

ABSTRAK

Di Indonesia juga telah berkembang kegiatan bisnis yang menyediakan kemudahan baik bagi penjual maupun pembeli untuk dapat melakukan transaksi sejalan dengan kemajuan teknologi, yang mana disediakan melalui beberapa situs/aplikasi seperti Shopee, Lazada, Bukalapak, Tokopedia, dan lain sebagainya. Namun demikian, bentuk transaksi yang terjadi masih dibayangi dengan adanya risiko kerugian, terutama terhadap pihak pembeli atau konsumen. Shopee dalam hal tersebut memasarkan sebuah produk asuransi yaitu Proteksi Efek Samping Produk yang mana memberikan penggantian terhadap cedera badan akibat efek samping penggunaan produk yang dibeli melalui situs/aplikasi Shopee.

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui bagaimana Proteksi Efek Samping Produk dapat melindungi pembeli atau konsumen, kesesuaian Proteksi Efek Samping Produk dengan prinsip-prinsip dalam perlindungan konsumen dan asuransi, serta kendala-kendala yang ada dalam mekanisme pengajuan klaim atas Proteksi Efek Samping Produk. Penelitian dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan yuridis normatif terhadap data sekunder.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Proteksi Efek Samping Produk merupakan produk asuransi yang dipasarkan Shopee dan disediakan melalui kerjasama dengan PT Asuransi Umum SeaInsure dan PT Pialang Asuransi Neksus. Sebagai sebuah produk asuransi, Proteksi Efek Samping Produk dinilai dapat dijangkau dengan mudah karena preminya yang terjangkau, namun tetap memiliki masalah dengan adanya ruang lingkup atas penggantian dalam produk asuransi yang sempit dan terbatas, kekurangan dalam akses edukasi dan informasi atas produk asuransi yang memadai, kurang tepatnya produk asuransi sebagai sebuah asuransi tanggung gugat, kurangnya peran dan tanggung jawab dari penjual produk, serta mekanisme pengajuan klaim yang dinilai masih sulit terlaksana.

Kata Kunci: Asuransi, *e-commerce*, Perlindungan Konsumen, Proteksi Efek Samping Produk, Shopee.