

Dr. Hendri: Perlindungan Konsumen di Tengah Pertumbuhan Perdagangan Digital

Updates. - KORLANTAS.ID

Mar 18, 2026 - 02:29



Dr. Ir. Hendri, ST., MT Wartawan Utama Ketua Umum Jurnalis Nasional Indonesia (JNI)

OPINI - Perdagangan digital telah mengubah cara masyarakat membeli barang dan jasa. Melalui telepon genggam, konsumen dapat membandingkan harga, membaca ulasan, memesan kebutuhan sehari-hari, membeli tiket, menggunakan jasa transportasi, dan membayar transaksi tanpa meninggalkan rumah.

Kemudahan tersebut membuka pasar yang lebih luas bagi pelaku usaha, khususnya usaha mikro, kecil, dan menengah. Pedagang dari daerah dapat menawarkan produknya kepada konsumen di seluruh Indonesia. Biaya pemasaran berkurang, transaksi menjadi lebih cepat, dan pilihan barang semakin beragam.

Namun, pertumbuhan perdagangan digital juga membawa risiko baru. Konsumen dapat menerima barang yang tidak sesuai, produk palsu, makanan atau kosmetik tanpa izin, tiket yang tidak pernah diterbitkan, layanan yang berbeda dari iklan, serta tagihan yang tidak dipahami sejak awal.

Ada pula konsumen yang kehilangan uang akibat toko fiktif, akun palsu, tautan pembayaran berbahaya, pengambilalihan akun, pencurian kode OTP, atau penipuan yang memanfaatkan kecerdasan artifisial untuk meniru suara dan identitas orang lain.

Dalam perdagangan konvensional, konsumen dapat melihat barang, bertemu penjual, memeriksa alamat toko, dan meminta penjelasan secara langsung. Dalam transaksi digital, konsumen sering hanya berhadapan dengan foto, video, ulasan, algoritma rekomendasi, serta tombol yang dirancang agar keputusan pembelian dilakukan secepat mungkin.

Karena itu, pertumbuhan perdagangan digital harus diikuti perlindungan konsumen yang lebih kuat. Ekonomi digital tidak akan bertahan hanya dengan teknologi, promosi, dan potongan harga. Ia membutuhkan kepercayaan.

Pengaduan Didominasi Transaksi Daring

Data Kementerian Perdagangan menunjukkan besarnya tantangan perlindungan konsumen di ruang digital. Sepanjang 2025, Kementerian Perdagangan menerima 7.887 laporan konsumen. Dari jumlah tersebut, sebanyak 7.836 laporan berkaitan dengan perdagangan melalui sistem elektronik.

Dengan demikian, sekitar 99 persen laporan konsumen yang masuk ke Kementerian Perdagangan pada 2025 bersumber dari transaksi daring. Keluhan tersebut antara lain berkaitan dengan barang yang tidak sesuai, produk rusak, kendala garansi, isi ulang saldo, layanan tunda bayar, dan kartu kredit. Data tersebut tercantum dalam [laporan layanan pengaduan konsumen Ditjen PKTN](#).

Angka pengaduan resmi kemungkinan belum menggambarkan seluruh masalah. Banyak konsumen tidak melapor karena nilai kerugiannya dianggap kecil, tidak mengetahui saluran pengaduan, kesulitan mengumpulkan bukti, atau merasa proses penyelesaian tidak sebanding dengan waktu yang harus dikeluarkan.

Kerugian kecil yang dialami jutaan orang dapat menjadi kerugian ekonomi yang sangat besar. Karena itu, perlindungan konsumen tidak boleh hanya menunggu laporan individual. Pemerintah dan platform harus mampu menemukan pola pelanggaran dan mencegahnya sebelum semakin banyak konsumen dirugikan.

Ancaman penipuan digital juga semakin serius. Pada Juli 2026, Kementerian Komunikasi dan Digital menyampaikan bahwa kerugian akibat spam dan

penipuan digital di Indonesia diperkirakan mencapai sekitar Rp7,5 triliun berdasarkan data Global Anti-Scam Alliance. [Komdigi](#) memperingatkan bahwa teknologi kecerdasan artifisial membuat penipuan semakin canggih, termasuk melalui peniruan suara.

Pertumbuhan ekonomi digital harus dibaca bersama dengan pertumbuhan risikonya. Semakin banyak transaksi berarti semakin besar tanggung jawab untuk melindungi konsumen.

Hak Konsumen Tidak Hilang karena Transaksi Berpindah ke Layar

[Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999](#) tentang Perlindungan Konsumen memberikan sejumlah hak mendasar kepada konsumen. Hak tersebut antara lain mencakup kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam menggunakan barang atau jasa; hak memperoleh informasi yang benar; hak memilih; hak menyampaikan keluhan; serta hak memperoleh kompensasi atau ganti rugi.

Hak-hak tersebut tetap berlaku ketika transaksi dilakukan melalui aplikasi, lokapasar, media sosial, siaran langsung, situs web, atau sistem digital lainnya.

Penjual tidak boleh memberikan informasi palsu hanya karena konsumen tidak dapat melihat barang secara langsung. Platform tidak boleh menyembunyikan biaya sampai tahap pembayaran terakhir. Penyedia jasa tidak boleh mempersulit pembatalan layanan yang sebelumnya dapat diaktifkan hanya dengan satu sentuhan.

Indonesia juga memiliki [Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019](#) tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Peraturan ini menjadi landasan tata kelola transaksi elektronik, termasuk kewajiban pelaku usaha, kontrak elektronik, bukti transaksi, periklanan, perlindungan data, pembayaran, pengiriman, pembatalan, dan penyelesaian sengketa.

Pada Juni 2026, pemerintah memberlakukan [Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 19 Tahun 2026](#) tentang Penyelenggaraan Usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Peraturan baru ini menggantikan Permendag Nomor 31 Tahun 2023.

Menurut [Kementerian Perdagangan](#), aturan tersebut mengatur kewajiban pedagang dan penyelenggara platform, transparansi informasi produk serta biaya, penyediaan mekanisme pengaduan, perizinan, promosi produk dalam negeri, dan pemanfaatan kecerdasan artifisial secara bertanggung jawab.

Kerangka hukum sudah tersedia. Tantangannya adalah memastikan peraturan dapat diterapkan pada teknologi dan model bisnis yang berubah sangat cepat.

Rantai Tanggung Jawab Semakin Panjang

Dalam perdagangan digital, satu transaksi dapat melibatkan banyak pihak. Konsumen membeli dari pedagang melalui platform, membayar menggunakan

bank atau dompet digital, memilih pembiayaan paylater, menerima barang melalui perusahaan logistik, dan mengetahui produk dari iklan seorang pemengaruh.

Ketika masalah terjadi, konsumen sering dipindahkan dari satu pihak ke pihak lain. Penjual menyalahkan kurir. Kurir meminta konsumen menghubungi platform. Platform menyatakan hanya menyediakan tempat pertemuan. Penyedia pembayaran mengatakan transaksi telah berhasil. Sementara itu, konsumen belum memperoleh barang atau pengembalian dana.

Sistem seperti ini tidak adil. Konsumen tidak boleh dipaksa memahami struktur kontrak dan hubungan bisnis yang rumit hanya untuk memperoleh haknya kembali.

Tanggung jawab harus dibagi berdasarkan kendali dan peran setiap pihak. Penjual bertanggung jawab terhadap keaslian, mutu, keamanan, dan kesesuaian barang. Perusahaan logistik bertanggung jawab terhadap pengiriman sesuai layanan yang disepakati. Penyedia pembayaran bertanggung jawab terhadap keamanan dan ketepatan proses pembayaran.

Platform bertanggung jawab terhadap sistem yang dikelolanya, termasuk verifikasi pedagang, tampilan informasi, iklan, peringkat, ulasan, mekanisme pembayaran, perlindungan rekening penampungan, penanganan laporan, dan pengembalian dana sesuai ketentuan.

Platform tidak dapat selalu berlindung di balik alasan sebagai perantara netral. Platform mengendalikan siapa yang dapat berjualan, produk apa yang ditampilkan, urutan pencarian, biaya transaksi, promosi, sistem pembayaran, dan data konsumen. Platform juga memperoleh keuntungan dari transaksi.

Semakin besar kendali dan keuntungan suatu platform, semakin besar pula tanggung jawabnya terhadap keselamatan konsumen.

Informasi Produk Harus Benar dan Dapat Diverifikasi

Konsumen digital membuat keputusan berdasarkan informasi yang disediakan penjual dan platform. Karena itu, deskripsi produk, ukuran, komposisi, kondisi, asal barang, masa berlaku, jaminan, izin edar, serta biaya harus disampaikan secara benar.

Foto yang telah dimanipulasi, judul yang menyesatkan, klaim kesehatan tanpa dasar, diskon palsu, serta menyembunyikan syarat penting merupakan bentuk ketidakadilan terhadap konsumen.

Harga yang ditampilkan seharusnya mencerminkan biaya nyata yang harus dibayar. Konsumen tidak boleh baru mengetahui adanya biaya layanan, biaya penanganan, asuransi otomatis, atau biaya lain ketika hampir menyelesaikan pembayaran.

Produk yang mempunyai risiko terhadap kesehatan dan keselamatan harus

memperoleh pengawasan lebih ketat. Obat, kosmetik, makanan, suplemen, perangkat listrik, mainan anak, dan produk kesehatan tidak dapat diperlakukan sama dengan barang berisiko rendah.

Platform harus menghubungkan daftar produk dengan basis data perizinan dan sertifikasi yang relevan. Produk yang diketahui ilegal, palsu, berbahaya, atau ditarik dari peredaran harus segera dihapus, diblokir agar tidak muncul kembali, dan diinformasikan kepada konsumen yang sudah membelinya.

Penindakan tidak boleh berhenti pada penghapusan satu tautan. Pedagang yang sama sering dapat membuka akun baru dan kembali menjual barang serupa. Karena itu, platform membutuhkan sistem deteksi berbasis identitas, perangkat, rekening, pola transaksi, dan hubungan antarpenjual dengan tetap mematuhi aturan perlindungan data.

Ulasan dan Peringkat Tidak Boleh Dimanipulasi

Ulasan merupakan pengganti pengalaman langsung dalam perdagangan digital. Konsumen mempercayai penilaian pembeli lain untuk menentukan kualitas barang dan kredibilitas penjual.

Masalah muncul ketika ulasan dibeli, dibuat oleh akun palsu, diberikan untuk barang gratis tanpa keterangan, atau dikumpulkan melalui tekanan kepada konsumen. Ada pula pedagang yang menggabungkan halaman produk lama dengan barang baru agar tetap terlihat mempunyai ribuan ulasan positif.

Platform harus memastikan ulasan berasal dari transaksi yang dapat diverifikasi. Ulasan berbayar, pemberian hadiah, atau hubungan komersial harus diberi tanda yang jelas. Konsumen juga harus dapat melihat alasan suatu ulasan dihapus.

Peringkat penjual tidak boleh hanya didasarkan pada banyaknya penjualan. Aspek penyelesaian pengaduan, keaslian produk, tingkat pengembalian, ketepatan deskripsi, dan kepatuhan terhadap peraturan harus diperhitungkan.

Algoritma tidak boleh membuat penjual bermasalah terus muncul di posisi teratas hanya karena membayar biaya iklan lebih besar.

Iklan Digital dan Peran Pemengaruh

Batas antara hiburan, rekomendasi pribadi, dan iklan semakin kabur. Konsumen dapat mengira seorang pemengaruh sedang membagikan pengalaman, padahal konten tersebut merupakan promosi berbayar.

Setiap hubungan komersial harus diungkapkan secara jelas. Tanda iklan tidak boleh disembunyikan dalam keterangan panjang, menggunakan istilah yang tidak dipahami masyarakat, atau ditampilkan hanya dalam beberapa detik.

Pemengaruh juga tidak dapat melepaskan seluruh tanggung jawab dengan alasan hanya membacakan materi promosi. Mereka tetap mempunyai kewajiban etis untuk tidak menyampaikan klaim yang diketahui atau seharusnya dapat diketahui sebagai informasi palsu, terutama untuk produk kesehatan, investasi,

keuangan, pendidikan, dan kebutuhan anak.

Platform harus menyediakan label iklan yang mudah dikenali dan menyimpan jejak pihak yang membiayai promosi. Pemerintah perlu mengatur tanggung jawab secara proporsional berdasarkan tingkat kendali, keuntungan, dan risiko produk yang dipromosikan.

Algoritma dan Kecerdasan Artifisial Harus Transparan

Perdagangan digital semakin bergantung pada algoritma. Algoritma menentukan produk yang terlihat, harga yang ditawarkan, iklan yang muncul, penjual yang direkomendasikan, dan promosi yang diterima setiap pengguna.

Algoritma dapat membantu konsumen menemukan barang yang relevan. Namun, ia juga dapat digunakan untuk mengeksploitasi kelemahan psikologis, menciptakan rasa mendesak, atau mendorong pembelian yang sebenarnya tidak dibutuhkan.

Penggunaan tulisan “tinggal satu”, penghitung waktu yang terus diulang, kotak tambahan yang otomatis tercentang, proses pendaftaran yang sangat mudah tetapi pembatalan yang rumit, serta pemberitahuan terus-menerus merupakan contoh desain manipulatif atau *dark pattern*.

Konsumen harus mengetahui apabila rekomendasi, peringkat, layanan pelanggan, atau penentuan risiko dilakukan oleh sistem kecerdasan artifisial. Platform juga perlu menjelaskan secara sederhana faktor utama yang memengaruhi rekomendasi dan harga.

Pemanfaatan kecerdasan artifisial tidak boleh menghasilkan diskriminasi harga yang tidak wajar, menyembunyikan produk tertentu, memanipulasi pilihan, atau memanfaatkan kelompok rentan.

Keputusan otomatis yang berdampak besar, misalnya penolakan pengembalian dana, pembatasan akun, atau persetujuan pembiayaan, harus dapat ditinjau oleh manusia.

Data Pribadi Bukan Harga yang Harus Dibayar untuk Kemudahan

Setiap transaksi digital menghasilkan data. Platform dapat mengetahui nama, alamat, nomor telepon, lokasi, perangkat, kebiasaan belanja, metode pembayaran, barang yang dicari, waktu transaksi, serta perkiraan kemampuan ekonomi konsumen.

Data tersebut mempunyai nilai ekonomi besar. Ia dapat digunakan untuk personalisasi, iklan, penilaian risiko, dan pengembangan produk. Namun, pemanfaatannya harus mempunyai dasar hukum, tujuan yang jelas, dan batas yang tegas.

[Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022](#) tentang Pelindungan Data Pribadi mengatur hak subjek data, kewajiban pengendali dan pemroses data, keamanan pemrosesan, transfer data, penyelesaian sengketa, serta sanksi.

Platform perdagangan tidak boleh mengumpulkan data melebihi kebutuhan transaksi. Aplikasi belanja tidak seharusnya meminta akses terhadap kontak, mikrofon, foto, atau lokasi secara terus-menerus apabila tidak diperlukan.

Persetujuan juga tidak boleh diperoleh melalui kotak panjang yang sulit dipahami. Konsumen perlu mengetahui data apa yang dikumpulkan, untuk tujuan apa, kepada siapa data diberikan, berapa lama disimpan, dan bagaimana meminta penghapusan atau koreksi.

Apabila terjadi kebocoran, konsumen harus mendapat pemberitahuan yang cepat dan jelas, termasuk jenis data yang terdampak, risiko yang mungkin timbul, serta tindakan perlindungan yang harus dilakukan.

Hingga Juli 2026, pemerintah masih memfinalisasi pembentukan otoritas pelindungan data pribadi yang direncanakan bekerja secara independen. [Komdigi](#) menyatakan pembentukan otoritas tersebut menjadi bagian dari tahapan akhir penyusunan peraturan pelaksana UU PDP.

Penyelesaian kelembagaan ini penting agar masyarakat mempunyai tempat pengaduan yang jelas dan penegakan perlindungan data tidak terpecah-pecah.

Paylater: Kemudahan yang Dapat Menjadi Jebakan

Layanan *buy now, pay later* memberikan kemudahan membeli barang tanpa pembayaran penuh di muka. Bagi sebagian orang, layanan ini membantu pengelolaan arus kas. Namun, promosi yang agresif dapat membuat utang terlihat seperti potongan harga.

Pada Maret 2026, nilai outstanding kredit BNPL perbankan mencapai Rp28,3 triliun dengan 30,81 juta rekening. Sementara itu, pembiayaan BNPL melalui perusahaan pembiayaan mencapai Rp12,81 triliun. [Data OJK](#) menunjukkan pertumbuhan yang cukup tinggi dibandingkan periode sebelumnya.

Konsumen harus menerima informasi mengenai bunga, biaya layanan, denda, tenor, total pembayaran, risiko keterlambatan, serta dampaknya terhadap catatan kredit sebelum menyetujui pembiayaan.

Platform tidak boleh menggunakan desain yang membuat konsumen memilih paylater tanpa sadar. Pembiayaan juga tidak boleh dipromosikan kepada anak atau kelompok rentan sebagai jalan untuk memenuhi gaya hidup.

[POJK Nomor 22 Tahun 2023](#) mengatur perlindungan konsumen sektor jasa keuangan, termasuk keamanan data, perjanjian baku, dan tata cara penagihan. Perlindungan tersebut perlu diterapkan secara ketat pada pembiayaan yang ditawarkan di dalam platform perdagangan.

Penilaian kemampuan membayar harus dilakukan secara bertanggung jawab.

Keuntungan dari bunga dan biaya tidak boleh dibangun di atas kegagalan konsumen memahami utangnya.

Pengembalian Dana Harus Cepat dan Mudah

Masalah yang paling membuat konsumen kehilangan kepercayaan adalah proses pengembalian dana yang panjang dan tidak jelas.

Ketika pesanan dibatalkan, barang tidak dikirim, produk tidak sesuai, atau transaksi terbukti tidak sah, konsumen seharusnya memperoleh pengembalian dana dalam batas waktu yang pasti.

Platform tidak boleh memaksa konsumen menerima voucher apabila pembayaran dilakukan dengan uang. Saldo pengembalian juga tidak seharusnya dikunci di dalam ekosistem platform apabila konsumen berhak menerimanya kembali melalui metode pembayaran semula.

Proses pengaduan harus mudah ditemukan. Konsumen tidak boleh dipaksa berhadapan dengan jawaban otomatis yang berulang tanpa akses kepada petugas manusia. Setiap laporan harus mempunyai nomor, batas waktu, petugas atau unit penanggung jawab, serta jalur keberatan.

Untuk transaksi bernilai kecil dan bukti yang jelas, penyelesaian dapat dilakukan secara otomatis. Sistem rekening penampungan harus menahan pembayaran kepada penjual sampai kewajiban dasar terpenuhi.

Penyedia pembayaran juga perlu memperkuat mekanisme penghentian transaksi, penelusuran dana, dan pengembalian pembayaran ketika terdapat bukti penipuan. Kecepatan sangat penting karena uang hasil penipuan dapat dipindahkan dalam hitungan menit.

Transaksi Lintas Negara Membutuhkan Kepastian

Perdagangan digital memungkinkan konsumen membeli langsung dari pedagang luar negeri. Pilihan menjadi lebih luas, tetapi penyelesaian masalah menjadi lebih sulit.

Konsumen dapat kesulitan mengetahui identitas penjual, standar produk, izin edar, lokasi usaha, mekanisme garansi, dan yurisdiksi penyelesaian sengketa.

Platform yang memfasilitasi penjual luar negeri harus memastikan identitas pedagang dapat diverifikasi, kewajiban perpajakan dan perizinan dipenuhi, serta tersedia pihak yang dapat dimintai pertanggungjawaban di Indonesia.

Barang dari luar negeri yang dijual kepada konsumen Indonesia harus memenuhi standar keselamatan, label, dan ketentuan perlindungan konsumen yang berlaku. Platform tidak boleh membiarkan barang berisiko masuk hanya karena dijual langsung oleh pedagang asing.

Jika penjual tidak dapat dijangkau, platform yang memfasilitasi transaksi, promosi, dan pembayaran harus mempunyai tanggung jawab yang lebih besar

dalam memberikan pengembalian dana.

Melindungi Anak dan Kelompok Rentan

Anak, lansia, penyandang disabilitas, dan masyarakat dengan literasi digital terbatas menghadapi risiko yang lebih besar. Mereka lebih mudah terpengaruh iklan, desain manipulatif, penawaran hadiah, penipuan identitas, dan transaksi berulang.

Anak belum selalu mampu membedakan hiburan dengan iklan. Barang virtual, kotak hadiah acak, langganan otomatis, dan pembelian di dalam aplikasi dapat mendorong pengeluaran tanpa pemahaman penuh.

Pemerintah telah memberlakukan Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2025 tentang tata kelola sistem elektronik dalam perlindungan anak. Implementasinya perlu dihubungkan dengan perdagangan digital, khususnya pembatasan profil iklan, pemrosesan data anak, desain persuasif, dan transaksi yang membutuhkan persetujuan orang tua.

Lansia membutuhkan tampilan yang mudah dibaca, peringatan penipuan yang jelas, serta akses cepat kepada bantuan manusia. Sistem keamanan tidak boleh hanya dirancang untuk pengguna yang terbiasa dengan teknologi.

Perlindungan yang baik tidak memperlakukan semua konsumen secara identik. Ia menyediakan dukungan tambahan bagi mereka yang menghadapi risiko lebih besar.

Regulasi Tidak Boleh Membunuh Inovasi

Pelaku industri sering mengingatkan bahwa regulasi berlebihan dapat meningkatkan biaya, menghambat inovasi, dan memberatkan UMKM. Kekhawatiran tersebut perlu dipertimbangkan.

Pedagang mikro tidak dapat dibebani persyaratan yang sama dengan platform bernilai triliunan rupiah. Regulasi harus berbasis risiko, skala usaha, jenis produk, jumlah transaksi, serta kemampuan pelaku usaha.

Namun, perlindungan konsumen bukan lawan dari inovasi. Perlindungan justru menciptakan kepercayaan yang dibutuhkan agar masyarakat berani bertransaksi.

UMKM yang jujur juga dirugikan oleh pedagang produk palsu, manipulasi ulasan, dan penjual yang dapat berganti akun setelah melakukan pelanggaran. Penegakan aturan yang baik menciptakan persaingan yang lebih adil.

Inovasi yang hanya tumbuh karena konsumen tidak memahami risiko, tidak dapat membatalkan layanan, atau tidak mempunyai jalan memperoleh ganti rugi bukanlah inovasi yang sehat.

Agenda Penguatan Perlindungan Konsumen Digital

Pertama, Undang-Undang Perlindungan Konsumen perlu dimodernisasi agar mengatur secara tegas transaksi digital, algoritma, data, platform, iklan pemengaruh, desain manipulatif, perdagangan lintas negara, dan penyelesaian sengketa daring.

Kedua, tanggung jawab setiap pihak harus ditentukan berdasarkan kendali, keuntungan, dan kemampuannya mencegah kerugian. Platform tidak boleh otomatis terbebas dari tanggung jawab hanya karena pelanggaran dilakukan penjual.

Ketiga, pemerintah perlu membangun sistem pengaduan konsumen terpadu. Konsumen cukup melapor melalui satu pintu, sedangkan sistem meneruskan perkara kepada Kementerian Perdagangan, BPKN, BPSK, OJK, Bank Indonesia, Komdigi, BPOM, kepolisian, atau instansi lain sesuai kewenangannya.

Keempat, standar waktu pengembalian dana dan penyelesaian pengaduan harus ditetapkan secara jelas. Pelanggaran berulang perlu dikenai sanksi yang sebanding dengan skala usaha dan kerugian konsumen.

Kelima, verifikasi pedagang harus berbasis risiko. Identitas, rekening, izin usaha, alamat, dan legalitas produk harus dapat diperiksa tanpa mematikan kesempatan UMKM untuk masuk ke perdagangan digital.

Keenam, platform wajib mendeteksi dan menindak produk palsu, ilegal, berbahaya, serta akun penipu secara proaktif. Sistem harus mencegah pelaku yang sama kembali melalui akun baru.

Ketujuh, iklan, rekomendasi berbayar, ulasan bersponsor, dan penggunaan kecerdasan artifisial harus ditandai secara jelas. Konsumen berhak mengetahui kapan pilihan mereka dipengaruhi kepentingan komersial.

Kedelapan, pengumpulan data harus dibatasi sesuai kebutuhan. Keamanan data harus menjadi kewajiban sejak sistem dirancang, bukan tindakan setelah terjadi kebocoran.

Kesembilan, layanan paylater harus disertai penilaian kemampuan membayar, informasi biaya total, peringatan risiko, dan larangan promosi yang manipulatif.

Kesepuluh, konsumen harus mempunyai mekanisme penyelesaian sengketa daring yang murah, cepat, dan mengikat. Untuk kerugian massal, mekanisme gugatan kelompok dan pemulihan kolektif perlu diperkuat.

Kesebelas, pemerintah harus mempublikasikan data pengaduan, pelanggaran, tingkat penyelesaian, waktu pengembalian dana, dan platform yang paling banyak bermasalah. Transparansi akan mendorong pelaku usaha memperbaiki layanan.

Kedua belas, literasi konsumen harus diperluas. Masyarakat perlu memahami cara memeriksa penjual, melindungi kode OTP, mengenali tautan palsu, membaca biaya paylater, menyimpan bukti transaksi, dan menggunakan kanal pengaduan.

Tanggung Jawab Bersama

Pemerintah bertanggung jawab membentuk aturan, mengawasi, menindak pelanggaran, dan menyediakan penyelesaian sengketa. Platform bertanggung jawab membangun sistem yang aman, transparan, serta tidak manipulatif.

Penjual wajib memberikan informasi benar, menyediakan barang sesuai janji, dan memberikan ganti rugi ketika melakukan kesalahan. Penyedia pembayaran serta lembaga keuangan bertanggung jawab terhadap keamanan transaksi dan pembiayaan yang bertanggung jawab.

Perusahaan logistik harus menjaga barang dan menyediakan bukti pengiriman yang dapat dipercaya. Pemangaruh bertanggung jawab mengungkap hubungan komersial. Media membantu mengedukasi sekaligus mengawasi kebijakan dan perilaku pelaku usaha.

Konsumen juga perlu meningkatkan kewaspadaan. Namun, perlindungan konsumen tidak boleh hanya dibebankan kepada kemampuan individu untuk berhati-hati.

Nasihat “konsumen harus teliti” tidak cukup apabila desain sistem memang dibuat untuk menyesatkan, identitas penjual tidak diverifikasi, atau pengaduan sengaja dipersulit.

Pihak yang merancang, menguasai, dan memperoleh keuntungan dari sistem memiliki tanggung jawab lebih besar daripada pengguna biasa.

Penutup

Perdagangan digital telah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat dan perekonomian nasional. Ia membuka peluang, mempercepat transaksi, memperluas pasar, dan membantu UMKM menjangkau konsumen.

Namun, pertumbuhan tidak boleh dibayar dengan meningkatnya penipuan, kebocoran data, utang konsumtif, produk ilegal, iklan menyesatkan, dan sulitnya memperoleh ganti rugi.

Konsumen bukan sekadar angka transaksi atau sumber data. Konsumen adalah warga negara yang mempunyai hak atas keamanan, informasi, pilihan, privasi, pengaduan, dan pemulihan.

Pemerintah tidak boleh hanya menghitung nilai ekonomi digital. Pemerintah juga harus menghitung berapa banyak konsumen yang dirugikan, berapa lama pengaduan diselesaikan, berapa cepat dana dikembalikan, dan berapa banyak pelaku yang ditindak.

Platform tidak cukup menyatakan dirinya sebagai perantara. Kekuasaan mengatur pasar, mengendalikan algoritma, menyimpan data, dan memperoleh keuntungan harus diikuti tanggung jawab.

Pertumbuhan perdagangan digital yang sehat bukan hanya ditandai oleh semakin banyaknya transaksi, tetapi oleh semakin kecilnya risiko dan semakin kuatnya kepercayaan.

Indonesia membutuhkan ekonomi digital yang maju, inovatif, dan kompetitif. Namun, kemajuan tersebut harus berpusat pada manusia.

Sebab, ekonomi digital yang besar tanpa perlindungan konsumen hanya akan memperbesar pasar bagi penipuan. Sebaliknya, perlindungan konsumen yang kuat akan menjadikan perdagangan digital tumbuh lebih sehat, adil, dan berkelanjutan.

Jakarta, 18 Maret 2026

Dr. Ir. Hendri, ST., MT

Wartawan Utama

Ketua Umum Jurnalis Nasional [Indonesia](#) (JNI)