

Pengaruh Literasi Konsumen terhadap Upaya Perlindungan Diri dalam Transaksi Digital di Indonesia

Ervina Ahsanti^{1*}, Alfia Diningsih², Siti Rohmah Wati³

¹Institut Maritim Prasetiya Mandiri, Jalan Zainal Abidin Pagar Alam No. 24, Gang Pelita 1, Labuhan Ratu, Kecamatan Kedaton, Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung

^{2,3}Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Jl. Letnan Kolonel H. Endro Suratmin, Sukarame, Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung, Kode Pos 35131

E-mail: ervinaahsanti85@gmail.com

*Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6533>

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 13 May 2026

Revised: 19 May 2026

Accepted: 25 May 2026

Kata Kunci:

Literasi Konsumen,
Perlindungan Diri,
Transaksi Digital.

Keywords:

Consumer Literacy,
Self-Protection, Digital
Transactions.



ABSTRACT

Perkembangan teknologi digital telah mendorong peningkatan aktivitas transaksi online di Indonesia, namun belum diimbangi dengan tingkat literasi konsumen yang memadai. Kondisi ini menyebabkan meningkatnya risiko penipuan dan kebocoran data pribadi dalam transaksi digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran literasi konsumen dalam meningkatkan kemampuan perlindungan diri dalam transaksi digital serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhinya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan (library research), dengan memanfaatkan data sekunder yang diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, laporan resmi, dan peraturan perundang-undangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi konsumen memiliki peran penting sebagai mekanisme preventif dalam melindungi konsumen dari berbagai risiko transaksi digital. Tingkat literasi konsumen dipengaruhi oleh faktor pendidikan, akses teknologi, regulasi, serta peran media. Rendahnya literasi menyebabkan konsumen lebih rentan terhadap penipuan online dan penyalahgunaan data pribadi. Oleh karena itu, peningkatan literasi konsumen melalui edukasi, penguatan regulasi, dan peran aktif berbagai pihak menjadi langkah strategis dalam menciptakan ekosistem transaksi digital yang aman dan terpercaya.

The development of digital technology has significantly increased online transaction activities in Indonesia, but it is also accompanied by rising risks such as digital fraud and personal data breaches. This condition highlights the importance of consumer literacy in enhancing self-protection capabilities in digital transactions. This study aims to analyze the role of consumer literacy in improving self-protection and to identify the factors influencing it. This research employs a qualitative method with a library research approach, utilizing secondary data obtained from books, scientific journals, official reports, and legal regulations. The results indicate that the level of consumer literacy in Indonesia is still relatively low and is influenced by various factors, including education, access to technology, regulation, and media. Consumer literacy functions as a preventive mechanism that enables consumers to identify risks, evaluate information, and make rational decisions in digital transactions. Therefore, improving consumer literacy is a strategic step in creating a safe and trustworthy digital transaction ecosystem.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Ervina Ahsanti, et al. (2026), Pengaruh Literasi Konsumen terhadap Upaya Perlindungan Diri dalam Transaksi Digital di Indonesia, 4(4). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6533>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah lanskap transaksi ekonomi secara fundamental, menciptakan peluang sekaligus tantangan baru dalam perlindungan konsumen. Beragam kegiatan kini dapat dilakukan secara daring, mulai dari berbelanja, berkomunikasi, bekerja, hingga mengakses pendidikan (Asriansyah, 2026). Masyarakat kini semakin terbiasa menggunakan

platform digital seperti *e-commerce*, *marketplace*, *mobile banking*, dan dompet digital untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Kemudahan akses internet serta meningkatnya penggunaan *smartphone* turut mendorong pertumbuhan transaksi digital di berbagai kalangan masyarakat. Selain memberikan kemudahan dan efisiensi, perkembangan transaksi digital juga berpengaruh terhadap perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin bergantung pada teknologi digital (Fani Ma'sumatul Maghfiroh, 2023). Peningkatan penggunaan digital marketing juga berdampak pada pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia. E-commerce menjadi salah satu sektor yang berkembang pesat, terutama didorong oleh kemudahan transaksi online dan layanan pengiriman yang semakin efisien. Platform seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak menunjukkan bagaimana digital marketing dapat mengubah wajah perdagangan tradisional. Perusahaan-perusahaan ini tidak hanya mengandalkan iklan online tetapi juga memanfaatkan analitik data untuk memahami perilaku konsumen dan mengoptimalkan strategi pemasaran mereka (Cicilia S. Bangun, 2023).

Ekonomi digital (*digital economy*) merupakan konsep yang menggambarkan pemanfaatan teknologi modern dalam mengubah cara kegiatan ekonomi berlangsung. Konsep ini mencakup penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), internet, serta berbagai platform digital untuk mendukung aktivitas ekonomi seperti perdagangan, pelayanan, produksi, hingga distribusi. Dalam ekonomi digital, teknologi menjadi unsur utama yang menghubungkan produsen, konsumen, dan berbagai pelaku usaha lainnya secara lebih efektif dan efisien. Perkembangan ekonomi digital juga melahirkan berbagai inovasi dalam aktivitas bisnis, salah satunya melalui perdagangan elektronik atau *e-commerce*. *E-commerce* merupakan proses jual beli produk maupun layanan yang dilakukan melalui internet. Aktivitas ini mencakup transfer dana, pertukaran data, serta transaksi bisnis antara perusahaan dengan konsumen atau *Business to Consumer (B2C)*, antara perusahaan dengan perusahaan atau *Business to Business (B2B)*, serta antara konsumen dengan konsumen atau *Customer to Customer (C2C)*. Kehadiran *e-commerce* telah mengubah cara bisnis dijalankan dengan membuka akses pasar yang lebih luas hingga ke tingkat global. Selain itu, fenomena ini juga membawa perubahan besar terhadap cara masyarakat berbelanja, menjalankan usaha, dan melakukan interaksi ekonomi secara digital (Fani Ma'sumatul Maghfiroh, 2023).

Namun, meskipun banyak manfaat yang ditawarkan, transaksi digital di Indonesia juga menghadapi berbagai tantangan. Salah satunya adalah masalah privasi dan keamanan data. Dengan semakin banyaknya data yang dikumpulkan dan disimpan oleh perusahaan, risiko kebocoran data dan penyalahgunaan informasi pribadi meningkat. Oleh karena itu, diperlukan regulasi yang ketat dan penerapan kebijakan privasi yang kuat untuk melindungi konsumen. Selain itu, perusahaan juga harus beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi dan tren pasar agar tetap kompetitif. Digital marketing bukan hanya tentang teknologi, tetapi juga tentang memahami dan menjawab kebutuhan konsumen yang terus berkembang (Qorry Eka Hartati, 2024).

Berdasarkan laporan dari Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, sepanjang periode 2017 hingga 2024, tercatat sebanyak 572.000 pengaduan terkait penipuan daring. Di kawasan ASEAN, jumlah serangan siber di Indonesia berada di urutan kelima (Mandra, 2026). Meningkatnya risiko dalam transaksi digital tersebut tidak terlepas dari masih rendahnya tingkat literasi konsumen di Indonesia. Banyak masyarakat yang belum memahami pentingnya keamanan digital, perlindungan data pribadi, serta hak dan kewajiban sebagai konsumen dalam transaksi online. Rendahnya literasi konsumen menyebabkan masyarakat lebih mudah percaya terhadap informasi yang menyesatkan dan lebih rentan menjadi korban penipuan online. Kurangnya pemahaman mengenai keamanan transaksi digital juga membuat sebagian konsumen belum mampu menggunakan teknologi secara bijak dan aman (Andini Gita Rinjani, 2023). Tingginya angka kejahatan digital tersebut menunjukkan bahwa perkembangan teknologi dan ekonomi digital tidak hanya memberikan kemudahan, tetapi juga menghadirkan berbagai risiko bagi masyarakat, terutama dalam aktivitas keuangan secara daring. Oleh karena itu, literasi keuangan menjadi aspek penting yang perlu dipahami agar masyarakat mampu mengelola serta mengambil keputusan keuangan secara bijak dan aman.

Edukasi dan literasi konsumen tidak dapat diabaikan dalam menghadapi perkembangan transaksi digital di Indonesia. Edukasi penting bagi konsumen untuk memahami hak-hak mereka terkait privasi dan keamanan data. Semakin banyak konsumen yang sadar akan pentingnya data pribadi, semakin besar tekanan bagi perusahaan untuk memastikan bahwa data mereka dikelola dengan aman dan sesuai dengan regulasi yang berlaku. Ini mencakup transparansi dalam pengumpulan dan penggunaan data, serta

menyediakan opsi bagi konsumen untuk mengontrol informasi pribadi mereka. Dengan meningkatkan literasi digital di kalangan konsumen, ekosistem digital yang lebih aman dan terpercaya dapat tercipta (Qorry Eka Hartati, 2024).

Menurut data dari Badan Pusat Statistik, tingkat literasi konsumen di Indonesia masih cukup rendah (Tia Rahel Amanda, 2025). Hal ini dapat dilihat dari kurangnya kesadaran masyarakat umum mengenai hak dan kewajiban konsumen, serta perlunya melindungi diri sebagai konsumen. Di era globalisasi dan kemajuan teknologi yang pesat, literasi konsumen menjadi semakin penting untuk mendukung perlindungan dan praktik konsumen (Wiwik Sri Widiarty, 2024). Kondisi tersebut perlu menjadi perhatian berbagai pihak, untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi literasi keuangan digital. Penelitian mengenai hal ini penting dilakukan. Karena meskipun berbagai penelitian telah membahas literasi digital dan perlindungan konsumen, sebagian besar kajian masih berfokus pada aspek literasi secara umum atau pada regulasi perlindungan konsumen. Penelitian yang secara khusus mengkaji hubungan antara literasi konsumen dan kemampuan perlindungan diri dalam transaksi digital di Indonesia masih terbatas. Selain itu, kajian yang menempatkan literasi konsumen sebagai mekanisme preventif terhadap risiko penipuan dan kebocoran data juga belum banyak dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran literasi konsumen dalam meningkatkan kemampuan perlindungan diri dalam transaksi digital di Indonesia, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhinya.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan (*library research*). Pendekatan ini dipilih untuk menganalisis berbagai literatur yang berkaitan dengan literasi konsumen dan perlindungan dalam transaksi digital. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, laporan resmi, serta peraturan perundang-undangan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi, sedangkan analisis data menggunakan metode deskriptif-analitis dengan cara mengkaji, membandingkan, dan menginterpretasikan berbagai sumber yang relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tingkat Literasi Konsumen di Indonesia

Perkembangan teknologi digital di Indonesia telah mendorong peningkatan aktivitas transaksi online di berbagai kalangan masyarakat. Namun, peningkatan tersebut belum sepenuhnya diimbangi dengan tingkat literasi konsumen yang memadai. Rendahnya pemahaman masyarakat mengenai keamanan digital, hak dan kewajiban konsumen, serta cara menghindari penipuan online menyebabkan konsumen rentan mengalami kerugian dalam transaksi digital. Literasi konsumen tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga kemampuan memahami informasi, menilai risiko, serta mengambil keputusan secara bijak dalam aktivitas konsumsi. Kondisi ini menunjukkan bahwa literasi konsumen di Indonesia masih memerlukan perhatian dan peningkatan secara berkelanjutan agar masyarakat mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital yang semakin pesat (Andini Gita Rinjani, 2023).

Lebih lanjut, rendahnya tingkat literasi konsumen di Indonesia dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti tingkat pendidikan, keterbatasan akses terhadap teknologi, serta kurangnya edukasi mengenai keamanan digital. Sebagian masyarakat masih memiliki keterbatasan dalam memahami informasi yang berkaitan dengan transaksi online dan perlindungan data pribadi. Selain itu, perkembangan teknologi yang berlangsung sangat cepat menyebabkan tidak semua masyarakat mampu mengikuti perubahan sistem digital secara optimal. Faktor lainnya adalah minimnya sosialisasi dari pemerintah maupun lembaga terkait mengenai pentingnya literasi konsumen dalam transaksi digital. Akibatnya, masyarakat cenderung mudah terpengaruh oleh promosi yang menyesatkan dan lebih rentan menjadi korban penipuan online (Rita Rahayu, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa literasi konsumen tidak hanya berfungsi sebagai pengetahuan dasar, tetapi juga sebagai faktor penentu dalam kemampuan individu untuk melindungi diri dari berbagai risiko transaksi online. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat literasi konsumen, semakin besar pula kemampuan konsumen dalam menghindari potensi kerugian.

Peran Literasi dan Perlindungan Diri

Berkaitan dengan kondisi tersebut, literasi konsumen memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kemampuan masyarakat untuk melindungi diri dalam transaksi digital. Konsumen yang memiliki pemahaman mengenai keamanan digital, hak dan kewajiban konsumen, serta risiko transaksi online, cenderung lebih berhati-hati dalam melakukan aktivitas belanja online. Literasi yang baik membantu konsumen memahami cara memilih platform yang terpercaya, membaca informasi produk secara teliti, serta memahami syarat dan ketentuan sebelum melakukan transaksi (Martha Hasanah Rustam, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa literasi konsumen berfungsi sebagai mekanisme preventif yang dapat meminimalisir potensi penipuan dan kerugian dalam transaksi digital. Dengan demikian, konsumen dapat mengambil keputusan yang lebih rasional dan terhindar dari tindakan yang merugikan.

Selain itu, literasi konsumen juga membantu mengenali berbagai bentuk penipuan online yang semakin berkembang. Konsumen yang memiliki tingkat literasi yang baik biasanya mampu mengidentifikasi ciri-ciri penipuan, seperti tautan palsu, permintaan kode OTP, akun toko online fiktif, serta promosi dengan harga yang tidak wajar. Kemampuan dalam memverifikasi informasi dan menjaga kerahasiaan data pribadi menjadi bentuk perlindungan diri yang sangat penting dalam transaksi digital. Oleh karena itu, literasi konsumen tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga kemampuan memahami risiko dan menjaga keamanan diri saat bertransaksi secara online (Donny Setha, 2024).

Hal ini juga didukung oleh berbagai penelitian yang menunjukkan bahwa rendahnya literasi konsumen menjadi salah satu penyebab meningkatnya kasus penipuan digital di Indonesia. Banyak konsumen yang kurang memahami keamanan digital sehingga mudah memberikan data pribadi maupun kode verifikasi kepada pelaku penipuan. Selain itu, terdapat pula kasus toko online fiktif yang menawarkan harga murah untuk menarik perhatian konsumen (Endro Purnomo, 2025). Sebagai ilustrasi lebih lanjut, perdagangan e-commerce di Kota Medan menunjukkan perkembangan yang cukup pesat. Namun, pada tahun 2024 masih banyak terjadi sengketa yang disebabkan oleh kurangnya pemahaman pedagang mengenai perlindungan konsumen serta rendahnya literasi hukum terkait Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), sehingga berpotensi merugikan konsumen. Selain itu, sekitar 40% konsumen daring juga belum memahami hak-hak mereka sebagai konsumen digital. Baik pedagang maupun konsumen memiliki tingkat pelaporan hukum yang masih rendah, sehingga menunjukkan adanya kesenjangan antara pemahaman hak dengan praktik yang terjadi di lapangan. Bahkan, mayoritas pedagang online, yaitu sebesar 73%, diketahui belum memahami atau hanya memiliki sedikit pengetahuan mengenai hak dan kewajiban mereka dalam perdagangan digital (Donny Setha, 2024).

Faktor yang Mempengaruhi Literasi

Tingkat pendidikan menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi literasi konsumen dalam transaksi digital. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin besar pula kemampuannya dalam memahami informasi, menilai risiko, serta menggunakan teknologi digital dengan bijak. Pendidikan juga membantu masyarakat untuk lebih kritis dalam menerima informasi yang beredar di internet, terutama yang berkaitan dengan transaksi online. Sebaliknya, rendahnya tingkat pendidikan sering kali membuat masyarakat kurang memahami pentingnya keamanan digital dan perlindungan data pribadi. Akibatnya, konsumen menjadi lebih rentan terhadap berbagai bentuk penipuan online (Rita Rahayu, 2023).

Selain pendidikan, akses terhadap teknologi juga sangat berpengaruh terhadap tingkat literasi konsumen. Masyarakat yang memiliki akses internet dan perangkat digital yang memadai cenderung lebih mudah memperoleh informasi dan mengikuti perkembangan teknologi. Namun, masih adanya kesenjangan akses teknologi di beberapa daerah menyebabkan kemampuan literasi digital masyarakat belum merata. Di sisi lain, penggunaan teknologi yang hanya berfokus pada hiburan tanpa disertai pemahaman yang baik juga dapat menyebabkan rendahnya kesadaran masyarakat terhadap keamanan transaksi digital. Oleh karena itu, akses teknologi perlu diimbangi dengan edukasi agar masyarakat mampu memanfaatkan teknologi secara aman dan bertanggung jawab (Zihan Zilfina, 2025). Di sisi lain, regulasi pemerintah juga memiliki peran penting dalam meningkatkan literasi konsumen di era digital. Adanya aturan mengenai perlindungan konsumen dan keamanan data pribadi dapat memberikan rasa aman bagi masyarakat saat melakukan transaksi online. Selain itu, program sosialisasi dan edukasi yang dilakukan pemerintah dapat membantu meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai hak dan kewajiban konsumen. Meski demikian, kurangnya pengawasan dan masih rendahnya pemahaman

masyarakat terhadap regulasi yang berlaku menjadi tantangan tersendiri dalam perlindungan konsumen digital di Indonesia (Putri Limilia, 2019).

Selain itu, media digital dan media sosial turut memberikan pengaruh besar terhadap perkembangan literasi konsumen. Saat ini, masyarakat banyak memperoleh informasi melalui internet dan media sosial, termasuk informasi mengenai transaksi digital dan keamanan online. Jika digunakan dengan baik, media dapat menjadi sarana edukasi yang efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya perlindungan diri dalam transaksi digital. Namun, maraknya penyebaran informasi palsu dan konten yang menyesatkan juga dapat memberikan dampak negatif apabila masyarakat tidak memiliki kemampuan untuk menyaring informasi secara kritis. Oleh karena itu, media perlu dimanfaatkan secara bijak sebagai sarana edukasi untuk meningkatkan literasi konsumen di Indonesia (Devid Saputra, 2024). Dari berbagai faktor tersebut, dapat disimpulkan bahwa tingkat literasi konsumen dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal, seperti pendidikan, dan faktor eksternal, seperti akses teknologi, regulasi, serta peran media. Interaksi antara faktor-faktor tersebut menentukan sejauh mana konsumen mampu memahami dan menghadapi risiko dalam transaksi digital.

Tantangan dalam Transaksi Digital

Meskipun literasi konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, transaksi digital tetap menghadapi berbagai tantangan yang signifikan, terutama terkait kejahatan siber atau *cybercrime*. Kejahatan siber menggunakan data yang dicuri untuk tujuan-tujuan ilegal. Bentuk kejahatan yang sering terjadi antara lain *phishing*, peretasan akun, penipuan online, hingga pencurian data pribadi. Penyalahgunaan data yang dicuri seringkali digunakan untuk penipuan. Selain itu kejahatan siber juga dapat mengeksploitasi data yang dicuri untuk kegiatan ilegal seperti penipuan keuangan, pencurian identitas, dan *spionase*. Kemajuan teknologi yang semakin pesat dimanfaatkan oleh pelaku kejahatan untuk mencari celah dalam sistem keamanan digital. Kejahatan siber dapat menimbulkan kerugian finansial dan juga gangguan terhadap keamanan maupun privasi pengguna (Yedija Otniel Purba, 2023).

Kondisi ini diperkuat oleh data yang menunjukkan bahwa pencurian data secara online merupakan bentuk kejahatan siber yang nyata terjadi di era digital saat ini. Selain itu, situasi tersebut juga menggambarkan besarnya potensi tindak kejahatan dalam ruang digital yang dapat mengancam keamanan masyarakat. Pada tahun 2022, Indonesia bahkan menempati peringkat kelima di dunia dalam jumlah serangan siber dengan total mencapai 38,4 juta serangan (Hanadian Kristi Nurhayati-Wolff, 2023). Data dari SAFEnet juga menunjukkan bahwa pada tahun 2021 terdapat sekitar 193 insiden serangan siber di Indonesia yang terjadi melalui aplikasi *WhatsApp* dan *Instagram*. Kondisi ini menandakan bahwa ancaman kejahatan siber memerlukan penanganan yang serius melalui regulasi yang tepat, cepat, dan efektif guna melindungi masyarakat di ruang digital (Vika Azkiya Dihni, 2022).

Selain kejahatan siber, kebocoran data pribadi menjadi salah satu tantangan terbesar dalam transaksi digital di Indonesia. Beberapa kasus kebocoran data terjadi pada Tokopedia dan BPJS Kesehatan. Kasus kebocoran data Tokopedia pada tahun 2020 tercatat sebagai salah satu kasus terbesar di sektor *e-commerce* Indonesia dan menjadi perhatian banyak akademisi. Sejumlah penelitian dalam jurnal ilmiah menyebutkan bahwa lebih dari 91 juta data akun pengguna berhasil diretas oleh pihak yang tidak bertanggung jawab dan selanjutnya diperjualbelikan di forum *online*. Data yang bocor mencakup berbagai informasi pribadi, seperti alamat *email*, nomor telepon, dan data akun pengguna lainnya yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi individu. Kebocoran data tersebut berpotensi disalahgunakan untuk berbagai tindak kejahatan siber, seperti penipuan, peretasan akun, hingga penyalahgunaan identitas digital (Zafira N, 2026).

Berbeda dengan kasus Tokopedia, kebocoran data BPJS Kesehatan pada tahun 2021 memiliki tingkat risiko dan kompleksitas yang lebih tinggi karena melibatkan data sensitif dalam skala nasional. Berdasarkan berbagai kajian dalam jurnal ilmiah, kebocoran tersebut mencakup sekitar 279 juta data peserta yang berisi informasi pribadi, seperti Nomor Induk Kependudukan (*NIK*), nama lengkap, alamat, tanggal lahir, serta berbagai data lainnya yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi individu secara menyeluruh (Marshanda Vennessa Panggabean, 2025). Besarnya jumlah data yang bocor menunjukkan adanya kelemahan serius dalam sistem keamanan data pada lembaga publik, yang seharusnya lembaga tersebut memiliki standar perlindungan yang lebih ketat dibandingkan sektor privat. Selain itu, salah satu faktor utama yang diduga menyebabkan kebocoran data tersebut adalah lemahnya pengendalian akses serta belum optimalnya penerapan standar keamanan informasi internasional, seperti *ISO 27001*, dalam pengelolaan data peserta (Nugraha D A, 2025). Akibat data pribadi yang bocor dapat disalahgunakan untuk berbagai tindakan kriminal, seperti penipuan, penyalahgunaan identitas, hingga

akses ilegal terhadap akun digital pengguna. Kasus-kasus tersebut juga menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap keamanan platform digital. Oleh karena itu, penguatan sistem keamanan dan perlindungan data pribadi menjadi hal yang sangat penting dalam mendukung keamanan transaksi digital (Callista Lauren, 2026).

Kasus kebocoran data tersebut menunjukkan bahwa sistem keamanan digital di Indonesia masih memiliki kelemahan yang signifikan. Namun, di sisi lain, kondisi ini juga menegaskan pentingnya peran literasi konsumen dalam melindungi data pribadi. Konsumen yang memiliki tingkat literasi yang baik cenderung lebih berhati-hati dalam membagikan informasi pribadi serta lebih waspada terhadap potensi penyalahgunaan data. Dengan demikian, perlindungan konsumen tidak hanya bergantung pada sistem keamanan platform, tetapi juga pada kemampuan individu dalam menjaga keamanan data mereka sendiri.

Selain faktor teknologi, rendahnya kesadaran masyarakat terhadap keamanan digital juga menjadi tantangan dalam transaksi digital. Banyak pengguna internet masih kurang memahami pentingnya menjaga data pribadi, menggunakan kata sandi yang aman, maupun mengenali bentuk-bentuk penipuan digital. Kurangnya edukasi mengenai keamanan siber menyebabkan masyarakat lebih mudah menjadi korban kejahatan digital. Kesadaran masyarakat terhadap pentingnya keamanan digital perlu ditingkatkan melalui edukasi dan literasi digital agar pengguna dapat lebih bijak dan berhati-hati dalam melakukan transaksi online (Muhammad Rifqi Ramadhani, 2020).

Upaya Peningkatan Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen di era digital perlu dilakukan secara menyeluruh agar masyarakat dapat melakukan transaksi online dengan aman dan nyaman. Salah satu upaya yang paling penting adalah melalui edukasi kepada masyarakat mengenai literasi digital dan keamanan transaksi online. Edukasi dapat dilakukan melalui seminar, sosialisasi, maupun penyebaran informasi di media digital agar masyarakat memahami hak dan kewajiban sebagai konsumen. Dengan adanya pemahaman yang baik, konsumen akan lebih berhati-hati dalam menggunakan platform digital dan mampu mengenali berbagai bentuk penipuan online. Selain itu, edukasi juga membantu masyarakat memahami pentingnya menjaga data pribadi serta menggunakan teknologi secara bijak (Fakhri Hamdi, 2025).

Selain edukasi, penguatan regulasi juga menjadi langkah penting dalam meningkatkan perlindungan konsumen. Perkembangan transaksi digital yang sangat cepat menuntut adanya aturan hukum yang mampu menyesuaikan dengan perkembangan teknologi. Pemerintah telah mengeluarkan berbagai regulasi, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), serta Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi. Namun, dalam praktiknya masih terdapat berbagai kendala, seperti lemahnya pengawasan dan belum optimalnya penegakan hukum terhadap pelanggaran digital. Oleh karena itu, diperlukan pembaruan regulasi dan penguatan sistem pengawasan agar perlindungan konsumen dapat berjalan lebih efektif (Yustina Dhian Novita, 2021).

Pemerintah memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan ekosistem digital yang aman bagi masyarakat. Selain menyusun regulasi, pemerintah juga perlu meningkatkan program literasi konsumen dan memperkuat kerja sama dengan berbagai pihak, termasuk pelaku usaha dan lembaga pendidikan. Di sisi lain, masyarakat juga memiliki tanggung jawab untuk meningkatkan kesadaran dan kehati-hatian dalam melakukan transaksi digital. Konsumen perlu lebih kritis dalam menerima informasi, menjaga kerahasiaan data pribadi, serta memahami risiko penggunaan teknologi digital. Dengan adanya kerja sama antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat, perlindungan konsumen di era digital dapat ditingkatkan secara lebih optimal (Eys Putri Pembayun, 2025). Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa literasi konsumen memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kemampuan perlindungan diri dalam transaksi digital. Literasi tidak hanya berfungsi sebagai pengetahuan, tetapi juga sebagai keterampilan dalam mengenali risiko, mengevaluasi informasi, dan mengambil keputusan yang aman. Oleh karena itu, peningkatan literasi konsumen menjadi langkah strategis dalam menciptakan ekosistem digital yang aman dan terpercaya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa literasi konsumen memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kemampuan perlindungan diri dalam transaksi digital di Indonesia. Rendahnya tingkat literasi konsumen menyebabkan masyarakat lebih rentan terhadap

berbagai risiko, seperti penipuan online dan kebocoran data pribadi. Literasi konsumen tidak hanya berfungsi sebagai pengetahuan, tetapi juga sebagai kemampuan dalam mengenali risiko, mengevaluasi informasi, serta mengambil keputusan yang tepat dan aman dalam aktivitas transaksi digital. Tingkat literasi konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal, seperti tingkat pendidikan, akses terhadap teknologi, regulasi pemerintah, serta peran media digital. Selain itu, meningkatnya kasus kejahatan siber menunjukkan bahwa perlindungan konsumen tidak hanya bergantung pada sistem keamanan platform, tetapi juga pada kesadaran dan kemampuan individu dalam menjaga keamanan data pribadi. Oleh karena itu, peningkatan literasi konsumen melalui edukasi, penguatan regulasi, serta kerja sama antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat menjadi langkah strategis dalam menciptakan ekosistem transaksi digital yang aman, terpercaya, dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak yang sudah berkontribusi dalam pelaksanaan penelitian dan penyusunan artikel ini.

REFERENSI

- Andini Gita Rinjani, D. (2023). Urgensi Penguatan Literasi Digital dalam Perlindungan Konsumen. *Ensiklopedia of Journal*, 5(2), 14–22.
- Asriansyah, M. F. (2026). Bahaya Kejahatan Scam. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-sumut/baca-artikel/16202/bahaya-kejahatan-scam.html>.
- Callista Lauren, dkk. (2026). Kebocoran Data Pribadi di Indonesia sebagai Ancaman Keamanan Siber dalam Kasus Tokopedia dan BPJS Kesehatan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 10(1), 8145–8153.
- Cicilia S. Bangun, S. P. (2023). Optimalisasi Pemanfaatan Digital Marketing untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 89–98.
- Devid Saputra, M. (2024). Konten Edukasi sebagai Media Pemasaran dalam Meningkatkan Literasi Konsumen di Era Digital. *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 4(2), 246–258.
- Donny Setha. (2024). Perkembangan Teknologi Digital dan Edukasi Hukum untuk Meningkatkan Perlindungan Konsumen Digital terhadap Penipuan Online di Indonesia. *Harmoni Sosial Journal*, 2(1), 185–191.
- Endro Purnomo, M. A. K. dan E. L. L. (2025). Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Penipuan Transaksi Online di Era Digital. *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 5(1), 782–797.
- Eys Putri Pembayun, A. F. G. (2025). Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Digital: Tinjauan terhadap Implementasi UU Perlindungan Konsumen di Marketplace. *Jurnal Fakta Hukum*, 3(2), 84–94.
- Fakhri Hamdi, D. (2025). Perlindungan Konsumen dalam Era Digital: Tantangan dan Peluang bagi Pelaku Usaha dan Pemerintah. *CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 5(1), 274–288.
- Fani Ma'sumatul Maghfiroh, S. A. N. dan R. E. (2023). Transformasi Ekonomi Digital: Connection Integration E-Commerce dan S-Commerce dalam Upaya Perkembangan Ekonomi Berkelanjutan. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 2(1), 1–10.
- Hanadian Kristi Nurhayati-Wolff. (2023). Cybersecurity and Cybercrime in Indonesia -Statistics & Facts. <https://www.statista.com/topics/11732/cybersecurity-and-cybercrime-in-indonesia/#topicOverview>.
- Mandra. (2026). Kemenkominfo Terima Ratusan Ribu Aduan Penipuan Online. <https://rri.co.id/nasional/951055/kemenkominfo-terimaratusan-ribu-aduan-penipuan-online>.
- Marshanda Vennesa Panggabean, A. F. (2025). Perlindungan Hukun Data Pribadi di Indonesia (Kasus Kebocoran Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan). *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5(2), 1958–1965.
- Martha Hasanah Rustam, D. (2023). Peran dan Tanggung Jawab Konsumen untuk Mencegah Praktik Penipuan dalam Transaksi Online dari Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen. *Riau Law Journal*, 7(1), 1–24.
- Muhammad Rifqi Ramadhani, A. R. P. (2020). Analisis Kesadaran Cyber Security pada Pengguna Media Sosial di Indonesia. *AUTOMATA*, 1(2).
- Nugraha D A, dkk. (2025). Kebocoran Data BPJS Kesehatan: Ancaman Terhadap Keamanan Informasi

- Publik di Era Digital. *Integrative Perspectives of Social and Science Journal*, 2(3), 4685–4691.
- Putri Limilia, N. A. (2019). Literasi Media dan Digital di Indonesia: Sebuah Tinjauan Sistematis. *KOMUNIKATIF: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 8(2), 205–222.
- Qorry Eka Hartati, S. dan I. K. M. (2024). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen Di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora*, 4(2), 233–242.
- Rita Rahayu. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan Digital: Studi pada Generasi Z di Indonesia. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 73–87.
- Tia Rahel Amanda, A. F. dan Z. Z. N. (2025). Peran Badan Pusat Statistik Dalam Mendukung Literasi Data Dikalangan Mahasiswa. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 4(1), 184–197.
- Vika Azkiya Dihni. (2022). Kasus Kebocoran Data di Indonesia Melonjak 143% pada Kuartal II 2022. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/08/09/Kasus-Kebocoran-Data-Di-Indonesia-Melonjak-143-Pada-Kuartal-Ii-2022>.
- Wiwik Sri Widiarty, R. V. S. (2024). *Hukum Perlindungan Konsumen Di Era Globalisasi*. Publika Global Media.
- Yedija Otniel Purba, A. M. (2023). Kejahatan Siber dan Kebijakan Identitas Kependudukan Digital: Sebuah Studi Tentang Potensi Pencurian Data Online. *JCIC: Jurnal CIC Lembaga Riset Dan Konsultan Sosial*, 5(2), 55–66.
- Yustina Dhian Novita, B. S. (2021). Urgensi Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen di Era Bisnis Digital. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 3(1), 46–58.
- Zafira N, dkk. (2026). Analisis Keamanan Data Pengguna pada Platform E-commerce: Studi Kasus Kebocoran Data Tokopedia 2020. *JIKUM: Jurnal Ilmu Komputer*, 2(1), 117–123.
- Zihan Zilfina, D. (2025). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemahaman Literasi Digital Siswa: Sebuah Pendekatan Kualitatif. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 9(5), 5103–5117.