah ada perubahan dalam cara Anda berbelanja online?	Seluruh responden menjadi lebih berhati-hati. Bentuk kehati-hatian meliputi membaca ulasan, memeriksa reputasi toko, membuat video saat membuka paket, menyimpan bukti transaksi, memeriksa spesifikasi, menghindari transfer langsung, dan memilih toko atau marketplace yang menyediakan jaminan transaksi.
15	Harapan konsumen	Menurut Anda, apa yang perlu diperbaiki agar konsumen jual beli online di Kota Palu lebih terlindungi?	Responden mengharapkan edukasi mengenai hak konsumen, mekanisme pengaduan yang lebih mudah, penyelesaian sengketa yang lebih cepat, pengawasan lebih kuat terhadap penjual, tanggung jawab yang lebih tegas dari pelaku usaha, serta kerja sama pemerintah dan platform dalam melindungi konsumen.

Sumber: Data hasil wawancara, diolah peneliti.

Hasil wawancara memperlihatkan kerugian transaksi daring memiliki bentuk yang beragam. Barang tidak terkirim bukan satu-satunya masalah yang dialami oleh konsumen. Ketidaksesuaian informasi penawaran juga dapat menimbulkan kerugian bagi pembeli. Perbedaan warna dan ukuran produk termasuk masalah yang dilaporkan. Kapasitas serta jumlah barang terkadang tidak sesuai dengan pesanan. Keaslian produk juga menjadi sumber ketidakpuasan dalam transaksi elektronik. Ketepatan keterangan penjual sangat menentukan perlindungan terhadap kepentingan pembeli. Sebagian barang datang dalam keadaan rusak atau mengalami kebocoran. Kerugian tersebut dapat terjadi meskipun informasi penawaran sebelumnya sesuai.

Temuan memperlihatkan perbedaan hasil penyelesaian menurut saluran transaksi yang digunakan. Tujuh konsumen *marketplace berhasil memperoleh bentuk pemulihan atas kerugiannya. Responden R1 dan R2 mendapatkan pengembalian uang secara penuh. Responden R4 dan R9 menerima barang pengganti dari penjual. Responden R5 memperoleh pengembalian sebagian dana atas transaksi bermasalah. Responden R7 mendapatkan barang tambahan untuk melengkapi jumlah pesanan. Responden R10 menerima penukaran barang dengan tambahan biaya tertentu. Tiga responden transaksi langsung tidak memperoleh ganti rugi yang diharapkan. Responden R3 dan R6 termasuk konsumen tanpa pemulihan kerugian. Responden R8 mengalami keadaan serupa setelah pembelian melalui media sosial. Transaksi tersebut dilakukan langsung menggunakan Instagram maupun WhatsApp dan Facebook Marketplace.*

Perbedaan hasil tersebut menegaskan peran sistem pengaduan yang disediakan *platform. Marketplace mencatat riwayat transaksi dan menyediakan fasilitas penyampaian keluhan. Pengembalian barang maupun dana dapat diajukan melalui sistem perdagangan. Komunikasi antara penjual dan pembeli juga terdokumentasi pada aplikasi. Transaksi langsung lebih banyak bergantung pada kesediaan penjual bertanggung jawab. Konsumen menghadapi hambatan ketika pihak penjual menghentikan komunikasi secara sepihak. Identitas penjual yang tidak jelas semakin menyulitkan proses penyelesaian sengketa. Fasilitas platform memberi dukungan penting ketika pembeli mengalami masalah transaksi.*

Pemahaman mengenai hak konsumen juga menjadi aspek penting dalam temuan. Banyak informan mengenal hak pengaduan melalui pengalaman berbelanja secara daring. Mereka mengetahui kemungkinan meminta penggantian ketika barang tidak sesuai pesanan. Pengetahuan praktis tersebut belum mencakup seluruh jalur pengaduan resmi. Empat responden pernah mendengar keberadaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Pemahaman mereka mengenai prosedur lembaga tersebut masih tergolong terbatas. Informan lainnya hanya mengetahui layanan konsumen dalam aplikasi perdagangan. Sebagian juga mengenal kemungkinan melaporkan permasalahan tertentu kepada kepolisian.

Pengalaman menghadapi kerugian turut mengubah kebiasaan para konsumen saat berbelanja. Seluruh responden menyatakan bahwa mereka menjadi lebih berhati-hati setelah kejadian. Konsumen mulai membaca ulasan sebelum menentukan pilihan produk yang dibeli. Reputasi penjual dan rincian barang juga diperiksa secara lebih teliti. Kebijakan pengembalian turut diperhatikan untuk mengurangi risiko kerugian berikutnya. Sebagian informan menyimpan bukti transaksi serta merekam pembukaan paket. Pembeli lain menghindari pembayaran langsung kepada penjual yang tidak jelas. Pengalaman sengketa mendorong konsumen menyusun langkah pencegahan secara mandiri. Kehati-hatian tersebut diterapkan sebelum mereka melakukan transaksi *digital berikutnya.*

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan persoalan konsumen daring Palu berkaitan dengan informasi penjualan. Pembeli umumnya bergantung pada keterangan produk yang disampaikan penjual. Kondisi barang tidak dapat diperiksa langsung sebelum pembayaran dilakukan. Foto dan deskripsi menjadi bahan pertimbangan utama dalam keputusan pembelian. Ukuran serta kapasitas produk turut menjadi informasi yang diperlukan konsumen. Keaslian barang dan kondisi fisiknya juga harus dijelaskan secara benar. Ketidaksesuaian informasi menimbulkan persoalan pemenuhan tanggung jawab pelaku usaha. Kerugian tersebut bukan sekadar berkaitan dengan kepuasan terhadap barang. Barang yang berbeda dari iklan dapat menimbulkan persoalan wanprestasi.[8] Kesepakatan pembelian terbentuk berdasarkan informasi produk yang ditampilkan sebelumnya.[9] Penjual berkewajiban memenuhi kesesuaian antara penawaran dan barang yang dikirim.

Pengalaman responden menunjukkan ketidaksesuaian barang memiliki berbagai bentuk yang ditemukan. Perbedaan dapat terjadi pada warna dan ukuran produk yang diterima. Kapasitas serta jumlah barang juga terkadang tidak sesuai pesanan. Keaslian produk menjadi bagian lain dari persoalan informasi penjual. Ketepatan keterangan sangat penting karena konsumen belum menguasai barang. Perlindungan diperlukan sebelum kerugian dialami oleh konsumen dalam transaksi. Kedudukan konsumen tidak selalu seimbang dengan pihak yang menjual barang. Penjual memiliki informasi lebih lengkap mengenai produk yang diperdagangkan.[10] Hubungan jual beli tetap menimbulkan kewajiban bagi kedua pihak. Penyerahan barang saja belum cukup untuk memenuhi tanggung jawab penjual.[11] Produk yang dikirim harus sesuai dengan kesepakatan transaksi sebelumnya.

Kredibilitas penjual juga dinilai konsumen berdasarkan informasi yang mereka temukan. Responden menjadi lebih teliti membaca ulasan setelah mengalami kerugian. Reputasi toko dan foto pembeli lain turut mereka periksa. Tindakan tersebut merupakan bentuk pencegahan yang dilakukan konsumen secara mandiri. Keandalan ulasan tetap perlu diperiksa sebelum dijadikan dasar keputusan. Testimoni palsu berisiko menyesatkan calon pembeli dalam menentukan pilihan. Penjual wajib menyampaikan informasi jujur mengenai barang yang dipasarkan. Platform juga perlu mengawasi keterangan yang beredar dalam sistemnya.[12] Perlindungan akan lebih kuat melalui tanggung jawab bersama seluruh pihak.

Perbedaan penyelesaian sengketa menjadi temuan yang menonjol dalam penelitian ini. Konsumen marketplace umumnya memiliki saluran untuk mengajukan keluhan transaksi. Sistem dapat memfasilitasi pengembalian dana maupun penggantian barang bermasalah. Mediasi juga membantu pembeli memperoleh penyelesaian dari pihak penjual. Kondisi berbeda dialami konsumen yang bertransaksi langsung melalui media sosial. Penjual yang menghentikan komunikasi menyulitkan pembeli menuntut ganti rugi. Pengalaman tersebut terjadi melalui

[8] Mawarni, K. S. P., & Danyathi, A. P. L. (2024). Perlindungan hukum terhadap konsumen jual beli online terkait barang tidak sesuai dengan iklan. Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum, 12(7), 1685–1694.

[9] Fung, K., Immanuel, P. M., Firwandi, D., Lumbanbatu, T., & Saragi, P. (2026). Perlindungan hukum terhadap konsumen atas ketidaksesuaian barang dengan deskripsi dalam transaksi e-commerce di Indonesia. Honeste Vivere, 36(2), 152–162.

[10] Kusumadewi, Y., & Sharon, G. (2022). Hukum perlindungan konsumen. Lembaga Fatimah Azzahrah.

[11] Masri, E., Handayani, O., Dhianty, R., & Wahyuni, S. (2023). Buku ajar hukum perlindungan konsumen. CV Jakad Media Publishing.

[12] Yunizar, J., & Suraji. (2025). Perlindungan hukum konsumen terhadap testimoni palsu dalam e-commerce di Indonesia dan upaya preventifnya. Privat Law, 13(1), 127–135.

Instagram dan WhatsApp serta Facebook Marketplace. Keamanan transaksi menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan pembeli. Pencatatan pembayaran dan percakapan dapat memperkuat posisi konsumen terdampak.[13] Dokumentasi pengiriman serta pengaduan juga membantu proses pemeriksaan sengketa.

Keberadaan platform belum menjamin seluruh persoalan konsumen terselesaikan dengan baik. Beberapa informan mengeluhkan proses pengaduan yang memerlukan waktu cukup lama. Konsumen juga harus menyiapkan bukti untuk mendukung tuntutan mereka. Pengembalian barang terkadang menimbulkan biaya tambahan bagi pihak pembeli. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya mekanisme penyelesaian sengketa secara digital.[14] Pengelola platform perlu memperhatikan transparansi dan tanggung jawab pelayanan. Kepatuhan aturan serta pengelolaan risiko harus diperkuat secara berkelanjutan. Fasilitas pengaduan harus mudah digunakan oleh konsumen yang mengalami kerugian.[15] Prosedur penyelesaian sebaiknya tidak menambah beban akibat kesalahan penjual.

Penelitian menemukan perbedaan antara pengetahuan praktis dan pemahaman hukum konsumen. Mayoritas informan mengetahui bahwa barang bermasalah dapat diajukan komplain. Mereka juga memahami kemungkinan meminta penggantian barang yang tidak sesuai. Pengetahuan tersebut belum diikuti pemahaman prosedur penyelesaian di luar platform. Hanya sebagian konsumen mengenal Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen secara umum. Proses pengaduan kepada lembaga tersebut masih belum dipahami secara baik. Sengketa dapat diselesaikan melalui mekanisme litigasi maupun jalur nonlitigasi. Manfaat prosedur tersebut terbatas ketika konsumen tidak mengetahui cara mengaksesnya.[16] Pendidikan hukum menjadi kebutuhan penting bagi konsumen yang bertransaksi elektronik.

Konsumen yang mengalami kerugian perlu mengetahui pilihan penyelesaian sengketa tersedia. Bukti pembayaran harus disimpan untuk mendukung pengajuan keluhan kepada penjual. Percakapan transaksi dan deskripsi produk juga perlu didokumentasikan secara baik. Foto barang dapat memperjelas bentuk masalah yang dialami pembeli. Pengaduan awal dapat disampaikan langsung kepada pihak yang menjual produk. Fitur keluhan marketplace juga dapat digunakan bila transaksi dilakukan melalui platform. Konsumen dapat mempertimbangkan BPSK apabila pengaduan belum menghasilkan penyelesaian. Jalur pengadilan tersedia berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku bagi sengketa. BPSK menyediakan pilihan penyelesaian melalui konsiliasi maupun mediasi dan arbitrase. Edukasi hukum membantu konsumen memahami pilihan yang sesuai dengan permasalahan.[17] Masyarakat Kota Palu membutuhkan informasi pengaduan yang mudah untuk diakses.

Perlindungan konsumen elektronik masih menghadapi berbagai hambatan dalam pelaksanaan nyata. Keterbatasan pemahaman hukum menjadi salah satu kendala yang menonjol.

[13] Wardhana, A. (2024). E-commerce in the digital edge: Edisi Indonesia. Eureka Media Aksara.
[14] Prabowo, M. S., & Sulistianingsih, D. (2026). Perlindungan konsumen dalam era digital: Tantangan dan kebijakan. PT Media Penerbit Indonesia.
[15] Marmen, J., & Mulya, J. (2025). Pengantar hukum bisnis di era digital: Perspektif governance, risk, and compliance. Publica Indonesia Utama.
[16] Prayuti, Y., Herlina, E., & Rasmiaty, M. (2024). Perlindungan hukum konsumen dalam transaksi perdagangan di e-commerce di Indonesia. Jurnal Hukum Mimbar Justitia, 10(1), 27–44.
[17] Dewantoro, F. D., Njatrijani, R., & Lestari, S. N. (2019). Analisis yuridis terhadap pelaksanaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam transaksi e-commerce. Diponegoro Law Journal, 8(2), 1133–1144. https://doi.org/10.14710/dlj.2019.25459

Pengawasan dan penegakan aturan juga memengaruhi efektivitas perlindungan konsumen. Permasalahan lokal tidak semata-mata disebabkan oleh kekurangan aturan hukum. Kemampuan menggunakan mekanisme yang tersedia menentukan keberhasilan pemulihan hak.[18] Konsumen marketplace memiliki peluang lebih besar memperoleh penyelesaian atas kerugian. Bukti transaksi yang tersimpan turut membantu proses pengaduan berlangsung. Pembayaran langsung kepada penjual tanpa identitas jelas memperbesar risiko sengketa.

Perlindungan konsumen daring Palu perlu mencakup seluruh tahapan kegiatan transaksi. Tahap sebelum pembelian membutuhkan informasi produk yang benar dan lengkap. Konsumen juga harus mampu menilai kredibilitas setiap penjual yang dipilih. Tahap pembayaran memerlukan sistem aman serta dokumentasi transaksi yang memadai. Konsumen membutuhkan jalur pengaduan ketika mengalami kerugian setelah transaksi. Prosedur penyelesaian harus sederhana dan mampu memberikan pemulihan secara wajar. Literasi hukum konsumen merupakan unsur penting bagi keberhasilan perlindungan. Tanggung jawab penjual dan pengawasan *platform juga harus diperkuat. Akses terhadap penyelesaian sengketa melengkapi upaya perlindungan konsumen secara menyeluruh.*

KESIMPULAN

Penelitian menunjukkan perlindungan konsumen daring Palu tersedia melalui dua jalur. Jalur pertama berkaitan dengan fasilitas perlindungan dalam sistem perdagangan *digital. Jalur kedua bersumber dari ketentuan hukum yang berlaku bagi transaksi. Konsumen lebih mudah memperoleh penyelesaian ketika berbelanja melalui marketplace resmi. Platform menyediakan pengaduan dan layanan pengembalian barang maupun dana. Mediasi antara pembeli dan penjual juga membantu proses pemulihan. Fasilitas tersebut berguna ketika produk diterima dalam keadaan rusak. Ketidaksesuaian ukuran atau jumlah barang juga dapat diajukan sebagai keluhan. Catatan transaksi dalam aplikasi membantu membuktikan permasalahan yang terjadi. Dokumentasi komunikasi memperjelas tanggung jawab masing-masing pihak dalam penyelesaian sengketa.*

Perlindungan cenderung lebih lemah pada transaksi langsung melalui media sosial. Aplikasi percakapan tidak selalu menyediakan mekanisme pemulihan seperti *marketplace resmi. Pembayaran kepada penjual secara langsung dapat meningkatkan risiko sengketa konsumen. Identitas penjual yang tidak jelas menyulitkan proses pengajuan tuntutan. Hambatan semakin besar ketika penjual menghentikan komunikasi secara sepihak. Ketiadaan pengembalian dana dapat memperpanjang kerugian yang dialami konsumen. Keberadaan aturan hukum belum selalu menjamin perlindungan yang efektif. Konsumen membutuhkan akses pengaduan dan bukti transaksi yang memadai.*

Permasalahan konsumen tidak hanya disebabkan oleh tindakan penjual yang merugikan. Pengetahuan mengenai hak dan saluran pengaduan juga masih terbatas. Banyak informan memahami kemungkinan mengajukan keluhan atas barang yang bermasalah. Mereka juga

[18] Suniantara, N. D., & Raditya, I. B. Y. (2025). Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi elektronik berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Jurnal Media Akademik, 3(11).

mengetahui hak meminta penggantian produk yang tidak sesuai. Pemahaman tentang prosedur hukum formal masih belum dimiliki secara menyeluruh. Sebagian konsumen belum memahami proses penyelesaian sengketa melalui BPSK. Keadaan tersebut membuat penyelesaian lebih bergantung pada kebijakan *platform. Kesediaan penjual memenuhi tanggung jawab turut menentukan hasil pengaduan.*

Perlindungan konsumen daring Kota Palu memerlukan akses informasi hukum memadai. Edukasi perlu menjelaskan hak yang dimiliki pembeli dalam kegiatan transaksi. Konsumen perlu memahami pentingnya menyimpan bukti pembayaran dan komunikasi. Pemeriksaan identitas penjual harus dilakukan sebelum memilih produk yang ditawarkan. Informasi mengenai jalur pengaduan perlu tersedia secara jelas dan sederhana. Pembeli dapat lebih dahulu menyampaikan keluhan kepada penjual atau *marketplace. Sengketa yang belum terselesaikan dapat dipertimbangkan melalui pengaduan kepada BPSK. Pilihan pengadilan juga tersedia sesuai ketentuan hukum yang berlaku. Pelaku usaha harus menjamin kesesuaian barang dengan informasi yang diberikan. Kerugian akibat kesalahan penjual memerlukan pertanggungjawaban secara layak dan proporsional. Platform digital perlu memperbaiki kecepatan dan keterbukaan layanan pengaduan. Efektivitas perlindungan memerlukan dukungan aturan serta tanggung jawab bersama. Kemampuan konsumen menggunakan haknya menentukan manfaat nyata seluruh mekanisme tersebut.*

DAFTAR PUSTAKA

Dewantoro, F. D., Njatrijani, R., & Lestari, S. N. (2019). Analisis yuridis terhadap pelaksanaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam transaksi e-commerce. Diponegoro Law Journal, 8(2), 1133–1144. https://doi.org/10.14710/dlj.2019.25459

Fung, K., Immanuel, P. M., Firwandi, D., Lumbanbatu, T., & Saragi, P. (2026). Perlindungan hukum terhadap konsumen atas ketidaksesuaian barang dengan deskripsi dalam transaksi e-commerce di Indonesia. Honeste Vivere, 36(2), 152–162.

Kusumadewi, Y., & Sharon, G. (2022). Hukum perlindungan konsumen. Lembaga Fatimah Azzahrah.

Marmen, J., & Mulya, J. (2025). Pengantar hukum bisnis di era digital: Perspektif governance, risk, and compliance. Publica Indonesia Utama.

Masri, E., Handayani, O., Dhianty, R., & Wahyuni, S. (2023). Buku ajar hukum perlindungan konsumen. CV Jakad Media Publishing.

Mawarni, K. S. P., & Danyathi, A. P. L. (2024). Perlindungan hukum terhadap konsumen jual beli online terkait barang tidak sesuai dengan iklan. Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum, 12(7), 1685–1694.

Prabowo, M. S., & Sulistianingsih, D. (2026). Perlindungan konsumen dalam era digital: Tantangan dan kebijakan. PT Media Penerbit Indonesia.

Prayuti, Y., Herlina, E., & Rasmiaty, M. (2024). Perlindungan hukum konsumen dalam transaksi perdagangan di e-commerce di Indonesia. Jurnal Hukum Mimbar Justitia, 10(1), 27–44.

Republik Indonesia. (1999). Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Republik Indonesia. (2008). Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Republik Indonesia. (2014). Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.

Republik Indonesia. (2016). Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Republik Indonesia. (2019). Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Republik Indonesia. (2022). Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi.

Republik Indonesia. (2024). Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Suniantara, N. D., & Raditya, I. B. Y. (2025). Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi elektronik berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Jurnal Media Akademik, 3(11).

Wardhana, A. (2024). E-commerce in the digital edge: Edisi Indonesia. Eureka Media Aksara.

Yunizar, J., & Suraji. (2025). Perlindungan hukum konsumen terhadap testimoni palsu dalam e-commerce di Indonesia dan upaya preventifnya. Privat Law, 13(1), 127–135.