

**TANTANGAN DAN SOLUSI PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM
TRANSAKSI DIGITAL: PERSPEKTIF HUKUM BISNIS DI INDONESIA****Ilham Syuhada Amaanulloh¹, Bahrul Haq², Matin Dimas Satrio³**

Universitas Muhammadiyah Jakarta

¹ maungzyyyilham@gmail.com² bahrulhaq301@gmail.com³ matindimas01@gmail.com**Informasi artikel**

Diterima :

02 Mei 2025

Direvisi :

26 Mei 2025

Disetujui :

04 Juni 2025

ABSTRACT

The rapid development of the digital world and e-commerce has changed the dynamics of global trade, including in Indonesia. Although technology has brought convenience and efficiency to consumers, consumer protection in digital transactions still faces a number of challenges. This study aims to analyze consumer protection in digital transactions based on the perspective of business law in Indonesia. This study also discusses how the application of business law principles, including Islamic law, can strengthen existing regulations to ensure fair and transparent digital transactions.

Keywords: *consumer protection, and e-commerce, Digital transactions*

PENDAHULUAN

Revolusi digital telah mengubah cara konsumen berinteraksi dengan pelaku usaha, terutama dalam bidang perdagangan. E-commerce dan social commerce adalah dua contoh utama dari transformasi ini, yang memadukan aktivitas jual beli dengan elemen sosial melalui media sosial. Platform seperti Shopee, TikTok Shop, Instagram Shop, dan Tokopedia memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melakukan pembelian melalui aplikasi yang mereka gunakan. Meskipun menawarkan kenyamanan dan kemudahan, perkembangan ini juga membawa tantangan besar dalam hal regulasi.

Walaupun e-commerce dan social commerce mempermudah proses jual beli, keduanya juga menimbulkan persoalan krusial terkait perlindungan konsumen. Banyak konsumen dirugikan akibat kurangnya transparansi informasi produk, prosedur pengembalian yang rumit, serta ketidakjelasan tanggung jawab pelaku usaha. Berdasarkan data BPKN (2023), lebih dari 30% pengaduan konsumen berkaitan dengan transaksi digital, khususnya terkait penipuan dan produk yang tidak sesuai. Peraturan seperti UU Perlindungan Konsumen dan UU ITE belum

mampu menjawab tantangan pengawasan terhadap platform digital lintas negara, seperti TikTok Shop dan Instagram Shop. Dengan demikian, penelitian ini diperlukan untuk menelaah kekosongan regulasi dan menawarkan solusi hukum yang lebih responsif dan adil.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk dalam dunia perdagangan. Salah satu perubahan besar yang terjadi adalah lahirnya e-commerce, yang memungkinkan konsumen untuk melakukan transaksi pembelian barang dan jasa secara online tanpa terbatas oleh waktu dan tempat. E-commerce kini tidak hanya mencakup transaksi bisnis tradisional, tetapi juga melibatkan interaksi sosial, yang telah berkembang menjadi fenomena **social commerce**, di mana platform-platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook berfungsi sebagai tempat jual beli. Platform-platform seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan Instagram Shop telah merubah cara konsumen berbelanja, yang semula mengharuskan mereka berkunjung ke toko fisik, menjadi lebih praktis, cepat, dan efisien.

Di Indonesia, sektor e-commerce berkembang pesat, seiring dengan semakin banyaknya konsumen yang beralih ke platform digital untuk melakukan pembelian. Berdasarkan data, jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat, yang pada gilirannya mempercepat pertumbuhan sektor e-commerce. Platform seperti Tokopedia dan Bukalapak menjadi pilihan utama bagi konsumen Indonesia dalam membeli berbagai jenis produk, mulai dari kebutuhan sehari-hari hingga barang elektronik. Di sisi lain, social commerce juga mulai berkembang pesat, dengan TikTok Shop dan Instagram Shop yang menawarkan pengalaman belanja yang lebih personal dan interaktif.

Namun, meskipun e-commerce memberikan berbagai manfaat baik bagi konsumen maupun pelaku usaha, seperti efisiensi biaya operasional, jangkauan pasar yang lebih luas, dan kemudahan dalam bertransaksi, muncul pula berbagai tantangan, terutama terkait dengan perlindungan konsumen dan regulasi yang memadai. Salah satu masalah utama yang dihadapi adalah kurangnya pengawasan terhadap transaksi digital, yang dapat menyebabkan konsumen terjebak dalam penipuan atau transaksi yang tidak transparan. Adanya platform digital yang tidak terdaftar atau yang memberikan informasi produk yang tidak jelas menjadi salah satu faktor yang dapat menyebabkan kerugian bagi konsumen.

Sering kali, transaksi yang dilakukan melalui platform digital tidak disertai dengan informasi yang memadai dan jelas mengenai produk yang dijual, serta kebijakan pengembalian barang. Selain itu, adanya masalah dengan penjual yang tidak terdaftar atau yang tidak transparan dalam memberikan informasi semakin memperburuk situasi ini. Hal ini menunjukkan bahwa ada kebutuhan mendesak untuk memperkuat regulasi yang ada, guna melindungi konsumen dan memberikan kepastian hukum dalam transaksi digital. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lebih dalam tantangan yang ada serta memberikan rekomendasi yang konstruktif bagi perbaikan regulasi yang berlaku.

Di Indonesia, perkembangan platform e-commerce dan social commerce telah mengubah cara konsumen berbelanja. Namun, di balik kemudahan yang ditawarkan, muncul berbagai tantangan terkait dengan pengawasan hukum yang masih kurang memadai. Perlindungan konsumen menjadi isu utama, mengingat banyaknya transaksi digital yang sering kali tidak dilengkapi dengan aturan yang jelas mengenai hak-hak konsumen. Masalah transparansi informasi produk serta kebijakan pengembalian barang masih menjadi hambatan yang perlu diatasi. Oleh karena itu, diperlukan regulasi yang lebih kuat dan pengawasan yang lebih efektif, agar konsumen merasa aman dan terlindungi dalam bertransaksi di platform digital.

KAJIAN LITERATUR

E-commerce dalam Transformasi Perekonomian Digital

E-commerce telah mengubah dinamika perekonomian global dengan memperkenalkan metode transaksi yang lebih efisien. Berbagai platform e-commerce seperti Shopee,

Tokopedia, dan Bukalapak memungkinkan konsumen untuk membeli produk secara online tanpa harus berinteraksi langsung dengan penjual. Perubahan ini mempengaruhi pedagang tradisional yang kini harus bersaing dengan platform daring yang lebih hemat biaya operasional.

Goi (2009) mengemukakan bahwa e-commerce membuka peluang pasar yang lebih luas dan tidak terbatas oleh jarak geografis, sehingga pedagang kecil bisa menjangkau pasar yang lebih besar. Namun, hal ini juga menciptakan tantangan bagi pedagang yang belum menyesuaikan diri dengan sistem digital, yang dapat mengurangi pendapatan mereka jika tidak memanfaatkan peluang e-commerce secara maksimal.

Perlindungan Konsumen dalam E-Commerce

Hukum perlindungan konsumen memiliki peranan krusial untuk menjaga hak-hak konsumen, terlebih dalam transaksi digital yang kerap kali tidak transparan. Suryono (2020) menekankan bahwa salah satu tantangan utama dalam e-commerce adalah kurangnya informasi yang jelas bagi konsumen, yang bisa berujung pada penipuan atau ketidakpuasan. Oleh karena itu, penerapan hukum perlindungan konsumen yang transparan dan ketat dalam e-commerce sangatlah diperlukan.

Regulasi di Indonesia seperti Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) sudah memberikan kerangka hukum yang memadai. Namun, menurut Hidayat (2020), tantangan terbesar dalam implementasi hukum ini adalah kurangnya pengawasan terhadap platform internasional yang sering menghindari kewajiban hukum yang berlaku di Indonesia.

Social Commerce dan Peran Media Sosial

Social commerce adalah konsep yang menggabungkan kegiatan jual beli dengan interaksi sosial melalui platform seperti Instagram, TikTok, dan Facebook. Dalam social commerce, konsumen tidak hanya melakukan pembelian tetapi juga terlibat dalam pengalaman sosial yang mempengaruhi keputusan mereka. Platform seperti TikTok Shop dan Instagram Shop telah mengubah pola belanja dengan memberikan kemudahan bagi konsumen untuk membeli produk langsung dari media sosial tanpa harus keluar dari aplikasi.

Namun, masalah utama dalam social commerce adalah transparansi informasi, karena konsumen sering kali kekurangan informasi yang jelas tentang produk atau penjualnya, yang meningkatkan potensi penipuan. Firmansyah (2022) mencatat meskipun social commerce menawarkan kenyamanan, kurangnya transparansi dan kebijakan pengembalian barang yang tidak memadai masih menjadi tantangan besar yang perlu diatasi.

Perspektif Hukum Islam pada E-Commerce

Hukum Islam menawarkan prinsip-prinsip yang sangat relevan untuk diterapkan dalam transaksi digital, terutama pada social commerce. Jaharudin (2022) berpendapat bahwa prinsip syariah yang menekankan pada kejujuran, transparansi, dan keadilan dapat membantu memperkuat regulasi e-commerce di Indonesia. Penerapan prinsip syariah ini dapat mengurangi risiko penipuan dan memastikan perlindungan konsumen dalam transaksi digital, khususnya yang melibatkan pembayaran dan pengembalian barang.

Perlindungan Konsumen pada Platform Digital Internasional

Contoh platform internasional seperti TikTok Shop dan Shopee menunjukkan kesulitan dalam penegakan hukum terkait perlindungan konsumen. Pengawasan terhadap platform ini di Indonesia sering kali terbatas, mengingat sifat operasional mereka yang lintas negara. Oleh karena itu, perlu dilakukan penyesuaian regulasi untuk dapat mengakomodasi platform global yang beroperasi di Indonesia.

Fatimah (2023) menyarankan agar regulasi yang mengatur platform internasional diperkuat, serta implementasi mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih efisien untuk menjamin hak-hak konsumen di pasar digital Indonesia.

Tantangan Pengawasan dan Penyelesaian Sengketa

Pengawasan terhadap platform digital menjadi perhatian utama. Platform seperti TikTok Shop sering kali tidak mematuhi ketentuan yang ada mengenai transparansi informasi, yang merugikan konsumen. Sebagai solusi, Jaharudin (2021) mengusulkan agar pemerintah memperkuat pengawasan terhadap transaksi yang dilakukan di platform digital untuk memastikan kepatuhan terhadap hukum Indonesia. Penegakan hukum yang lebih kuat dan penyelesaian sengketa yang efisien menjadi kunci untuk membangun kepercayaan konsumen dalam bertransaksi di platform digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan yuridis normatif, yang bertujuan untuk menganalisis regulasi hukum yang ada terkait perlindungan konsumen dalam transaksi digital, khususnya di platform e-commerce dan social commerce. Pendekatan ini memprioritaskan analisis terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia serta penerapannya dalam konteks transaksi digital. Penelitian ini dilakukan dengan mempelajari dan menilai berbagai sumber hukum yang relevan, seperti peraturan perundang-undangan, keputusan pengadilan, dan literatur yang berkaitan dengan topik perlindungan konsumen serta kepastian hukum di e-commerce.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini berfokus pada analisis dokumentasi hukum, yang berarti penelitian ini mempelajari berbagai sumber hukum tertulis untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai perlindungan konsumen dalam platform digital. Beberapa sumber hukum yang terdapat dalam penelitian ini antara lain Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, serta Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE). Penelitian ini juga mencakup regulasi lainnya yang relevan dengan e-commerce dan social commerce, termasuk regulasi yang diterapkan oleh platform besar seperti Shopee, TikTok Shop, dan Instagram Shop.

Penelitian ini juga menerapkan pendekatan studi kasus, di mana peneliti menganalisis beberapa kasus yang terjadi di platform e-commerce dan social commerce yang ada di Indonesia. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengeksplorasi bagaimana penerapan hukum perlindungan konsumen dalam transaksi digital yang terjadi di platform tersebut dan mengidentifikasi tantangan-tantangan yang muncul dalam penerapan regulasi tersebut.

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan pendekatan komparatif, di mana regulasi yang berlaku di Indonesia dibandingkan dengan regulasi yang diterapkan di negara lain terkait perlindungan konsumen dalam e-commerce. Pendekatan ini bertujuan untuk memperoleh wawasan yang lebih luas tentang praktik terbaik yang dapat diterapkan di Indonesia serta untuk memperkuat dasar hukum yang ada agar lebih efektif dalam melindungi konsumen di era digital.

Metode analisis kualitatif digunakan untuk mengevaluasi data yang diperoleh dari berbagai regulasi yang diteliti. Peneliti akan menganalisis peraturan-peraturan ini secara mendalam untuk mengetahui sejauh mana efektivitas implementasi hukum dalam perlindungan konsumen. Penelitian ini juga mencakup analisis terhadap data kasus, seperti pengaduan konsumen yang berkaitan dengan e-commerce dan social commerce, untuk mengukur efektivitas mekanisme penyelesaian sengketa yang ada.

Dengan menggunakan metode ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai bagaimana perlindungan konsumen dalam transaksi digital di Indonesia dapat ditingkatkan, serta memberikan rekomendasi yang lebih konkret terkait

perbaikan regulasi yang diperlukan untuk mengatasi tantangan-tantangan yang dihadapi dalam implementasinya.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Perlindungan Konsumen dalam Social Commerce

Transaksi digital, khususnya dalam social commerce seperti TikTok Shop, Shopee, dan Instagram Shop, memang menawarkan kemudahan bagi konsumen, namun tidak lepas dari tantangan dalam hal perlindungan konsumen. Jaharudin Jahar (2021) menyebutkan salah satu masalah utama yang sering muncul adalah kurangnya transparansi informasi, yang sering menjadi permasalahan besar dalam praktik jual beli di platform digital. Banyak konsumen mengeluhkan deskripsi produk yang tidak jelas, harga yang tidak konsisten, serta kebijakan pengembalian barang yang tidak transparan. Ketidakjelasan ini menurunkan tingkat kepuasan konsumen dan meningkatkan potensi terjadinya penipuan.

Menurut Jaharudin Jahar (2021), social commerce, yang sangat bergantung pada interaksi sosial melalui media sosial, semakin menuntut adanya transparansi informasi yang lebih tinggi. Kurangnya informasi yang jelas mengenai identitas penjual serta rincian produk dapat merugikan konsumen, karena mereka kesulitan memastikan keamanan transaksi yang mereka lakukan. Pada banyak kasus, konsumen hanya mengandalkan gambar dan deskripsi yang diberikan oleh penjual, yang terkadang tidak sesuai dengan kenyataan. Selain itu, masalah semakin diperparah dengan tidak adanya mekanisme pengaduan yang efektif di beberapa platform.

Penerapan Prinsip Hukum Islam dalam Social Commerce

Dalam ranah transaksi digital yang terjadi di platform social commerce, penerapan prinsip hukum Islam dapat menjadi solusi untuk mengatasi masalah yang ada, khususnya dalam hal keadilan dan transparansi. Jaharudin (2022) menyarankan bahwa prinsip syariah yang menekankan kejujuran dan keadilan dapat diterapkan untuk mengurangi potensi penipuan dalam e-commerce. Berdasarkan prinsip syariah, setiap transaksi harus didasari oleh transparansi yang jelas mengenai produk dan harga serta adanya kesepakatan yang adil antara penjual dan konsumen. Penerapan prinsip syariah dapat memperkuat regulasi yang ada dan memberikan perlindungan yang lebih maksimal kepada konsumen.

Lebih lanjut, prinsip syariah juga menekankan tanggung jawab dari pihak penjual untuk memberikan informasi yang benar dan tidak menyesatkan, serta menghindari praktik-praktik yang dapat merugikan konsumen. Oleh karena itu, regulasi yang berbasis pada prinsip-prinsip syariah dapat memberikan jalan keluar untuk mengatasi ketidakadilan yang mungkin terjadi, terutama pada platform digital seperti social commerce.

Regulasi dan Pengawasan Pemerintah terhadap Platform Digital

Salah satu tantangan utama dalam perlindungan konsumen di e-commerce dan social commerce Indonesia adalah pengawasan yang masih terbatas terhadap platform digital yang ada. Banyak platform besar seperti TikTok Shop dan Shopee beroperasi secara lintas negara, yang menyebabkan pengawasan oleh pemerintah Indonesia menjadi lebih sulit. Hal ini menjadikan penegakan hukum terhadap transaksi digital semakin rumit. Jaharudin (2021) mengusulkan agar regulasi social commerce lebih mengikat dan disesuaikan dengan operasional platform global, mengingat platform-platform ini seringkali menghindari kewajiban hukum yang berlaku di Indonesia.

Di Indonesia, terdapat beberapa regulasi penting yang mengatur transaksi digital, seperti Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, dan Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE). Meskipun regulasi-regulasi ini sudah cukup lengkap, pelaksanaannya masih menghadapi berbagai hambatan. Salah satu tantangan besar adalah pengawasan terhadap transaksi digital yang dilakukan di platform

internasional. Banyak platform seperti TikTok Shop dan Shopee beroperasi tanpa pengawasan yang jelas, sehingga konsumen kesulitan dalam mengajukan klaim atau mendapatkan penyelesaian sengketa.

Selain itu, Yusuf, I. (2020) menjelaskan bahwa prosedur penyelesaian sengketa pada platform e-commerce seringkali rumit dan memakan waktu. Ketidakjelasan mengenai hak-hak konsumen dan kebijakan pengembalian barang juga menjadi masalah besar yang perlu segera diatasi. Hidayat (2020) menyarankan agar pemerintah memperkuat pengawasan terhadap platform digital dengan cara yang lebih terstruktur dan sistematis, agar hak-hak konsumen dapat terlindungi dengan lebih efektif.

Studi Kasus di Platform E-Commerce dan Social Commerce

- **Kasus di TikTok Shop**

TikTok Shop memungkinkan konsumen membeli produk langsung melalui video yang mereka tonton. Meskipun memberikan kemudahan, banyak konsumen yang mengeluhkan ketidaksesuaian produk dengan deskripsi yang diberikan. Proses pengembalian barang yang rumit serta kurangnya transparansi mengenai kebijakan pengembalian menjadi isu utama. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun TikTok Shop telah memperkenalkan kebijakan pengembalian, implementasinya masih belum optimal.

- **Kasus di Shopee**

Shopee, salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia, menyediakan kebijakan pengembalian produk dan uang. Namun, banyak konsumen yang merasa kesulitan dalam mengakses pengembalian uang atau klaim produk. Selain itu, pengawasan terhadap penjual yang tidak mematuhi kebijakan Shopee menjadi masalah utama yang sering dikeluhkan oleh konsumen. Ini menunjukkan perlunya penguatan regulasi dan pengawasan terhadap aktivitas penjual di platform tersebut.

- **Kasus di Instagram Shop**

Instagram Shop memungkinkan konsumen membeli produk langsung melalui media sosial. Meskipun menawarkan kemudahan, banyak konsumen yang mengeluhkan ketidakjelasan informasi tentang produk dan kebijakan pengembalian yang tidak memadai. Masalah terkait dengan penjual yang tidak terdaftar atau tidak mematuhi kebijakan Instagram Shop semakin memperburuk situasi ini.

Pengawasan dan Penyelesaian Sengketa dalam Platform Digital

Meskipun Indonesia sudah memiliki regulasi yang mengatur transaksi digital, pengawasan terhadap transaksi yang dilakukan di platform internasional masih terbatas. Beberapa platform beroperasi tanpa pengawasan yang jelas dari pemerintah Indonesia, sehingga konsumen kesulitan mengajukan klaim atau mendapatkan solusi yang adil ketika terjadi masalah. Prasetya (2023) mengusulkan penguatan peran pemerintah dalam mengawasi transaksi digital, dengan memperkenalkan sistem pengawasan yang lebih transparan dan efektif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini mengungkapkan bahwa e-commerce telah memberikan dampak yang signifikan terhadap ekonomi global, termasuk di Indonesia, dengan mempermudah konsumen dalam melakukan transaksi. Namun, perkembangan yang pesat ini juga membawa tantangan besar, terutama dalam aspek perlindungan konsumen dan transparansi informasi. Penggunaan platform seperti Shopee, TikTok Shop, dan Instagram Shop mempercepat transformasi cara berbelanja konsumen, tetapi juga menambah kompleksitas terkait dengan pengawasan transaksi digital dan kejelasan mengenai hak-hak konsumen.

Meski Indonesia telah memiliki regulasi yang mengatur transaksi digital, seperti Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang No. 11

Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), penerapannya masih menghadapi berbagai kendala. Salah satu masalah utama yang ditemukan adalah kurangnya pengawasan yang efektif, khususnya terhadap platform internasional yang tidak sepenuhnya mematuhi regulasi yang berlaku di Indonesia. Hal ini mengarah pada ketidakjelasan mengenai mekanisme penyelesaian sengketa dan hak-hak konsumen, yang berpotensi menurunkan kepercayaan konsumen terhadap platform-platform tersebut.

Social commerce menambahkan elemen sosial dalam transaksi e-commerce, tetapi juga meningkatkan kerentanannya terhadap penipuan karena sering kali informasi yang disediakan tidak cukup transparan. Penerapan prinsip-prinsip hukum Islam yang menekankan pada kejujuran, keadilan, dan transparansi bisa menjadi salah satu solusi untuk memperkuat regulasi yang ada dan menciptakan transaksi yang lebih adil dan aman bagi konsumen.

Secara keseluruhan, meskipun regulasi yang ada sudah cukup baik, masih ada kebutuhan mendesak untuk memperkuat pengawasan terhadap platform-platform digital, serta menyempurnakan prosedur penyelesaian sengketa yang lebih cepat dan efisien.

Saran

1. Bagi Pemerintah:

Pemerintah perlu memperkuat pengawasan terhadap transaksi digital di Indonesia, khususnya yang melibatkan platform internasional. Pengawasan yang lebih sistematis dan transparan sangat diperlukan untuk menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam bertransaksi secara online. Salah satu langkah yang bisa dilakukan adalah dengan memperkenalkan sistem pengawasan digital yang lebih terstruktur serta memastikan bahwa platform-platform digital mematuhi regulasi perlindungan konsumen yang ada di Indonesia.

2. Bagi Platform E-Commerce dan Social Commerce:

Platform-platform e-commerce seperti Shopee, TikTok Shop, dan Instagram Shop disarankan untuk lebih meningkatkan transparansi informasi yang disediakan kepada konsumen. Penjual yang ada di platform tersebut juga harus lebih bertanggung jawab dalam memberikan deskripsi yang jelas dan akurat mengenai produk mereka, serta menjelaskan secara rinci tentang kebijakan pengembalian barang. Untuk itu, platform-platform ini perlu memperkenalkan mekanisme pengaduan yang lebih efektif, agar konsumen bisa dengan mudah menyelesaikan masalah yang mereka hadapi.

3. Bagi Pedagang Tradisional:

Pedagang tradisional dianjurkan untuk mulai memanfaatkan platform e-commerce sebagai saluran tambahan untuk memperluas pasar mereka. Dengan memanfaatkan platform digital ini, pedagang dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar tanpa perlu membuka cabang fisik baru. Untuk itu, pedagang perlu diberikan pelatihan digital yang intensif agar mereka bisa beradaptasi dengan perkembangan dunia digital.

4. Penerapan Prinsip Hukum Islam:

Penelitian ini menyarankan penerapan prinsip-prinsip hukum Islam dalam regulasi e-commerce dan social commerce, terutama yang terkait dengan transparansi dan keadilan. Prinsip-prinsip syariah yang mengedepankan kejujuran, keterbukaan, dan keadilan dapat menjadi landasan untuk menciptakan sistem transaksi digital yang lebih adil dan transparan bagi konsumen.

5. Edukasi Konsumen:

Konsumen perlu diberikan edukasi yang lebih mendalam mengenai hak-hak mereka dalam bertransaksi di platform digital. Penyuluhan tentang cara menghindari penipuan serta cara memverifikasi keaslian informasi produk sangat penting untuk meningkatkan keamanan dan kenyamanan konsumen. Selain itu, konsumen juga harus diberi

pemahaman tentang prosedur pengembalian barang yang berlaku di setiap platform untuk memastikan bahwa mereka mengetahui hak-hak mereka dengan jelas.

REFERENSI

- Jaharudin, J. (2021). *Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Bisnis Digital*. Jurnal Hukum Bisnis, 8(1), 34-47.
- Jaharudin, J. (2022). *Tantangan Regulasi E-Commerce di Era Digital*. Jurnal Ekonomi Digital, 9(2), 109-125.
- Nasution, A. Z. (2008). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
- Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE).
- Suryono, A. (2020). *Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Digital di Indonesia*. Jurnal Hukum dan Teknologi, 8(1), 150-163.
- Fatimah, N. (2023). *Fenomena Social Commerce dan Implikasinya terhadap Perlindungan Konsumen*. Jurnal Ilmu Hukum Bisnis, 8(1), 33-48.
- Kurniawan, F. (2022). *Regulasi Perdagangan Digital di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Press.
- Wahyuni, Y. (2021). *Tantangan Hukum dalam E-Commerce Global*. Jurnal Hukum Bisnis, 7(4), 188-203.
- Rizaldi, D. (2021). *Sistem Penyelesaian Sengketa dalam E-Commerce di Indonesia*. Jurnal Hukum Perdagangan, 6(4), 250-265.
- Anggraini, M. (2022). *Perlindungan Hukum dalam E-Commerce: Perspektif Internasional dan Nasional*. Jurnal Hukum Perdagangan, 10(1), 112-128.
- Purnama, A. (2021). *Perlindungan Hukum dalam E-Commerce di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Hukum.
- Yusuf, I. (2020). *Tantangan Regulasi E-Commerce di Era Digital*. Jurnal Hukum dan Teknologi, 9(3), 143-160.
- Firmansyah, W. (2022). *Social Commerce dan Implikasinya terhadap Hukum Bisnis*. Jurnal Hukum Bisnis Digital, 2(3), 120-135.
- Haryanto, T. (2021). *Kebijakan Perlindungan Konsumen di Era Digital*. Jurnal Hukum Perdagangan, 6(3), 210-225.
- Wijaya, B. (2022). *Pengawasan Pemerintah dalam Dunia Digital*. Jurnal Hukum Administrasi, 5(3), 90-105.
- Siregar, A. (2021). *Aspek Hukum dalam Perdagangan Internasional dan Digital*. Jurnal Hukum Internasional, 7(2), 55-70.
- Setiowati, D. (2022). *Perlindungan Konsumen dalam Era Digital*. Jurnal Hukum dan Teknologi, 10(2), 145-160.