

ANALISIS PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN TERHADAP TANGGUNG JAWAB PRODUK CACAT DI LAZADA

Rere Ayu Sekar Andini¹, Sinta Ananda Rizki Aprilia², Eka Diah Febrianawati³, Erma Nuresta Gitaning Putri⁴, Asri Elies Alamanda⁵

^{1,2,3,4,5}Fakultas Hukum, Universitas Bojonegoro, Indonesia

Email: ekadiahfitriana05@gmail.com

Abstrak

Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam konteks e-commerce, terutama pada platform seperti Lazada, merupakan isu yang semakin penting seiring dengan pesatnya perkembangan industri perdagangan daring. Isu ini mencakup tanggung jawab pelaku usaha terhadap produk cacat dan kerugian yang dialami konsumen. Artikel ini membahas berbagai aspek terkait perlindungan konsumen, termasuk kewajiban pelaku usaha, mekanisme pengembalian barang di Lazada, dan tantangan dalam penerapan perlindungan hukum tersebut. Dengan mengacu pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen serta pandangan berbagai pakar, artikel ini juga mengkaji peran platform e-commerce dalam memastikan bahwa konsumen terlindungi, serta upaya yang harus dilakukan untuk memperbaiki sistem perlindungan yang ada. Perlindungan yang efektif, transparansi dalam kebijakan pengembalian barang, serta pengawasan terhadap penjual pihak ketiga menjadi kunci untuk menciptakan ekosistem perdagangan daring yang lebih aman dan terpercaya.

Kata Kunci: Perlindungan konsumen, e-commerce, Lazada, produk cacat, pengembalian barang, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, klaim, transaksi daring, platform e-commerce, hak konsumen, mekanisme pengembalian, transparansi, kebijakan refund, pelaku usaha, penjual pihak ketiga, regulasi, kebijakan layanan pelanggan.

Abstract

Legal protection for consumers in the context of e-commerce, especially on platforms such as Lazada, is an increasingly important issue along with the rapid development of the online trading industry. This issue includes the responsibility of business actors for defective products and losses experienced by consumers. This article discusses various aspects related to consumer protection, including the obligations of business actors, the mechanism for returning goods on Lazada, and the challenges in implementing this legal protection. By referring to the Consumer Protection Law and the views of various experts, this article also examines the role of e-commerce platforms in ensuring that consumers are protected, as well as efforts that must be made to improve the existing protection system. Effective protection, transparency in return policies, and supervision of third-party sellers are key to creating a safer and more trusted online trading ecosystem.

Keywords: *Consumer protection, e-commerce, Lazada, defective products, returns, Consumer Protection Law, claims, online transactions, e-commerce platforms, consumer rights, return mechanisms, transparency, refund policies, business actors, third-party sellers, regulations, customer service policies.*

A. PENDAHULUAN

Perlindungan konsumen menjadi hal yang sangat penting dalam menghadapi pesatnya perkembangan e-commerce di Indonesia. Sebagai bentuk transaksi daring, e-commerce memberikan kemudahan bagi konsumen untuk membeli berbagai produk tanpa perlu keluar rumah, namun ini juga membawa tantangan baru terkait dengan perlindungan hak konsumen. Salah satu masalah utama yang sering terjadi adalah produk cacat atau tidak sesuai dengan deskripsi yang diberikan oleh penjual, yang seringkali tidak dapat diperiksa langsung oleh konsumen sebelum pembelian. Hal ini menuntut adanya peraturan dan mekanisme yang jelas untuk memastikan konsumen mendapatkan hak mereka jika menghadapi masalah dengan produk yang dibeli secara daring.

Lazada, sebagai salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia, menjadi contoh nyata bagaimana transaksi daring dapat melibatkan berbagai risiko bagi konsumen. Meskipun Lazada memiliki berbagai kebijakan untuk melindungi konsumen, seperti jaminan pengembalian barang dan kebijakan refund, tidak jarang konsumen tetap merasa dirugikan akibat produk yang tidak sesuai dengan yang diiklankan. Ketidakpastian mengenai kualitas barang, proses pengembalian yang rumit, dan keterbatasan akses untuk memeriksa barang secara langsung sebelum pembelian menjadi masalah yang terus berkembang di sektor e-commerce. Oleh karena itu, penting bagi platform e-commerce dan pihak berwenang untuk memperkuat regulasi dan meningkatkan mekanisme perlindungan konsumen agar dapat menciptakan ekosistem perdagangan daring yang lebih aman dan transparan.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan dasar hukum yang kuat untuk melindungi hak konsumen di Indonesia, termasuk dalam sektor e-commerce. Pasal 7 dari undang-undang ini dengan tegas menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang menjual barang yang tidak memenuhi standar mutu atau tidak sesuai dengan ketentuan yang dijanjikan. Hal ini memberi konsumen hak untuk meminta penggantian, perbaikan, atau pengembalian barang jika produk yang diterima ternyata cacat atau tidak sesuai dengan deskripsi yang diberikan. Dengan adanya regulasi ini, konsumen seharusnya

merasa lebih aman dalam bertransaksi melalui platform e-commerce seperti Lazada, karena pelaku usaha diwajibkan untuk bertanggung jawab atas kualitas barang yang dijual.

Namun, meskipun ada perlindungan hukum yang jelas, pelaksanaan hak konsumen dalam transaksi e-commerce, khususnya di platform seperti Lazada, sering kali menghadapi berbagai kendala. Salah satu tantangan utama adalah mekanisme pengembalian barang yang terkadang rumit dan tidak sepenuhnya transparan. Beberapa konsumen merasa kesulitan dalam proses klaim atau pengembalian barang, terutama jika produk yang diterima tidak sesuai harapan atau mengalami cacat. Selain itu, pelaku usaha terkadang kesulitan dalam menerapkan tanggung jawabnya, baik dalam hal penggantian barang atau pengembalian dana, yang membuat konsumen merasa dirugikan. Oleh karena itu, meskipun ada perlindungan konsumen yang jelas, perlu ada upaya untuk memperbaiki implementasi perlindungan ini agar lebih efektif dan mudah diakses oleh konsumen.

Lazada, sebagai salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia, memegang peranan penting dalam memastikan kualitas produk yang ditawarkan melalui platformnya. Tanggung jawab ini mencakup produk yang dijual langsung oleh Lazada maupun oleh penjual pihak ketiga yang menggunakan platform tersebut. Sebagaimana dijelaskan oleh Fauzi dan Koto (2022), tanggung jawab pelaku usaha dalam e-commerce meliputi tidak hanya pemenuhan standar kualitas barang, tetapi juga keamanan transaksi serta perlindungan hak konsumen dalam hal pengembalian atau klaim produk cacat. Regulasi seperti ini menjadi landasan penting untuk membangun kepercayaan konsumen terhadap platform e-commerce, terutama di tengah tingginya persaingan pasar digital.

Namun, pada praktiknya, pelaksanaan tanggung jawab ini masih menghadapi berbagai tantangan. Konsumen sering kali menemukan kendala dalam proses pengajuan klaim atau pengembalian barang yang tidak sesuai dengan deskripsi atau mengalami cacat setelah diterima. Kendala tersebut dapat berupa prosedur yang rumit, waktu penyelesaian yang lama, hingga kurangnya komunikasi yang efektif antara konsumen dan pihak platform atau penjual. Masalah ini menjadi semakin kompleks jika pihak penjual adalah penjual pihak ketiga yang lokasinya jauh atau memiliki kebijakan yang berbeda terkait pengembalian barang. Kondisi

ini menunjukkan perlunya perbaikan sistem dan transparansi dalam proses perlindungan konsumen, sehingga tanggung jawab pelaku usaha dapat dilaksanakan secara optimal dan konsumen merasa lebih terjamin dalam bertransaksi di platform seperti Lazada.

Perlindungan konsumen terhadap produk cacat di Lazada menjadi salah satu isu penting dalam pengembangan transaksi e-commerce di Indonesia. Lazada telah menyediakan kebijakan pengembalian barang sebagai salah satu bentuk perlindungan konsumen, namun pelaksanaannya masih sering menghadapi kendala. Konsumen kerap kali menemui hambatan dalam memahami prosedur pengembalian yang terkadang dianggap rumit atau kurang transparan. Hal ini dapat mengurangi kepercayaan konsumen terhadap platform tersebut, terutama jika mereka merasa tidak mendapatkan perlindungan yang memadai atas produk cacat yang diterima. Oleh karena itu, mekanisme pengembalian barang yang lebih mudah diakses dan transparan sangat diperlukan untuk memastikan perlindungan hukum konsumen terlaksana secara optimal.

Analisis lebih lanjut terhadap perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce menunjukkan pentingnya peran Lazada dalam memastikan kepatuhan terhadap hak-hak konsumen sesuai Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lazada dapat meningkatkan sistem pengembalian dan jaminan kualitas produk melalui berbagai cara, seperti memperbaiki kebijakan layanan pelanggan, menyediakan informasi yang jelas mengenai proses klaim, serta memastikan penjual pihak ketiga mematuhi standar yang sama. Dengan langkah-langkah ini, Lazada tidak hanya akan mematuhi peraturan hukum, tetapi juga meningkatkan reputasinya sebagai platform yang dapat dipercaya, sehingga menciptakan ekosistem e-commerce yang lebih aman dan nyaman bagi konsumen.

Dalam artikel ini, pembahasan akan difokuskan pada perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam menghadapi masalah produk cacat yang dibeli melalui platform e-commerce Lazada. Lazada, sebagai salah satu pemain utama dalam perdagangan daring di Indonesia, memiliki tanggung jawab besar untuk memastikan bahwa konsumen mendapatkan hak-hak mereka, sesuai dengan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Artikel ini akan mengkaji sejauh mana kebijakan yang diterapkan oleh Lazada, seperti prosedur klaim dan pengembalian barang,

dapat memberikan solusi atas permasalahan yang dialami konsumen, khususnya terkait produk yang tidak sesuai dengan deskripsi atau mengalami kerusakan.

Selain itu, artikel ini juga akan mengupas berbagai tantangan yang dihadapi oleh konsumen dan pelaku usaha dalam mewujudkan perlindungan konsumen yang efektif di dunia e-commerce. Konsumen sering kali menemui kendala dalam memahami prosedur klaim atau menghadapi hambatan administratif saat mengajukan pengembalian barang. Di sisi lain, pelaku usaha, termasuk Lazada, menghadapi tantangan dalam menyeimbangkan antara memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen dan menjaga hubungan dengan penjual pihak ketiga yang menggunakan platform tersebut. Dengan menganalisis kebijakan dan praktik yang ada, artikel ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang bagaimana ekosistem e-commerce dapat ditingkatkan untuk melindungi konsumen secara lebih baik.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen atas produk cacat yang dibeli melalui platform e-commerce seperti Lazada?
2. Apa saja tanggung jawab pelaku usaha (Lazada) terhadap produk cacat yang dijual di platform mereka?

Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen atas produk cacat yang dibeli melalui Lazada sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.
2. Untuk mengidentifikasi tanggung jawab pelaku usaha (Lazada) dalam menghadapi klaim produk cacat yang diajukan oleh konsumen.
3. Untuk mengevaluasi mekanisme pengembalian barang dan klaim atas produk cacat di Lazada serta kesesuaiannya dengan ketentuan hukum yang berlaku.
4. Untuk mengidentifikasi tantangan yang dihadapi oleh konsumen dan pelaku usaha dalam melaksanakan perlindungan hukum terhadap produk cacat di platform e-commerce seperti Lazada.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, Menurut Sugiyono metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat yang digunakan

untuk meneliti pada kondisi ilmiah (eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen, teknik pengumpulan data dan di analisis yang bersifat kualitatif lebih menekan pada makna. Pendekatan kualitatif ini juga memberikan fleksibilitas dalam memahami isu perlindungan konsumen dari berbagai perspektif teoretis dan praktis. Dengan mengeksplorasi data sekunder, penelitian ini berfokus pada pemetaan kebijakan pengembalian barang, tanggung jawab pelaku usaha, dan hak-hak konsumen sesuai Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Analisis literatur ini diharapkan dapat menghasilkan temuan yang memberikan wawasan mengenai langkah-langkah strategis untuk meningkatkan perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce, serta memberikan kontribusi terhadap pengembangan kebijakan hukum di era digital.

Pendekatan ini memungkinkan analisis menyeluruh terhadap kebijakan pengembalian barang dan tanggung jawab pelaku usaha, termasuk yang diterapkan oleh Lazada. Dengan menggali data dari berbagai literatur, penelitian ini dapat mengidentifikasi tantangan utama yang dihadapi konsumen dalam mengajukan klaim atas produk cacat dan mengevaluasi langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk meningkatkan perlindungan hukum bagi konsumen. Melalui metode ini, penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang relevan untuk memperbaiki sistem perlindungan konsumen di platform e-commerce di Indonesia.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis konten, yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengkategorikan informasi yang relevan guna menjawab rumusan masalah. Analisis ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi kebijakan-kebijakan Lazada terkait pengembalian produk cacat secara mendalam, termasuk prosedur dan mekanisme yang diterapkan oleh platform tersebut. Peneliti juga akan mengkaji data dari berbagai sumber sekunder untuk memahami sejauh mana kebijakan ini efektif dalam melindungi konsumen dan apakah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip perlindungan konsumen yang diatur dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia.

Selain itu, analisis konten juga digunakan untuk mengevaluasi keselarasan kebijakan Lazada dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Peneliti akan memetakan aspek-aspek utama dari kebijakan pengembalian barang di Lazada dan membandingkannya dengan ketentuan hukum yang berlaku. Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat teridentifikasi kekuatan dan kelemahan kebijakan yang ada, serta

memberikan rekomendasi untuk meningkatkan perlindungan hukum bagi konsumen, khususnya dalam transaksi e-commerce yang melibatkan produk cacat.

Hasil dari studi literatur ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai tanggung jawab pelaku usaha, khususnya dalam transaksi online yang melibatkan produk cacat. Analisis ini akan mencakup sejauh mana pelaku usaha, seperti Lazada, telah memenuhi kewajiban mereka sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku di Indonesia, terutama terkait dengan mekanisme pengembalian barang dan penyelesaian klaim konsumen. Penelitian ini juga menyoroti upaya yang dapat dilakukan oleh platform e-commerce untuk meningkatkan perlindungan konsumen, baik dari sisi kebijakan internal maupun penerapan regulasi.

Penelitian ini dilakukan di Bojonegoro dengan menggunakan pendekatan studi literatur yang relevan dengan isu perlindungan konsumen dalam e-commerce. Fokus penelitian ini adalah untuk menggali berbagai sumber sekunder, termasuk peraturan perundang-undangan, kebijakan platform, dan hasil penelitian sebelumnya, guna memahami tantangan serta solusi yang dapat diimplementasikan. Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kebijakan perlindungan konsumen, tidak hanya pada platform Lazada, tetapi juga dalam ekosistem e-commerce secara keseluruhan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam konteks e-commerce, terutama di platform seperti Lazada, merupakan topik yang sangat relevan mengingat berkembangnya industri perdagangan daring yang semakin pesat. Dengan semakin banyaknya konsumen yang memilih berbelanja online, isu terkait tanggung jawab pelaku usaha terhadap produk cacat dan kerugian yang dialami konsumen menjadi perhatian utama. Pembahasan ini akan mengupas berbagai aspek terkait perlindungan konsumen, mulai dari kewajiban pelaku usaha, mekanisme pengembalian barang di Lazada, hingga tantangan dalam pelaksanaan perlindungan hukum tersebut.

Perlindungan Hukum Konsumen di Era Digital

E-commerce, yang semakin mendominasi pasar di Indonesia, menghadirkan tantangan baru dalam memastikan perlindungan konsumen. Dalam transaksi daring, konsumen tidak memiliki kesempatan untuk memeriksa atau mencoba produk sebelum barang tiba di tangan mereka, sehingga potensi masalah seperti produk cacat atau ketidaksesuaian dengan deskripsi

menjadi lebih tinggi. Situasi ini memunculkan kebutuhan akan perlindungan hukum yang lebih kuat dan mekanisme klaim yang efektif bagi konsumen yang dirugikan.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan barang dan/atau jasa yang sesuai dengan standar kualitas dan deskripsi yang diberikan oleh pelaku usaha. Hal ini menegaskan kewajiban pelaku usaha, termasuk platform e-commerce seperti Lazada, untuk menjamin bahwa produk yang ditawarkan sesuai dengan yang dijanjikan. Perlindungan hukum ini dirancang untuk melindungi konsumen dari kerugian akibat produk cacat, memberikan kepastian hukum, dan mendorong terciptanya ekosistem perdagangan daring yang lebih aman dan terpercaya.

Nasution (2016) menegaskan bahwa tujuan utama dari peraturan perlindungan konsumen adalah memastikan hak-hak konsumen terpenuhi, termasuk hak untuk mendapatkan barang yang aman, layak, dan sesuai dengan deskripsi yang dijanjikan. Dalam transaksi online, hak ini menjadi sangat penting karena konsumen tidak memiliki kesempatan untuk memeriksa produk secara langsung sebelum pembelian. Oleh karena itu, hukum perlindungan konsumen dirancang untuk memberikan jaminan bahwa konsumen terlindungi dari potensi kerugian akibat produk cacat atau ketidaksesuaian dari pelaku usaha.

Dalam dunia e-commerce, perlindungan konsumen memiliki tantangan unik karena sifat transaksi yang tidak langsung. Widjaja (2015) mencatat bahwa meskipun konsumen memiliki hak atas produk yang sesuai dengan standar yang dijanjikan, banyak konsumen menghadapi kesulitan ketika produk yang diterima tidak sesuai harapan. Proses klaim sering kali memakan waktu lama atau tidak jelas mekanismenya, sehingga konsumen merasa dirugikan tanpa solusi yang memadai.

Dalam konteks ini, peran platform e-commerce seperti Lazada menjadi sangat penting sebagai perantara antara penjual dan pembeli. Lazada, sebagai salah satu platform terbesar di Indonesia, bertanggung jawab untuk memastikan bahwa barang yang dijual di platformnya memenuhi standar kualitas dan deskripsi yang ditetapkan. Sebagai pihak yang memfasilitasi transaksi, Lazada juga diharapkan memberikan mekanisme pengaduan dan pengembalian barang yang jelas dan mudah diakses oleh konsumen yang dirugikan.

Keberhasilan perlindungan konsumen dalam e-commerce sangat bergantung pada kerja sama antara pelaku usaha, platform e-commerce, dan pihak terkait lainnya. Lazada, misalnya, harus meningkatkan pengawasan terhadap barang yang dijual oleh penjual pihak ketiga dan memberikan sanksi kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan. Selain itu, transparansi dalam kebijakan pengembalian barang dan penggantian produk cacat perlu diperkuat agar konsumen merasa lebih terlindungi dalam bertransaksi secara daring.

Tanggung Jawab Pelaku Usaha terhadap Produk Cacat

Tanggung jawab pelaku usaha terhadap produk cacat merupakan aspek mendasar dalam perlindungan konsumen yang diatur dalam berbagai regulasi, termasuk Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Fauzi dan Koto (2022) menjelaskan bahwa pelaku usaha diwajibkan untuk memastikan produk yang dijual memenuhi standar keselamatan, kualitas, dan sesuai dengan deskripsi yang dijanjikan. Jika produk yang diterima konsumen cacat, baik dalam aspek fisik, fungsional, maupun hukum, pelaku usaha berkewajiban memberikan solusi kepada konsumen. Solusi tersebut dapat berupa pengembalian barang, perbaikan, penggantian produk, atau bahkan kompensasi finansial sesuai dengan kerugian yang dialami konsumen. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa hak-hak konsumen sebagai pihak yang lebih rentan dalam transaksi tetap terlindungi.

Dalam konteks e-commerce, tanggung jawab pelaku usaha tidak hanya terbatas pada produsen, tetapi juga mencakup penjual yang menggunakan platform untuk memasarkan produknya. Seperti yang dijelaskan oleh Annaba, Susilowati, dan Suwandono (2023), platform e-commerce seperti Lazada berperan sebagai perantara yang menghubungkan penjual dengan konsumen. Meskipun Lazada bukan produsen barang, platform ini tetap memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa penjual di platformnya mematuhi regulasi yang berlaku dan memenuhi kebijakan internal terkait standar produk dan layanan. Lazada juga harus menyediakan mekanisme yang memadai untuk menangani pengaduan konsumen dan menyelesaikan sengketa yang timbul akibat produk cacat. Sebagai fasilitator, Lazada memiliki peran penting dalam memastikan kepercayaan konsumen terhadap transaksi daring tetap terjaga.

Namun demikian, Modjo, Junus, dan Mustika (2023) mencatat bahwa meskipun regulasi terkait tanggung jawab pelaku usaha telah diatur dengan jelas, pelaksanaannya di lapangan masih jauh dari ideal. Banyak konsumen yang menghadapi kendala dalam mengajukan klaim atau meminta kompensasi atas kerugian yang dialami akibat produk cacat.

Kendala tersebut mencakup proses klaim yang berbelit-belit, kurangnya informasi yang transparan, hingga ketidaksesuaian antara kebijakan pengembalian barang yang diumumkan dengan praktik di lapangan. Hal ini sering kali membuat konsumen merasa tidak dilindungi secara memadai, meskipun mereka memiliki hak yang dijamin oleh hukum.

Ketidaksesuaian antara regulasi dan implementasi ini menimbulkan tantangan besar bagi pelaku usaha dan platform e-commerce seperti Lazada. Di satu sisi, konsumen berharap proses klaim yang cepat, transparan, dan tidak menyulitkan. Di sisi lain, Lazada perlu memastikan bahwa semua penjual di platformnya mematuhi standar yang telah ditetapkan, yang memerlukan pengawasan ketat dan mekanisme evaluasi yang berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang lebih serius dari semua pihak untuk menjembatani kesenjangan antara kebijakan perlindungan konsumen dan realitas praktik di lapangan, agar kepercayaan terhadap transaksi daring dapat terus ditingkatkan.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa meskipun peraturan perlindungan konsumen sudah ada, pelaksanaannya dalam transaksi e-commerce, khususnya di platform seperti Lazada, masih menghadapi berbagai tantangan. Perlindungan terhadap konsumen yang membeli produk cacat melalui e-commerce sangat bergantung pada kebijakan pengembalian barang yang diterapkan oleh platform dan kewajiban pelaku usaha untuk memastikan kualitas produk yang dijual. Meskipun beberapa platform sudah memiliki kebijakan pengembalian barang, masih terdapat kendala dalam pelaksanaan yang menyebabkan konsumen merasa dirugikan. Kebijakan tersebut sering kali tidak jelas atau sulit dipahami oleh konsumen, yang dapat menambah keraguan dan ketidakpastian dalam berbelanja secara online.

Hambatan utama dalam pelaksanaan kebijakan pengembalian barang adalah kurangnya pemahaman konsumen terhadap prosedur pengajuan klaim. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak konsumen yang tidak sepenuhnya mengetahui hak-hak mereka atau bagaimana cara mengajukan klaim jika produk yang diterima tidak sesuai. Ketidakjelasan informasi mengenai prosedur ini sering menyebabkan konsumen merasa kebingungan atau tidak percaya diri dalam mengajukan klaim, yang pada akhirnya dapat mengurangi rasa aman dalam bertransaksi di platform e-commerce. Oleh karena itu, transparansi dalam penyampaian

informasi terkait pengembalian barang dan prosedur klaim sangat penting untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.

Selain itu, kurangnya penegakan hukum yang tegas terhadap pelaku usaha yang tidak mematuhi regulasi perlindungan konsumen juga menjadi salah satu tantangan utama. Tanpa adanya sanksi yang jelas, pelaku usaha mungkin tidak merasa terdorong untuk mematuhi kebijakan yang ada, dan ini berisiko merugikan konsumen. Penegakan hukum yang lebih kuat dan konsisten sangat diperlukan agar regulasi perlindungan konsumen dapat diterapkan dengan efektif, memberikan rasa aman bagi konsumen dalam bertransaksi. Pemerintah perlu memastikan bahwa ada mekanisme yang jelas untuk menindak pelaku usaha yang terbukti melanggar ketentuan yang berlaku.

Untuk itu, langkah-langkah perbaikan sangat diperlukan untuk meningkatkan perlindungan hukum konsumen dalam e-commerce. Pertama, regulasi yang ada harus diperkuat agar mencakup semua aspek transaksi e-commerce dengan lebih jelas dan komprehensif. Kedua, pengawasan terhadap pelaku usaha di platform e-commerce perlu diperketat untuk memastikan bahwa semua pihak mematuhi peraturan yang berlaku. Terakhir, edukasi yang lebih baik kepada konsumen mengenai hak-hak mereka dan bagaimana cara memanfaatkan kebijakan perlindungan yang ada juga sangat penting. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan konsumen dapat lebih terlindungi dan transaksi e-commerce menjadi lebih aman serta transparan.

DAFTAR PUSTAKA

- Annaba, R. A., Susilowati, S., & Suwandono, A. (2023). Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Kerugian Konsumen Yang Disebabkan Oleh Deskripsi Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Aslinya Dalam Jual Beli Online Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *COMSERVA: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 3(07), 2716-2726.
- Astini, R. (2019). *Hukum Perlindungan Konsumen di Era Digital*. Jakarta: Prenada Media.
- Badan Perlindungan Konsumen Nasional. (2024). *Panduan perlindungan konsumen dalam era digital*. Diakses pada 21 November 2024, dari <https://bpkn.go.id>
- Fauzi, A., & Koto, I. (2022). Tanggung Jawab Pelaku Usaha terhadap Konsumen Terkait dengan Produk Cacat. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 4(3), 1493-1500.

- Freitas, J. A., & Santoso, A. P. A. (2024). Perlindungan Konsumen Atas Produk Cacat Dan Gagal. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ilmu*, 1(4), 72-76.
- Hukumonline.com. (2023). *Tanggung jawab e-commerce terhadap produk cacat*. Diakses pada 21 November 2024, dari <https://www.hukumonline.com>
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2024). *Perlindungan konsumen dalam transaksi online*. Diakses pada 21 November 2024, dari <https://www.kemendag.go.id>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 15). Jakarta: Erlangga.
- Lazada Indonesia. (2024). *Kebijakan pengembalian barang*. Diakses pada 21 November 2024, dari <https://www.lazada.com/helpcenter>
- Modjo, R. D. B., Junus, N., & Mustika, W. (2023). Perlindungan Konsumen Terhadap Kerusakan Barang Yang Diakibatkan Oleh Perusahaan. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 2(5), 1455-1460.
- Mulyati, S. (2018). *Etika Bisnis dan Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nasution, A. Z. (2016). *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar*. Bandung: Mandar Maju.
- Nurzamzam, N., & Manurung, D. (2024). Tanggungjawab Hukum Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Pengguna Produk Cacat. *Borneo Law Review*, 8(1), 100-112.
- Oktaviani, W. E. (2016). Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen Akibat Produk Cacat. *Reformasi Hukum*, 19(2), 217-243.
- PP, T. L. A., & Tampi, M. M. (2021). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Dirugikan Akibat Penipuan Oleh Pt Grab Toko Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Kasus: Desty Nurcahyani Dengan Pt Grab Toko Indonesia Di Tahun 2020). *Jurnal Hukum Adigama*, 4(2), 496-520.
- Rahmawati, I. N., Rahmadani, N., Heni, D. R., & Kevin, S. (2023). Perlindungan Hukum Konsumen Online Yang Merasa Dirugikan Atas Terjadinya Kerusakan Barang Ketika Pengantaran. *Aufklarung: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 3(2), 190-197.
- Rambe, R., Sendy, B., & Bintang, H. J. (2024). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen yang Melakukan Transaksi Jual Beli Menggunakan E-Commerce Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 15350-15362.

- Siregar, A. P., & Sitepu, A. Z. (2023). Analisis Perlindungan Hukum Konsumen terhadap Tanggung Jawab Produk Cacat di Lazada. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 9114-9127.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Yogyakarta: Andi.
- Widjaja, G. (2015). *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.