



Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Digital Pada E-commerce di Indonesia

Lintar Saputro¹, Mutia Rahayu², Muhamad Iqmal³, Roni Rustandi⁴

Universitas Pamulang, Indonesia¹⁻⁴

Email Korespondensi: lintarsaputro02@gmail.com, mutiarahayuayu333@gmail.com,
muhamadiqmal53@gmail.com, dosen02176@unpam.ac.id

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

Article Accepted: 22 Maret 2026, Article published: 21 Mei 2026

ABSTRACT

The rapid development of digital technology has transformed consumer behavior, particularly through electronic transactions on marketplace platforms. This phenomenon has created new challenges in consumer legal protection, necessitating an in-depth analysis of the implementation of Law Number 8 of 1999 on Consumer Protection. This study aims to analyze the effectiveness of the implementation of the Consumer Protection Law in providing legal protection to consumers in digital marketplace transactions, as well as to identify existing challenges and the legal solutions required. This research employs a normative juridical method with statutory and conceptual approaches, analyzing relevant regulations, court decisions, and legal literature. The findings indicate that the implementation of the Consumer Protection Law in digital transactions still faces several obstacles, including regulatory gaps, the complexity of cross-border jurisdiction, and weak dispute resolution mechanisms. The study highlights the need for regulatory harmonization between the Consumer Protection Law and information technology regulations, strengthening the role of the Consumer Dispute Settlement Agency (BPSK) in handling digital disputes, and developing adaptive consumer protection mechanisms in response to technological advancements. The implications of this research provide policy recommendations to strengthen the legal framework for consumer protection in the digital era.

Keywords: Legal Protection, Marketplace, Access to Justice, Digital Commerce.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola konsumsi masyarakat, khususnya melalui transaksi elektronik di platform marketplace. Fenomena ini menciptakan tantangan baru dalam perlindungan hukum konsumen yang memerlukan kajian mendalam terhadap implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Penelitian ini bertujuan menganalisis efektivitas implementasi UU Perlindungan Konsumen dalam memberikan perlindungan hukum kepada konsumen pada transaksi digital di marketplace, serta mengidentifikasi kendala dan solusi hukum yang diperlukan. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual, menganalisis regulasi terkait, putusan pengadilan, dan literatur hukum yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi UU Perlindungan Konsumen dalam transaksi digital masih menghadapi berbagai kendala, antara lain kesenjangan regulasi, kompleksitas yurisdiksi lintas wilayah, dan lemahnya mekanisme penyelesaian sengketa. Penelitian ini menemukan perlunya harmonisasi regulasi antara UU Perlindungan Konsumen dengan regulasi teknologi informasi, penguatan peran BPSK

dalam menangani sengketa digital, dan pengembangan mekanisme perlindungan konsumen yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Implikasi penelitian ini memberikan rekomendasi kebijakan untuk memperkuat kerangka hukum perlindungan konsumen dalam era digital.

Kata kunci: *Perlindungan Hukum, Marketplace, Akses Keadilan, Perdagangan Digital.*

PENDAHULUAN

Dalam masa globalisasi yang berlangsung sekarang, kemajuan teknologi telah membawa banyak sekali perubahan pesat dalam berbagai jenis aspek kehidupan seperti sektor perdagangan, telekomunikasi, kesehatan, transportasi dan aspek lainnya yang memudahkan dalam memenuhi keperluan pokok masyarakat. Kemajuan teknologi digital dalam belakangan ini telah memberikan banyak sekali dampak terhadap manusia dalam gaya hidup yang awalnya tradisional menjadi modern. Awalnya, masyarakat Melaksanakan pembelian dan penjualan secara langsung atau langsung bertatap muka dengan penjual, dan sekarang Lambat laun bertransformasi menjadi tren baru.

Gaya baru tersebut adalah masyarakat melakukan kegiatan transaksi komersial dengan sarana berbasis internet atau perdagangan elektronik. Transaksi online itu adalah metode baru dalam aktivitas perdagangan yang mengoptimalkan perkembangan teknologi informasi. Saat ini, banyak badan usaha maupun konsumen yang beralih melakukan jual beli secara online. Masyarakat lebih memilih belanja online karena konsumen mendapatkan manfaat serta dinilai dapat memberikan kemudahan. Misalnya ketika konsumen ingin membeli barang yang diinginkan, konsumen tidak lagi harus datang pergi menuju toko hanya untuk memperoleh produk yang diperlukan, terlebih lagi apabila letak lokasi toko tersebut jauh. Jelas hal ini dapat memberikan kemudahan bagi konsumen karena dapat menghemat waktu dan membuat proses jual beli menjadi lebih praktis. Untuk memenuhi kebutuhan akan efisiensi tersebut, berbagai inovasi digital mulai dikembangkan yang dapat mendukung proses jual beli secara online.

Salah satu bentuk inovasi dari perkembangan digital melalui munculnya platform marketplace, yaitu merupakan platform yang menyediakan tempat aktivitas perdagangan daring yang dapat menghubungkan interaksi antara penjual dan pembeli dalam satu sistem terintegrasi. Beberapa contoh situs perdagangan elektronik yang banyak dipakai di Indonesia adalah Tokopedia, Shopee, Lazada, dan Bukalapak. Melalui beberapa platform ini, konsumen dapat melakukan transaksi tanpa batas waktu, dan dapat membeli berbagai produk atau jasa tanpa harus berkunjung ke toko fisik, cukup dengan memanfaatkan perangkat elektronik dan koneksi internet tanpa melakukan kontak langsung secara tatap muka dengan penjual. Kemudahan yang ditawarkan marketplace membuat masyarakat semakin tertarik dengan transaksi daring. Namun, dibalik kemudahan tersebut, terdapat pula risiko yang dapat dirasakan oleh konsumen. Dalam kenyataannya, banyak sekali konsumen yang mengalami kerugian, misalnya kualitas barang tidak sesuai dengan yang tercantum dalam deskripsi, terjadi keterlambatan pada saat pengiriman, barang yang tidak dikirim oleh penjual dan bahkan berpotensi penyalahgunaan data pribadi.

Salah satu peristiwa yang muncul pada tahun 2020, yang dimana seorang konsumen membeli laptop seharga Rp.7 juta melalui salah satu platform marketplace yaitu Shopee. Setelah sistem menyatakan transaksi telah berhasil dan tercatat bahwa barangnya telah diterima, ternyata barang tersebut belum sampai ke tangan pembeli. Ketika pembeli mencoba untuk menghubungi penjual, namun tidak membuahkan hasil, dan ketika pembeli mengajukan pengembalian dana (refund) namun ditolak oleh pihak platform. Dikarenakan konsumen tersebut merasa dirugikan dan tidak mendapatkan perlindungan yang semestinya, Konsumen akhirnya melaporkan kasus ini ke Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). Kasus tersebut mencerminkan bahwa lemahnya posisi konsumen dalam sistem marketplace digital di Indonesia dan menunjukkan bahwa belum jelasnya pembagian tanggung jawab hukum antara pelaku usaha dan platform.

Hal ini yang dapat mengakibatkan ketidakjelasan mengenai siapa yang seharusnya bertanggung jawab apabila konsumen mengalami kerugian. Permasalahan tersebut menunjukkan meskipun transaksi online terlihat sederhana, kaitan hukum antara konsumen, pelaku usaha, serta platform marketplace sebenarnya cukup rumit. Posisi konsumen menjadi lemah akibat minimnya pemahaman hukum, terbatasnya akses keadilan, serta belum adanya kejelasan mengenai tanggung jawab antara penjual dan platform. Disisi lain, regulasi yang sedang berlaku, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebenarnya sudah menetapkan hak dan perlindungan bagi konsumen. Namun, penerapan aturan tersebut dalam ranah marketplace masih menghadapi berbagai kendala, terutama dalam aspek penegakan hukum dan kepastian tanggung jawab saat terjadi sengketa. Oleh karena itu, penting untuk melakukan kajian mendalam mengenai bagaimana jenis jaminan hukum yang tersedia bagi konsumen dalam aktivitas perdagangan online melalui platform marketplace. Selain itu, perlu dilakukan evaluasi terhadap seberapa efektif penerapan regulasi yang saat ini berlaku dalam mengatur aktivitas tersebut. Upaya ini diperlukan agar kemajuan teknologi di sektor perdagangan tidak hanya memberikan kemudahan, tetapi juga dapat memastikan adanya perlindungan hukum yang adil bagi konsumen, yang merupakan pihak yang rentan dalam ekosistem transaksi digital.

METODE

Strategi penelitian yang dipilih oleh penulis adalah metode analisis yuridis normatif, yaitu berarti pendekatan yang berfokus pada studi dan analisis ketentuan hukum positif yang berlaku secara resmi di Indonesia, meliputi peraturan perundang-undangan, pandangan para ahli hukum, dan juga sumber-sumber referensi yang memiliki relevansi dengan jaminan hukum bagi konsumen saat melakukan pembelian melalui platform internet melalui platform marketplace di Indonesia. Penelitian ini dilakukan melalui studi kepustakaan (library research), dengan mengandalkan data yang telah diparafrasekan dari berbagai data sekunder yang didapat dari berbagai sumber seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang

Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), artikel ilmiah, artikel hukum, serta putusan-putusan pengadilan yang relevan. Bahan yang sudah dihimpun akan ditinjau secara kualitatif dengan menguraikan secara sistematis isi dari norma-norma hukum dan kesesuaiannya dengan isu yang dibahas, guna menghasilkan kesimpulan yang logis dan dapat dipertanggungjawabkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan kajian terhadap berbagai sumber hukum berupa peraturan perundang-undangan, literatur ilmiah, serta jurnal yang relevan, diperoleh gambaran bahwa perkembangan transaksi digital melalui platform marketplace telah membawa perubahan signifikan dalam pola konsumsi masyarakat. Kemudahan akses, efisiensi waktu, serta beragam pilihan produk menjadi faktor utama meningkatnya minat masyarakat dalam melakukan transaksi secara online. Namun demikian, di balik berbagai kemudahan tersebut, terdapat sejumlah permasalahan yang menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen belum sepenuhnya berjalan secara optimal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen masih sering mengalami berbagai bentuk kerugian dalam transaksi digital, di antaranya barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi yang ditampilkan, kualitas produk yang tidak memenuhi standar, keterlambatan pengiriman, hingga kasus barang yang tidak dikirim sama sekali. Selain itu, terdapat pula permasalahan terkait penolakan pengembalian dana (refund) oleh pihak penjual maupun platform, yang semakin memperlemah posisi konsumen. Kondisi ini menunjukkan bahwa hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan belum sepenuhnya terpenuhi dalam praktik transaksi digital.

Lebih lanjut, ditemukan bahwa pengaturan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen belum sepenuhnya mampu menjawab dinamika transaksi digital yang berkembang pesat. Hal ini terlihat dari belum adanya pengaturan yang secara tegas mengatur hubungan hukum antara konsumen, pelaku usaha, dan platform marketplace. Dalam praktiknya, marketplace cenderung memposisikan diri sebagai perantara yang tidak bertanggung jawab secara langsung terhadap kerugian konsumen, sehingga tanggung jawab lebih banyak dibebankan kepada penjual. Kondisi ini menimbulkan ketidakjelasan dan kesulitan bagi konsumen dalam menentukan pihak yang harus dimintai pertanggungjawabannya.

Di sisi lain, mekanisme penyelesaian sengketa yang tersedia juga belum sepenuhnya mampu memberikan perlindungan yang efektif bagi konsumen. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sebagai lembaga penyelesaian sengketa di luar pengadilan masih menghadapi berbagai keterbatasan, baik dari segi kewenangan, pemahaman terhadap transaksi digital, maupun jangkauan penyelesaian sengketa lintas wilayah. Sementara itu, mekanisme penyelesaian sengketa yang disediakan oleh platform marketplace cenderung bersifat internal dan kurang independen, sehingga dalam banyak kasus keputusan yang diambil tidak sepenuhnya berpihak kepada konsumen.

Selain permasalahan tersebut, perlindungan terhadap data pribadi konsumen dalam transaksi digital juga menjadi perhatian penting. Hasil penelitian menunjukkan bahwa data konsumen yang dikumpulkan oleh platform marketplace, seperti informasi pribadi, riwayat transaksi, dan preferensi belanja, berpotensi disalahgunakan apabila tidak diatur secara jelas dan komprehensif. Ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen belum secara khusus mengatur perlindungan data pribadi dalam konteks transaksi digital, sehingga menimbulkan celah hukum yang dapat merugikan konsumen.

Selanjutnya, ditemukan adanya ketidakharmonisan antara berbagai peraturan perundang-undangan yang mengatur transaksi digital, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta peraturan terkait perdagangan melalui sistem elektronik. Perbedaan pengaturan tersebut menimbulkan ketidakpastian hukum, baik bagi konsumen, pelaku usaha, maupun aparat penegak hukum dalam menerapkan ketentuan yang berlaku.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun kerangka hukum perlindungan konsumen di Indonesia telah tersedia, penerapannya dalam transaksi digital melalui marketplace masih menghadapi berbagai tantangan. Kondisi ini menunjukkan perlunya penyesuaian dan penguatan regulasi agar mampu memberikan perlindungan yang lebih efektif dan sesuai dengan perkembangan teknologi digital.

Pembahasan

Efektivitas UU Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Digital di Marketplace

Penerapan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam konteks transaksi digital melalui marketplace masih menghadapi tantangan yang cukup serius, khususnya dalam hal kesesuaian antara perangkat hukum yang ada dengan karakteristik transaksi digital modern. Sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 4, konsumen memiliki hak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa. Namun demikian, dalam praktik marketplace, pemenuhan hak tersebut belum berjalan optimal. Hal ini disebabkan oleh tingginya tingkat asimetri informasi yang lebih kompleks dibandingkan transaksi konvensional. Konsumen pada umumnya hanya mengandalkan foto produk, deskripsi tertulis, serta ulasan pengguna yang rentan terhadap manipulasi. Ketiadaan akses untuk melakukan pemeriksaan fisik secara langsung meningkatkan risiko terjadinya ketidaksesuaian antara informasi dan barang yang diterima, yang kerap dikenal sebagai fenomena “catfishing produk”. Di sisi lain, marketplace juga memiliki keterbatasan dalam memverifikasi keakuratan informasi yang diunggah oleh banyak penjual, sehingga pengawasan terhadap kualitas informasi belum sepenuhnya selaras dengan ketentuan dalam undang-undang. Selain itu, hubungan hukum yang melibatkan konsumen, penjual, dan platform marketplace menciptakan kompleksitas tersendiri yang belum diatur secara eksplisit dalam UU Perlindungan Konsumen.

Ketentuan dalam Pasal 19 UU Perlindungan Konsumen yang mengatur tanggung jawab pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi atas kerugian

konsumen juga menimbulkan persoalan dalam implementasinya di marketplace. Terdapat ambiguitas dalam menentukan pihak yang dapat dikategorikan sebagai “pelaku usaha” yang bertanggung jawab. Marketplace umumnya memposisikan diri sebagai penyedia layanan perantara berbasis teknologi, bukan sebagai pihak yang secara langsung melakukan transaksi jual beli. Kondisi ini menimbulkan celah hukum yang menyulitkan konsumen dalam menentukan pihak yang harus dimintai pertanggungjawaban. Dalam praktiknya, tanggung jawab sering dialihkan kepada penjual individual, yang tidak selalu memiliki kemampuan finansial untuk memenuhi tuntutan ganti rugi secara layak. Hal ini menunjukkan bahwa konstruksi tanggung jawab dalam UU Perlindungan Konsumen belum sepenuhnya mampu menjawab kompleksitas model bisnis digital.

Lebih lanjut, Pasal 4 huruf b UU Perlindungan Konsumen yang menjamin hak konsumen untuk memilih barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar yang diberikan juga menghadapi tantangan dalam sistem marketplace berbasis algoritma. Mekanisme algoritmik yang mengatur tampilan produk, peringkat pencarian, serta rekomendasi bersifat tidak transparan dan sering kali dipengaruhi oleh kepentingan komersial, seperti pembayaran iklan atau kerja sama dengan pihak tertentu. Akibatnya, keputusan konsumen dapat dipengaruhi secara tidak langsung tanpa disadari, sehingga prinsip kebebasan memilih tidak sepenuhnya terwujud. Selain itu, praktik desain antarmuka yang bersifat manipulatif (dark pattern) turut memperlemah posisi konsumen, meskipun praktik tersebut sulit diidentifikasi dan dibuktikan dalam kerangka hukum yang berlaku saat ini.

Dalam hal penyelesaian sengketa, ketentuan Pasal 45 sampai dengan Pasal 48 UU Perlindungan Konsumen juga menunjukkan keterbatasan dalam penerapannya pada transaksi digital. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sebagai lembaga yang ditunjuk untuk menyelesaikan sengketa di luar pengadilan masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan pemahaman terhadap karakteristik transaksi digital, persoalan yurisdiksi lintas wilayah, serta lemahnya mekanisme eksekusi. Sementara itu, marketplace umumnya menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa internal yang cenderung tidak independen dan lebih berorientasi pada efisiensi operasional. Konsumen sering kali berada dalam posisi yang kurang menguntungkan karena harus menerima keputusan platform atau berisiko kehilangan haknya. Bahkan, adanya klausula dalam terms of service yang mewajibkan penyelesaian sengketa melalui mekanisme internal terlebih dahulu berpotensi membatasi hak konsumen untuk memilih forum penyelesaian sengketa sebagaimana dijamin dalam undang-undang.

Selain itu, efektivitas perlindungan konsumen juga terhambat oleh belum adanya pengaturan yang memadai terkait perlindungan data pribadi dalam UU Perlindungan Konsumen. Meskipun Pasal 4 huruf f menjamin hak konsumen untuk memperoleh perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa secara patut, ketentuan tersebut belum secara spesifik mengatur pengelolaan data pribadi dalam transaksi digital. Dalam praktiknya, marketplace mengumpulkan berbagai jenis data konsumen, termasuk informasi pribadi, preferensi belanja, serta riwayat transaksi, yang berpotensi dimanfaatkan untuk kepentingan komersial tanpa

persetujuan yang memadai. Risiko seperti pelanggaran privasi, diskriminasi harga, serta manipulasi perilaku konsumen belum dapat diatasi secara optimal melalui kerangka hukum yang ada.

Tanggung Jawab Pelaku Usaha terhadap Konsumen

Ketika pelaku usaha tidak memenuhi kewajibannya dalam kontrak elektronik sehingga menimbulkan kerugian bagi konsumen, pelaku usaha yang mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan gambar dapat dianggap melakukan perbuatan wanprestasi (Pasal 1243 KUHPPerdata). Oleh karena itu, pelaku usaha yang menjual barang di marketplace harus memenuhi janji jual beli dengan mengirimkan barang yang dijanjikan di marketplace tersebut. Penjual yang menjual barang melalui internet juga harus memenuhi tanggung jawab yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pasal 7 Huruf b Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatakan bahwa pelaku usaha berkewajiban untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang kondisi dan jaminan barang. Dengan demikian, jika pelaku usaha mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan gambar yang ada di pasar, pelaku usaha tersebut melanggar kewajibannya.

Berdasarkan Pasal 7 Huruf f Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha kemudian bertanggung jawab untuk membayar kompensasi, ganti rugi, atau penggantian atas kerugian yang disebabkan oleh penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Jika barang dan/atau jasa tersebut tidak sesuai dengan gambar saat dikirim ke transaksi di marketplace. Selain itu, berdasarkan Pasal 19 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha juga bertanggung jawab untuk memberikan ganti rugi apabila barang atau jasa yang dijual menyebabkan kerusakan, pencemaran, atau kerugian bagi konsumen. Dengan demikian, pelaku usaha bertanggung jawab atas segala kerugian yang menimpa konsumen karena pertanggungjawabannya tidak terbatas pada produk yang rusak.

Pasal 19 Ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menetapkan bahwa penjual dapat menerima ganti rugi karena mengirimkan barang yang tidak sesuai. Ganti rugi tersebut dapat berupa pengembalian uang (refund), penggantian barang yang setara nilainya, perawatan kesehatan, atau santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Batas waktu pemberian ganti rugi diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen harus diberikan dalam 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.

Jika penerimaan secara elektronik dan penawaran secara elektronik sesuai dengan mekanisme teknis, maka kesepakatan dalam jual beli online dianggap sah dan mengikat. Namun, jika terjadi ketidaksesuaian antara penerimaan secara elektronik dan penawaran secara elektronik, maka kesepakatan belum tercapai, sesuai dengan penjelasan yang diberikan dalam Pasal 44 ayat (1) dan (2) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Kesepakatan jual beli online di marketplace dimulai ketika pelanggan memilih

tombol setuju saat mereka ingin membeli suatu barang. Namun, kesesuaian barang dengan kesepakatan dapat diketahui ketika barang yang dibeli telah diterima oleh pelanggan. Dengan kata lain, kesepakatan tercapai ketika pelanggan menerima barang dengan cara yang dijanjikan dan penjual memenuhi janjinya.

Klausula Baku yang Merugikan Konsumen dalam Transaksi Digital di Marketplace

Seperti yang diatur dalam Undang-Undang mengenai Perlindungan Konsumen, adalah ilegal bagi kontrak elektronik untuk mencantumkan klausula baku yang merugikan Konsumen, seperti yang dinyatakan dalam Pasal 53 Ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Dengan demikian, penjual di marketplace dilarang untuk menetapkan syarat dan ketentuan toko online mereka yang merugikan pelanggan, seperti tidak menerima komplain atau penukaran barang yang rusak, dan sebagainya. Hal ini juga berlaku untuk marketplace. Marketplace harus mematuhi Undang-Undang Perlindungan Konsumen saat membuat peraturan tentang segala kegiatan yang dilakukannya. Selain itu, menurut Pasal 46 PP No. 82 tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, "transaksi elektronik yang dilakukan pihak memberikan akibat hukum kepada pihak dan selanjutnya yang mana penyelenggaraan transaksi elektronik tersebut dilakukan wajib memiliki itikad baik, transparansi, prinsip kehati-hatian, akuntabilitas, dan kewajaran".

Ini menimbulkan keterikatan terhadap adanya ketentuan-ketentuan hukum tersebut. Sebelum mengirimkan produk kepada pembeli, penjual harus memeriksa kembali apakah produk tersebut sesuai dengan yang dijanjikan di marketplace. Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Pasal 64 Ayat (1) huruf d menyatakan bahwa pelaku usaha harus memastikan bahwa barang dan jasa yang dikirim sesuai saat dikirim melalui jasa kurir atau mekanisme pengiriman lainnya. Pasal ini secara tidak langsung bertujuan untuk menghindari kerugian bagi konsumen maupun pelaku usaha itu sendiri. Apabila penjual di marketplace tidak mematuhi perjanjian yang disepakati berdasarkan informasi yang diberikan, penjual tersebut bertanggung jawab untuk memberikan penggantian yang sesuai dan setimpal atas kerugian yang dialami konsumen.

Merchant bertanggung jawab atas semua konten atau substansi yang diunggah, merchant bertanggung jawab atas laporan atau pengaduan mengenai konten yang diunggah, dan merchant bertanggung jawab sesuai dengan syarat dan ketentuan penyedia platform. Oleh karena itu, wajib bagi perusahaan untuk memberikan jaminan atau dengan niat baik memberikan ganti rugi kepada konsumen atas barang yang mereka beli. Menurut Pasal 19 angka 1 UUPK, "Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan", e-commerce dapat menangani setiap keluhan pembeli atau konsumen yang terkait dengan tindakan pelaku usaha yang menyebabkan kerugian, jika tindakan pelaku usaha tersebut terkait dengan penjualan produknya di platform e-commerce tersebut.

Perjanjian jual beli online tidak hanya diatur oleh UU ITE, ada peraturan sebelumnya yang mengatur perjanjian tersebut. Dalam hal ini, tujuan utamanya adalah untuk menciptakan hak dan kewajiban yang sangat mengikat antara penjual dan pembeli di platform e-commerce tersebut. Dalam Pasal 1365 Undang-Undang Perdata, disebutkan bahwa "tiap perbuatan melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut." Ini sangat penting untuk penuntutan konsumen untuk meminta ganti rugi atas perbuatan buruk pelaku usaha. Karena Pasal 15 ayat (2) UU ITE menyatakan bahwa "Penyelenggara Sistem Elektronik bertanggung jawab terhadap Penyelenggaraan Sistem Elektroniknya", pihak e-commerce bertanggung jawab sepenuhnya atas suatu produk yang tidak sesuai. Dengan mempertimbangkan kedua pasal tersebut, pihak e-commerce, dalam hal ini sebagai marketplace, harus bertanggung jawab sepenuhnya atas setiap masalah yang muncul di halaman jual belinya, terutama jika terjadi masalah apa pun yang terjadi di sana.

Kendala Hukum, Tantangan Penegakan Hak Konsumen, dan Solusi Hukum dalam Transaksi Digital di Marketplace

Kendala hukum utama dalam penegakan hak-hak konsumen pada transaksi digital di marketplace bersumber dari disharmoni regulasi antara UU Perlindungan Konsumen dengan peraturan perundang-undangan lainnya yang mengatur aspek teknologi informasi dan perdagangan elektronik. UU ITE, PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, dan berbagai peraturan menteri terkait marketplace seringkali memiliki pendekatan yang berbeda dalam mendefinisikan tanggung jawab platform digital, hak dan kewajiban konsumen, serta mekanisme penyelesaian sengketa.

Ketidakkonsistenan ini menciptakan kebingungan bagi konsumen, pelaku usaha, dan aparat penegak hukum dalam menentukan aturan mana yang harus diterapkan dalam kasus sengketa tertentu. Lebih lanjut, tidak adanya harmonisasi antara regulasi perlindungan konsumen dengan regulasi perlindungan data pribadi juga menciptakan celah hukum dimana hak-hak konsumen atas privasi dan keamanan data tidak dapat dilindungi secara optimal. Kondisi ini diperparah dengan adanya overlapping kewenangan antara berbagai lembaga negara seperti Kementerian Perdagangan, Kementerian Komunikasi dan Informatika, serta BPSK dalam mengawasi dan menegakkan aturan perlindungan konsumen digital, yang seringkali mengakibatkan koordinasi yang tidak efektif dan penegakan hukum yang tidak konsisten.

Tantangan teknis dalam penegakan hak konsumen digital juga muncul dari karakteristik teknologi yang digunakan dalam transaksi marketplace yang sulit dipahami oleh aparat penegak hukum konvensional. Sistem algoritma, artificial intelligence, dan blockchain yang digunakan platform untuk memproses transaksi, menentukan ranking produk, dan mengelola data konsumen memerlukan pemahaman teknis yang mendalam untuk dapat dianalisis dari perspektif hukum. Aparat penegak hukum seringkali mengalami kesulitan dalam mengidentifikasi pelanggaran hak konsumen yang terjadi melalui manipulasi algoritma atau praktik

diskriminatif yang dilakukan secara otomatis oleh sistem. Tantangan ini diperparah dengan kecepatan perkembangan teknologi yang jauh melampaui kecepatan adaptasi regulasi dan kapasitas institusi penegak hukum.

Untuk mengatasi berbagai kendala dan tantangan tersebut, diperlukan solusi hukum yang komprehensif dan multi-dimensional.

Pertama, harmonisasi regulasi melalui revisi UU Perlindungan Konsumen untuk mengakomodasi karakteristik transaksi digital dengan memasukkan ketentuan spesifik mengenai tanggung jawab platform marketplace, hak konsumen atas transparansi algoritma, perlindungan data pribadi, dan mekanisme penyelesaian sengketa digital yang efektif. Revisi ini harus dilakukan secara sinkron dengan penyesuaian regulasi turunan seperti PP dan Permen untuk memastikan konsistensi dan saling mendukung antaraturan.

Kedua, penguatan kapasitas institusional BPSK melalui pelatihan khusus bagi anggota majelis dalam bidang teknologi digital, rekrutmen ahli teknologi informasi sebagai anggota atau konsultan BPSK, pengembangan sistem online dispute resolution (ODR) yang dapat menangani sengketa digital secara efisien, dan peningkatan koordinasi antara BPSK pusat dan daerah untuk menangani kasus lintas wilayah.

Ketiga, pembentukan lembaga pengawasan khusus untuk marketplace yang memiliki kewenangan untuk melakukan audit terhadap algoritma platform, memverifikasi keakuratan informasi produk, dan memberikan sanksi yang tegas bagi pelanggaran hak konsumen. Solusi hukum juga harus mencakup pengembangan mekanisme class action atau gugatan perwakilan kelompok untuk sengketa konsumen digital, mengingat karakteristik kerugian digital yang seringkali bersifat massal namun dengan nilai kerugian individual yang kecil. Hal ini akan memberikan insentif ekonomis bagi konsumen untuk menegakkan hak-haknya dan menciptakan efek jera bagi platform yang melakukan praktik merugikan konsumen.

Selain itu, perlu dikembangkan sistem alternative dispute resolution (ADR) yang khusus untuk sengketa konsumen digital dengan melibatkan mediator yang memiliki kompetensi teknologi dan prosedur yang disesuaikan dengan karakteristik transaksi digital. Implementasi teknologi blockchain dalam sistem dispute resolution juga dapat meningkatkan transparansi dan kepercayaan konsumen terhadap proses penyelesaian sengketa.

Sintesis Hasil Penelitian

Berdasarkan keseluruhan temuan yang diperoleh dari kajian terhadap peraturan perundang-undangan, literatur ilmiah, serta berbagai jurnal yang relevan, dapat dirumuskan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi digital melalui marketplace di Indonesia masih menghadapi berbagai permasalahan yang bersifat struktural, normatif, dan praktis. Secara umum, keberadaan marketplace sebagai bagian dari perkembangan teknologi digital telah memberikan kemudahan yang signifikan bagi masyarakat dalam melakukan transaksi. Namun, kemudahan tersebut tidak diimbangi dengan sistem perlindungan hukum yang memadai, sehingga menimbulkan ketidakseimbangan

posisi antara konsumen dengan pelaku usaha maupun platform marketplace. Konsumen cenderung berada pada posisi yang lebih lemah, baik dari segi informasi, akses terhadap keadilan, maupun kemampuan dalam menuntut haknya ketika terjadi kerugian.

Permasalahan utama yang dapat ditarik dari hasil penelitian ini adalah belum optimalnya implementasi regulasi yang ada dalam mengakomodasi karakteristik transaksi digital. Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang pada dasarnya dirancang untuk transaksi konvensional, belum sepenuhnya mampu menjawab kompleksitas hubungan hukum dalam ekosistem marketplace yang melibatkan banyak pihak, yaitu konsumen, penjual, dan platform sebagai penyedia layanan digital. Kondisi ini mengakibatkan munculnya ketidakjelasan mengenai pembagian tanggung jawab hukum, yang pada akhirnya merugikan konsumen.

Selain itu, keterbatasan dalam mekanisme penyelesaian sengketa juga menjadi faktor yang memperlemah perlindungan konsumen. Lembaga penyelesaian sengketa seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) belum sepenuhnya siap dalam menangani sengketa berbasis digital yang memiliki karakteristik berbeda dengan sengketa konvensional, seperti lintas wilayah, penggunaan sistem elektronik, serta keterlibatan teknologi yang kompleks. Di sisi lain, mekanisme penyelesaian sengketa yang disediakan oleh marketplace cenderung bersifat internal dan kurang memberikan jaminan independensi, sehingga berpotensi menimbulkan ketidakadilan bagi konsumen. Lebih lanjut, aspek perlindungan data pribadi konsumen juga menjadi bagian penting yang belum terakomodasi secara optimal dalam kerangka hukum perlindungan konsumen.

Dalam praktiknya, platform marketplace mengumpulkan dan mengelola berbagai data konsumen yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Tanpa adanya pengaturan yang jelas dan komprehensif, kondisi ini berpotensi menimbulkan penyalahgunaan data yang dapat merugikan konsumen, baik secara materiil maupun immateriil.

Di samping itu, ketidakharmonisan antara berbagai regulasi yang mengatur transaksi digital menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk melakukan sinkronisasi dan pembaruan hukum. Perbedaan pengaturan antara Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta peraturan terkait perdagangan elektronik menimbulkan ketidakpastian hukum yang berdampak pada lemahnya efektivitas perlindungan konsumen. Dengan demikian, sintesis hasil penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan perlindungan konsumen di era digital sangat bergantung pada kemampuan sistem hukum untuk beradaptasi dengan dinamika teknologi, sehingga dapat menciptakan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan platform marketplace secara adil dan berkelanjutan.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi digital melalui

marketplace pada dasarnya telah memiliki landasan hukum yang cukup jelas dalam berbagai peraturan perundang-undangan, khususnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta peraturan terkait perdagangan melalui sistem elektronik. Ketentuan tersebut telah mengatur hak dan kewajiban konsumen maupun pelaku usaha, termasuk kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, serta tanggung jawab dalam memberikan ganti rugi apabila terjadi kerugian. Dalam praktiknya, pelaku usaha memiliki tanggung jawab hukum yang melekat terhadap konsumen, terutama dalam hal pemenuhan kesesuaian barang dengan yang diperjanjikan, serta kewajiban memberikan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian apabila terjadi kerugian. Selain itu, keberadaan marketplace sebagai penyelenggara sistem elektronik juga memiliki peran penting dalam memastikan berlangsungnya transaksi yang aman, transparan, dan bertanggung jawab, termasuk dalam menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa bagi konsumen. Di sisi lain, penggunaan klausula baku dalam transaksi digital telah diatur untuk tidak merugikan konsumen, sehingga pelaku usaha maupun platform marketplace tidak diperbolehkan mencantumkan ketentuan yang menghilangkan hak konsumen, seperti penolakan pengembalian barang atau pembatasan tanggung jawab secara sepihak. Hal ini menunjukkan bahwa secara normatif, sistem hukum telah memberikan perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi digital. Namun demikian, dalam pelaksanaannya masih terdapat berbagai kendala, seperti belum jelasnya pembagian tanggung jawab antara pelaku usaha dan platform marketplace, keterbatasan mekanisme penyelesaian sengketa, serta adanya ketidakharmonisan antar regulasi yang mengatur transaksi digital. Kondisi ini menyebabkan perlindungan hukum terhadap konsumen belum sepenuhnya berjalan secara optimal. Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi digital melalui marketplace di Indonesia telah memiliki dasar hukum yang memadai, namun masih memerlukan penguatan dalam implementasinya agar dapat memberikan perlindungan yang efektif, adil, dan sesuai dengan perkembangan teknologi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Arief, R. P. (2023). Hukum perlindungan konsumen atas barang yang tidak sesuai dengan gambar pada transaksi di marketplace. *Unes Law Review*, 6(2), 4953-4963. <https://doi.org/10.31933/unesrev.v6i2>
- Clarissa, A., Roza, I. D. M., Susanti, A. N., Riani, D., & Salsabila, M. (2026). Efektivitas Implementasi Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Digital pada Marketplace di Indonesia. *Hukum Inovatif: Jurnal Ilmu Hukum Sosial dan Humaniora*, 3(1), 158-168. <https://doi.org/10.62383/humif.v3i1.2837>
- Fista, Y. L., Machmud, A., & Suartini, S. (2023). Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Binamulia Hukum*, 12(1), 177-189. <https://doi.org/10.37893/jbh.v12i1.599>

-
- Heng, R. J., & Lie, G. (2025). Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi cross-border pada platform marketplace digital berdasarkan hukum positif Indonesia. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 12(10), 3886-3899. <https://doi.org/10.5281/zenodo.17156678>
- Himmah, F., & Karim, M. (2025). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia: Tinjauan Terhadap Ketidaksesuaian Barang. *Begawan Abioso*, 16(1), 1-10. <https://doi.org/10.37893/abioso.v16i1.1156>
- Izazi, F. S., Sajena, P., Kirana, R. S., & Marsaulina, K. (2024). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Peraturan Pemerintah (Pp) Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. *Leuser: Jurnal Hukum Nusantara*, 1(2), 8-14. <https://journal.myrepublikcorp.com/index.php/leuser/article/view/73>
- Nasution, M. F., Purba, Y. Y., Silalahi, J. A. S., & Purba, V. L. (2025). Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 4(2), 1931-1938. <https://doi.org/10.56799/peshum.v4i2.7481>
- Pembayun, E. P., & Gunawan, A. F. (2025). Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Digital: Tinjauan terhadap Implementasi UU Perlindungan Konsumen di Marketplance. *Jurnal Fakta Hukum*, 3(2), 84-94. <https://doi.org/10.58819/jfh.v3i2.156>
- Pembayun, E. P., & Gunawan, A. F. (2025). Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Digital: Tinjauan terhadap Implementasi UU Perlindungan Konsumen di Marketplance. *Jurnal Fakta Hukum*, 3(2), 84-94. <https://doi.org/10.58819/jfh.v3i2.156>
- Pohan, T. D., & Nasution, M. I. P. (2023). Perlindungan Hukum Data Pribadi Konsumen Dalam Platform E Commerce. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 1(3), 42-48. <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v1i3.336>
- Tamaela, K. W., & Solichin, R. A. (2025). Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Kegiatan Transaksi Elektronik (E-Commerce): Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *HUMANIORUM*, 3(3), 75-85. <https://doi.org/10.37010/hmr.v3i3.112>
- Yulia, Y. (2024). Perlindungan Hukum Dalam Transaksi Kontrak E-Commerce. *AL WASATH Jurnal Ilmu Hukum*, 5(1), 27-40. <https://doi.org/10.47776/alwasath.v5i1.842>