



Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Wanprestasi Penjual Dalam Perjanjian Jual Beli Online Di Indonesia: Tinjauan Yuridis Normatif

Fhadhilatul Fhatihah¹, Norma Tiara Adisti²

Fakultas Hukum, Universitas Pamulang, Indonesia¹⁻²

Email Korespondensi: fhadhilatul@gmail.com, tiananorma08@gmail.com

Article received: 01 Januari 2026, Review process: 12 Januari 2026

Article Accepted: 22 Maret 2026, Article published: 14 Mei 2026

ABSTRACT

The development of information technology has transformed trade patterns from conventional systems into internet-based electronic transactions. Online buying and selling has rapidly developed in Indonesia because it offers convenience, time efficiency, and broad access to goods and services. However, the growth of digital transactions has also created legal problems, especially breach of contract committed by sellers against consumers. Such breaches include failure to deliver goods, goods not matching the order, delayed delivery, damaged goods, and failure to process refunds. This study aims to analyze forms of seller breach, factors causing increased consumer disputes, and legal protection for consumers in online transactions in Indonesia. This study uses normative legal research with statutory and conceptual approaches. The results show that consumer protection has been regulated in the Civil Code, Consumer Protection Law, and Electronic Information and Transactions Law. Data from the Indonesian Consumers Foundation indicate an increase in consumer complaints from 2021 to 2025. Therefore, stronger marketplace supervision, greater business responsibility, and improved public legal literacy are needed.

Keywords: Consumer Protection, Breach of Contract, Online Sale.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong perubahan sistem perdagangan dari pola konvensional menuju transaksi elektronik berbasis internet. Jual beli online berkembang pesat di Indonesia karena memberikan kemudahan, efisiensi waktu, dan akses luas terhadap barang serta jasa. Namun demikian, pertumbuhan transaksi digital juga memunculkan berbagai persoalan hukum, khususnya wanprestasi yang dilakukan penjual terhadap konsumen. Bentuk wanprestasi tersebut antara lain barang tidak dikirim, barang tidak sesuai pesanan, keterlambatan pengiriman, barang rusak, serta tidak diprosesnya pengembalian dana. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk wanprestasi penjual, faktor penyebab meningkatnya sengketa konsumen, serta perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli online di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum konsumen telah diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Data Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia menunjukkan peningkatan pengaduan konsumen dari tahun 2021 sampai 2025. Oleh karena itu, diperlukan penguatan pengawasan marketplace, peningkatan tanggung jawab pelaku usaha, dan peningkatan literasi hukum masyarakat.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, Wanprestasi, Jual Beli Online.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam kehidupan masyarakat modern. Aktivitas ekonomi yang sebelumnya dilakukan secara konvensional kini banyak beralih ke sistem elektronik melalui jaringan internet. Salah satu bentuk perubahan paling nyata terlihat pada kegiatan perdagangan. Masyarakat kini dapat melakukan transaksi jual beli tanpa harus bertemu secara langsung antara penjual dan pembeli. Melalui perangkat telepon genggam, konsumen dapat memilih barang, melakukan pembayaran, dan menunggu proses pengiriman ke alamat tujuan.

Di Indonesia, perkembangan perdagangan elektronik berlangsung sangat pesat. Kehadiran berbagai marketplace seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, dan platform digital lainnya telah mengubah pola konsumsi masyarakat. Sistem ini dianggap lebih praktis, cepat, efisien, dan mampu menyediakan banyak pilihan produk dalam satu waktu. Perdagangan digital bahkan telah menjadi bagian penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional.

Meskipun memberikan manfaat besar, transaksi jual beli online juga melahirkan berbagai persoalan hukum. Salah satu persoalan yang paling sering terjadi adalah wanprestasi yang dilakukan penjual terhadap konsumen. Dalam hukum perdata, wanprestasi merupakan keadaan ketika salah satu pihak tidak memenuhi kewajibannya sebagaimana yang telah diperjanjikan (Subekti, 2005). Dalam praktik transaksi online, bentuk wanprestasi dapat berupa barang tidak dikirim setelah pembayaran dilakukan, barang tidak sesuai deskripsi, barang rusak, keterlambatan pengiriman, atau pengembalian dana yang tidak diproses.

Kondisi tersebut menyebabkan posisi konsumen menjadi lebih lemah dibanding penjual. Konsumen tidak dapat memeriksa barang secara langsung dan hanya bergantung pada informasi digital berupa foto, spesifikasi, serta ulasan produk. Selain itu, identitas pelaku usaha sering kali tidak jelas, terutama jika transaksi dilakukan di luar marketplace resmi. Keadaan ini memperbesar risiko kerugian konsumen (Kristiyanti, 2014).

Urgensi perlindungan hukum terhadap konsumen semakin terlihat dari meningkatnya jumlah pengaduan masyarakat kepada Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). Fenomena tersebut menunjukkan bahwa pertumbuhan transaksi digital belum sepenuhnya diimbangi dengan sistem perlindungan konsumen yang efektif (YLKI, 2025). Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji bentuk wanprestasi penjual, faktor penyebab sengketa konsumen, serta perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli online di Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif merupakan penelitian yang dilakukan dengan menelaah norma hukum, asas hukum, doktrin, dan teori hukum yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti (Soekanto & Mamudji, 2015). Penelitian ini tidak menggunakan data lapangan, melainkan berfokus pada studi kepustakaan. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pendekatan perundang-

undangan dilakukan dengan menganalisis Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Pendekatan konseptual digunakan untuk memahami konsep wanprestasi, perlindungan konsumen, itikad baik, dan tanggung jawab pelaku usaha. Bahan hukum terdiri atas bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan, bahan hukum sekunder berupa buku, jurnal ilmiah, artikel akademik, dan laporan tahunan YLKI, serta bahan hukum tersier berupa kamus dan ensiklopedia hukum. Analisis dilakukan secara kualitatif dengan metode deskriptif-analitis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Wanprestasi Penjual dalam Perjanjian Jual Beli Online dan Faktor Penyebab Meningkatnya Sengketa Konsumen

Perjanjian jual beli online pada dasarnya merupakan bentuk perjanjian jual beli sebagaimana dikenal dalam hukum perdata Indonesia. Perbedaannya terletak pada media yang digunakan, yaitu melalui sistem elektronik dengan memanfaatkan internet sebagai sarana transaksi. Meskipun dilakukan secara digital, hubungan hukum antara penjual dan pembeli tetap tunduk pada ketentuan hukum perjanjian yang berlaku umum. Ketika para pihak telah mencapai kesepakatan mengenai barang dan harga, maka sejak saat itu lahirlah hak dan kewajiban masing-masing pihak. Penjual berkewajiban menyerahkan barang sesuai kesepakatan, sedangkan pembeli berkewajiban membayar harga yang telah ditentukan (Subekti, 2005).

Keberadaan media elektronik tidak menghapus sifat mengikat dari suatu perjanjian. Karena itu, penjual tidak dapat beralasan bahwa transaksi online hanya bersifat informal atau tidak memiliki kekuatan hukum. Sepanjang terdapat unsur kesepakatan, objek tertentu, dan pembayaran yang jelas, maka transaksi tersebut menimbulkan akibat hukum yang sama dengan jual beli konvensional. Dalam konteks ini, kegagalan penjual memenuhi kewajibannya dapat dikualifikasikan sebagai wanprestasi.

Wanprestasi merupakan keadaan ketika salah satu pihak dalam perjanjian tidak melaksanakan prestasi sebagaimana mestinya. Dalam transaksi jual beli online, wanprestasi banyak dilakukan oleh penjual karena penjual merupakan pihak yang memiliki kewajiban utama menyerahkan barang sesuai perjanjian. Bentuk wanprestasi pertama yang paling sering terjadi adalah tidak dikirirkannya barang setelah konsumen melakukan pembayaran. Keadaan ini menunjukkan bahwa penjual sama sekali tidak memenuhi prestasinya. Dalam praktik perdagangan digital, kasus seperti ini sering dilakukan oleh toko daring fiktif, akun penjual palsu, atau pelaku usaha yang sengaja memanfaatkan kepercayaan konsumen. Kerugian yang dialami konsumen bukan hanya berupa kehilangan uang, tetapi juga hilangnya waktu, rasa aman, serta kepercayaan terhadap sistem transaksi elektronik.

Bentuk wanprestasi kedua adalah barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi yang ditawarkan. Dalam jual beli online, konsumen mengambil keputusan pembelian berdasarkan foto, ukuran, warna, merek, spesifikasi, bahan, dan fungsi barang yang ditampilkan penjual. Informasi tersebut pada dasarnya menjadi bagian dari isi perjanjian antara para pihak. Apabila barang yang diterima ternyata berbeda

secara signifikan, misalnya kualitas lebih rendah, ukuran tidak sesuai, warna berbeda, atau barang palsu, maka penjual dianggap tidak memenuhi prestasi sebagaimana diperjanjikan. Perbuatan ini juga berkaitan dengan pelanggaran hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur (Kristiyanti, 2014).

Bentuk wanprestasi ketiga adalah pengiriman barang dalam keadaan rusak atau cacat. Penjual tidak cukup hanya mengirim barang, tetapi juga wajib memastikan barang tersebut sampai kepada konsumen dalam kondisi baik dan layak digunakan. Apabila barang yang diterima pecah, rusak, tidak berfungsi, atau cacat produksi, maka konsumen tidak memperoleh manfaat sebagaimana tujuan pembelian. Dalam banyak kasus, penjual berupaya melepaskan tanggung jawab dengan menyalahkan jasa pengiriman. Akan tetapi, apabila kerusakan terjadi karena kelalaian pengemasan, kurangnya perlindungan barang, atau tidak adanya standar pengiriman yang layak, maka penjual tetap dapat dimintai pertanggungjawaban.

Bentuk wanprestasi keempat adalah keterlambatan pengiriman barang. Dalam transaksi digital modern, waktu memiliki nilai ekonomis yang tinggi. Banyak konsumen membeli barang untuk kebutuhan mendesak, kebutuhan usaha, hadiah, atau kepentingan tertentu yang terikat tenggat waktu. Apabila penjual menjanjikan pengiriman cepat tetapi menunda pengiriman tanpa alasan yang patut, maka konsumen dapat mengalami kerugian materiil maupun immateriil. Keterlambatan ini secara hukum termasuk kategori terlambat memenuhi prestasi.

Bentuk wanprestasi kelima adalah pembatalan transaksi secara sepihak atau tidak diprosesnya pengembalian dana. Dalam beberapa kasus, penjual membatalkan pesanan setelah pembayaran dilakukan dengan alasan stok habis, perubahan harga, atau alasan administratif lainnya. Tindakan tersebut menunjukkan tidak adanya kesiapan pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan perdagangan secara profesional. Demikian pula apabila penjual menjanjikan refund tetapi tidak segera merealisasikannya, maka konsumen tetap berada dalam posisi dirugikan karena hak ekonominya tertahan.

Fenomena wanprestasi dalam transaksi online dapat dilihat melalui data pengaduan konsumen yang disampaikan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) sebagai berikut:

Tabel 1. Jumlah Pengaduan Konsumen YLKI Tahun 2021–2025

Tahun	Jumlah Laporan
2021	535
2022	883
2023	1.494
2024	1.731
2025	1.977

Sumber: YLKI (2025).

Data tersebut menunjukkan adanya tren peningkatan yang konsisten setiap tahun. Pada tahun 2021 terdapat 535 laporan pengaduan. Jumlah tersebut meningkat

menjadi 883 laporan pada tahun 2022 atau naik cukup signifikan. Tahun 2023 meningkat tajam menjadi 1.494 laporan, kemudian tahun 2024 mencapai 1.731 laporan, dan pada tahun 2025 naik kembali menjadi 1.977 laporan. Peningkatan ini menunjukkan bahwa pertumbuhan perdagangan digital di Indonesia belum sepenuhnya diimbangi dengan perlindungan konsumen yang efektif.

Jika dianalisis lebih lanjut, terdapat beberapa faktor utama yang menyebabkan meningkatnya sengketa konsumen. Pertama, pertumbuhan pengguna internet dan marketplace yang sangat cepat menyebabkan volume transaksi meningkat drastis. Semakin tinggi jumlah transaksi, semakin besar pula kemungkinan munculnya sengketa. Kedua, sistem verifikasi identitas pelaku usaha pada sebagian platform masih belum optimal, sehingga membuka peluang munculnya akun palsu atau penjual tidak bertanggung jawab. Ketiga, rendahnya literasi digital masyarakat menyebabkan konsumen mudah tergiur harga murah, promosi berlebihan, atau testimoni palsu. Keempat, persaingan usaha yang ketat mendorong sebagian pelaku usaha menggunakan cara-cara tidak sehat demi memperoleh keuntungan cepat. Kelima, mekanisme penyelesaian sengketa pada beberapa platform belum sepenuhnya cepat, responsif, dan berpihak pada kepentingan konsumen.

Selain faktor tersebut, lemahnya pengawasan terhadap pelaku usaha digital juga menjadi penyebab penting. Banyak penjual dapat dengan mudah membuka toko baru setelah akun lamanya bermasalah. Hal ini menyebabkan efek jera terhadap pelanggaran menjadi rendah. Di sisi lain, konsumen sering kali enggan memperjuangkan haknya karena nilai kerugian dianggap kecil atau proses pengaduan dinilai rumit.

Wanprestasi penjual dalam jual beli online bukan hanya persoalan hubungan privat antara penjual dan pembeli. Permasalahan ini telah berkembang menjadi isu perlindungan konsumen dan tata kelola perdagangan digital nasional. Apabila tidak ditangani secara serius, tingginya angka sengketa dapat menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap sistem perdagangan elektronik. Karena itu, diperlukan penguatan regulasi, pengawasan marketplace, peningkatan tanggung jawab pelaku usaha, dan edukasi konsumen agar transaksi digital berjalan secara aman, adil, dan memberikan kepastian hukum.

Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Online dan Mekanisme Penyelesaian Sengketa

Perlindungan hukum terhadap konsumen merupakan salah satu bentuk tanggung jawab negara dalam menjamin terciptanya hubungan hukum yang adil antara pelaku usaha dan masyarakat sebagai pengguna barang dan/atau jasa. Dalam setiap kegiatan perdagangan, konsumen berada pada posisi yang perlu dilindungi karena pada umumnya memiliki keterbatasan informasi, daya tawar, serta kemampuan untuk menuntut haknya ketika terjadi kerugian. Kondisi tersebut menjadi semakin kompleks dalam transaksi jual beli online, sebab hubungan antara penjual dan pembeli dilakukan tanpa pertemuan langsung, tanpa pemeriksaan fisik barang, dan hanya didasarkan pada kepercayaan terhadap informasi digital yang

ditampilkan penjual. Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi online memiliki urgensi yang lebih besar dibanding transaksi konvensional.

Dalam praktik perdagangan elektronik, konsumen sering kali hanya melihat foto produk, membaca deskripsi singkat, serta mempercayai ulasan yang tersedia pada platform digital. Konsumen tidak dapat memastikan secara langsung kualitas barang, keaslian merek, kelayakan fungsi, maupun identitas penjual secara nyata. Situasi ini menyebabkan konsumen rentan mengalami kerugian akibat penipuan, wanprestasi, informasi menyesatkan, maupun pelayanan yang tidak profesional. Hukum berfungsi sebagai instrumen yang menyeimbangkan kedudukan antara konsumen dan pelaku usaha (Kristiyanti, 2014).

Dasar hukum perlindungan konsumen dalam transaksi online pertama dapat ditemukan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), khususnya mengenai hukum perjanjian. Pasal 1338 KUHPerdata menegaskan bahwa setiap perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak. Ketentuan ini mengandung makna bahwa perjanjian jual beli online tetap sah dan mengikat sepanjang memenuhi syarat sah perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata, yaitu adanya kesepakatan, kecakapan, objek tertentu, dan sebab yang halal. Dengan demikian, transaksi yang dilakukan melalui marketplace, media sosial, atau situs web tetap memiliki kekuatan hukum yang sama dengan transaksi jual beli biasa.

Konsekuensi dari prinsip tersebut adalah penjual wajib melaksanakan isi perjanjian secara penuh dan beritikad baik. Apabila penjual telah menerima pembayaran, maka penjual berkewajiban menyerahkan barang sesuai jenis, jumlah, kualitas, dan waktu pengiriman yang diperjanjikan. Jika kewajiban tersebut tidak dilaksanakan, maka penjual dapat dinyatakan melakukan wanprestasi. Dalam hal ini, Pasal 1243 KUHPerdata memberikan dasar hukum kepada konsumen untuk menuntut ganti rugi akibat kelalaian penjual. Ganti rugi dapat berupa pengembalian uang, penggantian barang, pembayaran biaya tambahan, maupun kerugian lain yang dapat dibuktikan (Subekti, 2005).

Meskipun KUHPerdata memberikan dasar umum, perlindungan konsumen secara khusus diatur melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini dibentuk sebagai bentuk keberpihakan negara terhadap konsumen yang selama ini sering berada pada posisi lebih lemah dibanding pelaku usaha. Dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen ditegaskan bahwa konsumen memiliki hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam menggunakan barang dan/atau jasa. Konsumen juga berhak memilih barang, memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur, serta berhak didengar keluhannya ketika mengalami kerugian.

Dalam konteks transaksi online, hak atas informasi merupakan hak yang sangat mendasar. Seluruh keputusan pembelian konsumen didasarkan pada informasi yang diberikan penjual melalui media elektronik. Apabila penjual menampilkan foto palsu, mencantumkan spesifikasi yang tidak benar, menyembunyikan cacat barang, atau memberikan keterangan menyesatkan, maka tindakan tersebut merupakan pelanggaran terhadap hak konsumen. Konsumen

berhak meminta pembatalan transaksi, penggantian barang, atau ganti rugi atas kerugian yang dialaminya (Kristiyanti, 2014).

Selain hak konsumen, Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga mengatur kewajiban pelaku usaha. Pelaku usaha wajib beritikad baik dalam menjalankan usahanya, memberikan informasi yang benar dan jujur, memperlakukan konsumen secara adil, menjamin mutu barang yang diperdagangkan, serta memberikan kompensasi apabila barang yang diterima tidak sesuai perjanjian. Dengan demikian, pelaku usaha tidak dapat melepaskan tanggung jawab hanya dengan alasan transaksi dilakukan secara online.

Selanjutnya, perlindungan hukum dalam transaksi digital diperkuat melalui Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Undang-undang ini memberikan pengakuan bahwa transaksi elektronik merupakan perbuatan hukum yang sah. Pengakuan ini penting karena banyak transaksi modern dilakukan tanpa dokumen tertulis konvensional. Melalui UU ITE, dokumen elektronik dan informasi elektronik memiliki kekuatan hukum yang sah sebagai alat bukti.

Dalam sengketa jual beli online, alat bukti elektronik memiliki peranan penting karena hubungan para pihak umumnya berlangsung melalui media digital. Bukti tersebut dapat berupa percakapan melalui aplikasi pesan, email, invoice elektronik, bukti transfer bank, tangkapan layar produk, riwayat transaksi marketplace, serta bukti pengiriman barang. Pengakuan terhadap bukti elektronik memberikan kepastian hukum bagi konsumen ketika memperjuangkan haknya.

Dalam praktiknya, penyelesaian sengketa antara konsumen dan penjual dapat ditempuh melalui beberapa mekanisme. Mekanisme pertama adalah penyelesaian langsung antara konsumen dan penjual. Konsumen dapat mengajukan komplain, meminta penggantian barang, meminta pengembalian dana, atau meminta penjelasan atas keterlambatan pengiriman. Jalur ini merupakan langkah awal yang paling sederhana dan efisien, terutama apabila penjual masih memiliki itikad baik.

Mekanisme kedua adalah melalui sistem internal marketplace. Saat ini banyak platform e-commerce menyediakan fitur perlindungan pembeli seperti rekening bersama, pusat resolusi sengketa, retur barang, dan refund. Sistem rekening bersama penting karena dana pembeli ditahan terlebih dahulu oleh platform sampai barang diterima sesuai pesanan. Jika terjadi masalah, konsumen dapat mengajukan keberatan sebelum dana diteruskan kepada penjual. Mekanisme ini cukup efektif dalam mengurangi risiko kerugian konsumen.

Mekanisme ketiga adalah melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Lembaga ini dibentuk berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen untuk menyelesaikan sengketa di luar pengadilan. BPSK dapat menyelesaikan sengketa melalui mediasi, arbitrase, atau konsiliasi. Jalur ini relatif lebih cepat, murah, dan sederhana dibanding pengadilan, sehingga sesuai bagi konsumen yang mengalami kerugian dengan nilai tidak terlalu besar.

Mekanisme keempat adalah melalui pengadilan negeri. Konsumen dapat mengajukan gugatan perdata atas dasar wanprestasi atau perbuatan melawan hukum. Melalui gugatan tersebut, konsumen dapat menuntut pengembalian uang,

penggantian barang, pembayaran kerugian, maupun pembatalan transaksi. Pengadilan biasanya menjadi pilihan apabila kerugian cukup besar atau penyelesaian non-litigasi tidak berhasil.

Selain jalur perdata, apabila tindakan penjual mengandung unsur penipuan, penggunaan identitas palsu, manipulasi pembayaran, atau perbuatan curang lainnya, maka konsumen juga dapat menempuh jalur pidana sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan. Pelaku usaha yang bertindak tidak jujur tidak hanya bertanggung jawab secara perdata, tetapi juga dapat dimintai pertanggungjawaban pidana.

Walaupun perangkat hukum yang tersedia cukup lengkap, efektivitas perlindungan konsumen masih menghadapi berbagai hambatan. Banyak konsumen belum memahami hak-haknya dan tidak mengetahui mekanisme pengaduan. Sebagian masyarakat memilih pasrah karena nilai kerugian dianggap kecil. Selain itu, penjual bermasalah sering menggunakan identitas palsu, berpindah akun, atau memanfaatkan celah sistem digital sehingga sulit dilacak.

Perlindungan hukum ke depan perlu diarahkan pada penguatan sistem verifikasi identitas pelaku usaha, kewajiban transparansi informasi produk, percepatan proses refund, pemberian sanksi tegas terhadap pelaku usaha yang melanggar, serta peningkatan edukasi hukum bagi masyarakat. Negara juga perlu memperkuat pengawasan terhadap marketplace agar tidak hanya menjadi penyedia platform, tetapi juga ikut menjaga keamanan transaksi. Dengan langkah tersebut, kedudukan konsumen menjadi lebih seimbang dan kepastian hukum dalam transaksi online dapat terwujud secara nyata.

SIMPULAN

Wanprestasi penjual dalam transaksi jual beli online di Indonesia masih menjadi persoalan hukum yang cukup signifikan seiring dengan meningkatnya penggunaan perdagangan elektronik. Bentuk wanprestasi yang terjadi tidak hanya berupa keterlambatan pengiriman barang, tetapi juga meliputi barang tidak dikirim setelah pembayaran dilakukan, barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi, barang rusak atau cacat, pembatalan transaksi secara sepihak, serta tidak diprosesnya pengembalian dana. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital belum sepenuhnya diikuti dengan tanggung jawab pelaku usaha dalam melaksanakan kewajibannya secara profesional dan beritikad baik. Secara normatif, perlindungan hukum terhadap konsumen telah memiliki dasar hukum yang memadai melalui Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Ketiga instrumen hukum tersebut memberikan jaminan kepastian hukum bagi konsumen untuk menuntut pemenuhan prestasi, ganti rugi, maupun penyelesaian sengketa apabila mengalami kerugian dalam transaksi digital.

Data pengaduan konsumen yang tercatat pada Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) tahun 2021-2025 menunjukkan peningkatan jumlah laporan secara konsisten dari tahun ke tahun. Hal tersebut menandakan bahwa pertumbuhan transaksi online belum sepenuhnya diimbangi oleh sistem perlindungan konsumen

yang efektif. Faktor penyebabnya antara lain rendahnya kesadaran hukum pelaku usaha, lemahnya verifikasi identitas penjual, rendahnya literasi digital masyarakat, serta belum optimalnya mekanisme penyelesaian sengketa pada platform perdagangan elektronik. Konsumen yang dirugikan dapat menempuh berbagai upaya penyelesaian sengketa, baik melalui komplain kepada penjual, mekanisme pengaduan pada marketplace, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), maupun gugatan melalui pengadilan. Oleh karena itu, diperlukan penguatan pengawasan terhadap pelaku usaha digital, peningkatan sistem perlindungan pada marketplace, percepatan mekanisme refund, serta peningkatan edukasi hukum bagi masyarakat.

DAFTAR RUJUKAN

- Kristiyanti, C. T. S. (2014). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Soekanto, S., & Mamudji, S. (2015). *Penelitian Hukum Normatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Subekti. (2005). *Hukum Perjanjian*. Jakarta: Intermasa.
- Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia. (2025). *Laporan Pengaduan Konsumen Tahun 2025*. <https://ylki.or.id>
- Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.