



Berbagai penelitian terdahulu telah membahas beberapa masalah yang terjadi dalam transaksi *e-commerce* mulai dari tingkat kesadaran hukum konsumen di Indonesia masih sangat rendah, posisi konsumen yang lebih rendah daripada pelaku usaha menjadikan konsumen sebagai objek untuk meraup keuntungan bagi pelaku usaha nakal serta masih lemahnya regulasi sektoral yang mampu melindungi hak-hak konsumen ketika terjadi sengketa pada transaksi *e-commerce*.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan konsumen sebagai subjek penelitian. Peneliti menggunakan variabel Akses informasi, Pengalaman dan pengetahuan sebagai variabel dependen, dari variabel itu dapat menentukan faktor yang memengaruhi kesadaran konsumen *e-commerce* akan perlindungan hukum sebagai variabel terikat. Sampel yang digunakan adalah masyarakat yang berdomisili di Yogyakarta dengan beberapa syarat untuk mengisi kuesioner. Setelah didapatkan hasil pengisian dari responden, data tersebut akan dianalisis menggunakan sebuah program SPSS versi 29. Dari pengolahan data tersebut didapatkan hasil yang akan membuktikan hipotesis.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Akses informasi, pengalaman, dan pengetahuan berpengaruh terhadap kesadaran konsumen *e-commerce* akan perlindungan hukum. Baik secara parsial maupun secara simultan. Pengujian ini juga mengungkapkan bahwa masih ada 49.1% faktor lain yang memengaruhi kesadaran di luar variabel penelitian ini.

Beberapa poin pernyataan dalam kuesioner membantu memberikan gambaran seperti akses informasi yang minim, kurangnya kesadaran konsumen dalam mempelajari undang-undang, pengalaman dalam penyelesaian sengketa dan pengetahuan terkait lembaga yang dapat membantu penyelesaian masalah dalam transaksi *e-commerce* dapat menjadikan acuan untuk menciptakan ekosistem transaksi digital yang ramah, aman serta tidak merugikan salah satu pihak. Oleh karena itu dibutuhkan kerjasama *multi stakeholder* bagi organisasi konsumen, pelaku usaha, perusahaan *e-commerce* dan pemerintah untuk merumuskan kebijakan yang tepat dan efektif.

Kata kunci : Perlindungan Hukum, Kesadaran Konsumen, e-commerce, Kebijakan Konsumen

Abstract

Previous studies have discussed several problems that occur in e-commerce transactions, starting from the level of consumer legal awareness in Indonesia which is still very low, the position of consumers who are lower than business actors makes consumers an object to reap profits for unscrupulous business actors and the weakness of sectoral regulations that are able to protect consumer rights when disputes occur in e-commerce transactions.

This research method uses a quantitative approach with consumers as the subject of research. Researchers use the variables Access to information, Experience and knowledge as dependent variables, from these variables can determine the factors that influence e-commerce consumer awareness of legal protection as dependent variables. The sample used is people domiciled in Yogyakarta with several requirements to fill out the questionnaire. After the results of the respondents' filling in are obtained, the data will be analyzed using an SPSS version 29 program. From the data processing, results are obtained that will prove the hypothesis.

The results of this study prove that Access to information, experience, and knowledge have an effect on e-commerce consumer awareness of legal protection. Both partially and simultaneously. This test also revealed that there are still 49.1% other factors that influence awareness outside of this research variable.

Several points of statements in the questionnaire help provide an overview such as minimal access to information, lack of consumer awareness in studying the law, experience in dispute resolution and knowledge related to institutions that can help resolve problems in e-commerce transactions can be used as a reference to create a digital transaction ecosystem that is friendly, safe and does not harm either party. Therefore, multi-stakeholder cooperation is needed for consumer organizations, business actors, e-commerce companies and the government to formulate appropriate and effective policies.

Keywords: Legal Protection, Consumer Awareness, e-commerce, Consumer Policy