

Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce: Studi Kasus Marketplace Indonesia

¹Aisyah Layyina Rahmah, ²Andi Maysarah

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dharmawangsa, Indonesia

*Corresponding Email: aisyahlayyina167@gmail.com

ABSTRACT

The rise of e-commerce transactions in Indonesia brings both economic opportunities and legal challenges, particularly in consumer protection. This study aims to analyze the effectiveness of legal protection for consumers in e-commerce transactions, with a specific focus on the liability of marketplaces as digital facilitators. A normative juridical approach and qualitative analysis were applied, along with case studies on three major Indonesian marketplaces: Tokopedia, Shopee, and Bukalapak. Findings reveal that although regulations such as Law No. 8 of 1999 and Government Regulation No. 80 of 2019 exist, their implementation remains suboptimal. Marketplaces often disclaim liability for consumer losses, while dispute resolution mechanisms are perceived as slow and lacking transparency. Furthermore, weak seller verification systems increase the risk of fraud. This study recommends strengthening regulations, enforcing clearer legal obligations for marketplaces, and enhancing consumer legal literacy to establish a safer and fairer digital commerce ecosystem.

Keyword: Protection, Consumer, E-commerce, Marketplace, Transaction, Cyber Law

ABSTRAK

Meningkatnya transaksi e-commerce di Indonesia menghadirkan peluang ekonomi sekaligus tantangan hukum, terutama dalam aspek perlindungan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce, dengan fokus pada tanggung jawab marketplace sebagai fasilitator digital. Metode yang digunakan adalah pendekatan yuridis normatif dengan analisis kualitatif, serta studi kasus pada tiga marketplace utama di Indonesia: Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun terdapat regulasi seperti UU No. 8 Tahun 1999 dan PP No. 80 Tahun 2019, pelaksanaan perlindungan hukum belum optimal. Marketplace sering kali menghindari tanggung jawab atas kerugian konsumen, dan mekanisme penyelesaian sengketa dinilai lambat serta tidak transparan. Selain itu, verifikasi penjual yang lemah membuka celah terjadinya penipuan. Penelitian ini merekomendasikan penguatan regulasi, kewajiban hukum yang lebih tegas bagi marketplace, serta peningkatan literasi hukum konsumen untuk menciptakan.

Kata Kunci: Perlindungan, Konsumen, E-commerce, Marketplace, Transaksi, Hukum Siber

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong terjadinya transformasi dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sektor perdagangan. Salah satu manifestasinya adalah munculnya e-commerce atau perdagangan elektronik yang kini semakin dominan dalam aktivitas jual beli barang dan jasa. Data dari Statista (2024) menunjukkan bahwa nilai transaksi e-commerce di Indonesia pada tahun 2023 mencapai lebih dari 60 miliar USD, menjadikan Indonesia sebagai salah satu pasar e-commerce terbesar di Asia Tenggara. Transformasi ini tidak hanya membawa kemudahan, tetapi juga tantangan hukum baru yang berkaitan dengan perlindungan konsumen.

Dalam transaksi e-commerce, konsumen kerap kali berada pada posisi yang lemah dibandingkan pelaku usaha. Berbagai permasalahan seperti barang tidak sesuai deskripsi, keterlambatan pengiriman, hingga penipuan digital sering terjadi. Menurut Yuliana (2022), ketidakseimbangan informasi (information asymmetry) menjadi akar utama dari banyak kasus sengketa dalam transaksi online. Selain itu, karakteristik transaksi yang tidak mempertemukan secara langsung penjual dan pembeli menimbulkan potensi kerugian yang lebih besar bagi konsumen (Putra & Wulandari, 2021).

Pemerintah Indonesia telah mengantisipasi hal ini dengan menerbitkan berbagai regulasi, antara lain Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Meskipun demikian, dalam praktiknya, perlindungan hukum bagi konsumen e-commerce masih menghadapi berbagai kendala. Sebagai contoh, mekanisme pengaduan yang lambat, kurangnya transparansi pihak marketplace, serta keterbatasan akses terhadap penyelesaian sengketa menjadi hambatan utama (Rahmat & Ayu, 2020).

Marketplace sebagai perantara digital memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa transaksi antara penjual dan pembeli berlangsung secara adil dan aman. Namun, studi yang dilakukan oleh Saputra (2023) menunjukkan bahwa sebagian besar platform marketplace di Indonesia belum sepenuhnya menerapkan prinsip tanggung jawab hukum terhadap keluhan konsumen.

Padahal, menurut prinsip *good faith* dalam hukum perdata dan asas perlindungan konsumen, marketplace harus turut bertanggung jawab dalam menjamin hak-hak konsumen (Sutedi, 2011).

Beberapa kasus sengketa konsumen dengan marketplace di Indonesia telah mencuat ke permukaan, seperti kasus konsumen yang dirugikan oleh penjual fiktif di platform tertentu dan tidak mendapatkan kompensasi yang layak. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana tanggung jawab hukum dari penyelenggara platform digital dalam melindungi konsumen. Menurut Wahyuni (2021), perlindungan konsumen digital memerlukan pendekatan yang lebih adaptif terhadap perubahan teknologi dan pola interaksi dalam ruang siber.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum yang tersedia bagi konsumen dalam transaksi e-commerce melalui marketplace di Indonesia serta mengevaluasi efektivitasnya dalam praktik. Dengan pendekatan studi kasus terhadap beberapa marketplace besar di Indonesia, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif tentang realitas perlindungan hukum konsumen di era digital. Pendekatan ini relevan karena semakin meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap transaksi digital (Maharani & Nugroho, 2022).

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan tidak hanya dapat memperkaya khazanah keilmuan di bidang hukum perlindungan konsumen, tetapi juga memberikan rekomendasi praktis bagi pembuat kebijakan, pelaku usaha digital, dan konsumen itu sendiri. Perlindungan hukum yang kuat akan menciptakan kepercayaan publik terhadap transaksi digital, yang pada akhirnya mendorong pertumbuhan ekonomi digital secara berkelanjutan (Suryadi, 2023).

KAJIAN TEORI

Perlindungan konsumen merupakan cabang dari hukum privat yang bertujuan melindungi kepentingan konsumen sebagai pihak yang rentan dalam transaksi ekonomi. Menurut Kartini Muljadi (2009), perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Konsep ini lahir dari ketidakseimbangan posisi tawar antara konsumen dan pelaku usaha, terutama ketika informasi dan kendali

atas barang/jasa hanya dimiliki oleh pelaku usaha.

Dalam konteks e-commerce, posisi tawar konsumen menjadi semakin lemah karena sifat transaksi digital yang bersifat impersonal dan tidak langsung. Menurut Sutedi (2011), salah satu karakteristik penting dari e-commerce adalah keterbatasan interaksi fisik dan auditibilitas barang/jasa, yang memperbesar potensi terjadinya misrepresentasi dan penipuan. Hal ini menyebabkan urgensi baru dalam hukum perlindungan konsumen untuk beradaptasi dengan fenomena digital. Dalam e-commerce, risiko seperti ketidaksesuaian produk, pencurian data pribadi, hingga penipuan transaksi menjadi tantangan utama yang perlu dijawab melalui pendekatan hukum yang responsif dan progresif.

Kerangka hukum yang melindungi konsumen di Indonesia didasarkan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang mengatur hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha. Dalam Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa, serta hak untuk didengar pendapat dan keluhannya. Namun, regulasi ini belum secara spesifik mengatur transaksi digital. Oleh karena itu, lahirlah Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), yang memberikan batasan dan tanggung jawab pelaku usaha digital, termasuk marketplace.

Marketplace dalam kajian hukum dipandang sebagai pihak ketiga (intermediary) yang menyediakan sistem dan infrastruktur bagi terjadinya transaksi antara penjual dan pembeli. Menurut Adi W. Gunawan (2020), keberadaan marketplace menimbulkan bentuk tanggung jawab baru, yaitu liability by facilitation, di mana penyedia platform harus ikut bertanggung jawab terhadap kerugian konsumen yang difasilitasi jika terjadi kelalaian dalam pengawasan atau sistem keamanan. Hal ini sejalan dengan prinsip strict liability dalam hukum konsumen modern, yang menekankan perlindungan terhadap konsumen tanpa perlu membuktikan kesalahan pelaku usaha.

Studi-studi sebelumnya mendukung pentingnya peran hukum dalam menyeimbangkan relasi antara konsumen dan pelaku usaha digital. Penelitian oleh Yuliana (2022) menunjukkan bahwa banyak konsumen tidak memahami

ketentuan hukum dalam transaksi e-commerce, sehingga rentan terhadap kerugian. Penelitian lain oleh Wahyuni & Pratama (2021) menyebutkan bahwa keluhan konsumen seringkali tidak ditindaklanjuti dengan serius oleh platform, menunjukkan lemahnya penegakan regulasi. Oleh karena itu, dibutuhkan penguatan instrumen hukum yang bersifat preventif maupun represif dalam menangani pelanggaran dalam e-commerce.

Teori keadilan dan kepastian hukum juga menjadi landasan penting dalam perlindungan konsumen. Menurut Gustav Radbruch, hukum harus mengandung unsur keadilan, kemanfaatan, dan kepastian hukum secara seimbang. Dalam konteks e-commerce, ketiganya harus terpenuhi: konsumen membutuhkan perlindungan (keadilan), regulasi harus memberi efek jera (kemanfaatan), dan ada sistem penyelesaian sengketa yang cepat dan efektif (kepastian hukum). Ketidakeimbangan dalam pemenuhan unsur ini akan menyebabkan perlindungan hukum konsumen menjadi tidak optimal di era perdagangan digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif dengan metode kualitatif. Pendekatan yuridis normatif dipilih karena fokus utama kajian adalah pada analisis norma hukum positif yang berlaku, khususnya yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce di Indonesia. Metode ini memfokuskan kajian terhadap regulasi yang berlaku, doktrin hukum, serta putusan pengadilan yang relevan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data sekunder yang diperoleh melalui studi kepustakaan (library research). Data sekunder ini meliputi peraturan perundang-undangan, buku-buku hukum, jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, serta artikel ilmiah terkait isu perlindungan konsumen dan transaksi elektronik. Sumber utama dalam studi ini mencakup Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, yakni pengumpulan dan penelaahan terhadap bahan-bahan hukum primer maupun

sekunder. Bahan hukum primer terdiri atas peraturan perundang-undangan dan putusan pengadilan, sedangkan bahan hukum sekunder mencakup literatur-literatur hukum, artikel ilmiah, dan jurnal yang relevan dengan topik penelitian. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan bahan hukum tersier seperti kamus hukum dan ensiklopedia hukum sebagai perlengkapan untuk memperjelas pemahaman konsep-konsep hukum yang dijelaskan.

Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif, yaitu dengan menggambarkan dan menganalisis data yang telah dikumpulkan secara sistematis, kemudian ditafsirkan berdasarkan teori-teori hukum dan prinsip-prinsip perlindungan konsumen yang berlaku. Tahapan analisis dimulai dari identifikasi isu hukum, pengklasifikasian sumber hukum, interpretasi norma hukum, hingga menarik kesimpulan hukum yang argumentatif dan sistematis.

Penelitian ini juga menggunakan pendekatan studi kasus terhadap beberapa marketplace besar di Indonesia, seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak. Pemilihan studi kasus didasarkan pada banyaknya jumlah transaksi yang terjadi serta tingginya kasus keluhan atau sengketa konsumen yang dilaporkan. Data mengenai studi kasus diperoleh dari laporan media, publikasi regulator seperti Kementerian Perdagangan dan Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), serta putusan lembaga penyelesaian sengketa konsumen seperti BPSK dan Pengadilan Negeri.

Dengan metode ini, diharapkan penelitian dapat memberikan gambaran yang komprehensif dan mendalam mengenai perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce di Indonesia, serta memberikan analisis kritis atas efektivitas regulasi yang ada dalam menjawab permasalahan hukum yang timbul di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce di Indonesia secara normatif telah dijamin melalui beberapa peraturan perundang-undangan, di antaranya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE). Kedua

regulasi ini mengatur hak-hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, dan mekanisme penyelesaian sengketa. Namun, dalam praktik, masih terdapat kesenjangan antara aturan dan implementasi. Hal ini terlihat dari tingginya jumlah aduan konsumen terkait transaksi online yang masuk ke Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) setiap tahunnya, terutama menyangkut barang tidak sesuai deskripsi, penipuan penjual, serta pengembalian dana yang tidak jelas (BPKN, 2022).

Studi kasus pada tiga marketplace besar di Indonesia—Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak—menunjukkan bahwa meskipun telah memiliki sistem perlindungan konsumen internal seperti jaminan pengembalian dana (refund), fitur pelaporan penjual, serta sistem escrow, pelaksanaannya belum sepenuhnya efektif. Contohnya, dalam laporan konsumen yang dirugikan oleh penjual fiktif, platform sering melepaskan tanggung jawab dengan dalih bahwa transaksi adalah tanggung jawab individu antara pembeli dan penjual (Saputra, 2023). Ini bertentangan dengan konsep *liability by facilitation*, di mana penyedia layanan digital seharusnya turut bertanggung jawab atas transaksi yang difasilitasi (Gunawan, 2020).

Fakta hukum di lapangan menunjukkan bahwa belum ada putusan pengadilan yang secara tegas mewajibkan marketplace untuk mengganti kerugian konsumen secara langsung, kecuali jika terbukti adanya kelalaian teknis dari pihak platform. Dalam beberapa kasus yang ditangani oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), penyelesaian lebih banyak dilakukan secara mediasi dan jarang sampai pada tahapan eksekusi sanksi hukum. Hal ini memperlihatkan lemahnya posisi konsumen dalam menuntut hak-haknya melalui jalur hukum formal. Banyak konsumen yang memilih untuk tidak melaporkan karena prosesnya dinilai panjang, rumit, dan tidak pasti hasilnya (Yuliana, 2022).

Secara teoritis, perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi digital seharusnya berbasis pada prinsip-prinsip keadilan, tanggung jawab, dan kepercayaan. Marketplace sebagai pihak yang memfasilitasi jual beli harus bertindak sebagai pengendali ekosistem digital, bukan sekadar penyedia layanan teknis. Dalam praktik di beberapa negara, seperti Uni Eropa, penyedia platform

digital dikenakan prinsip tanggung jawab bersama (joint liability) terhadap kerugian konsumen akibat aktivitas perdagangan di platformnya. Hal ini diatur dalam Digital Services Act (DSA) yang mewajibkan platform untuk memastikan keamanan transaksi dan perlindungan data konsumen (European Commission, 2022).

Dari hasil temuan dan perbandingan tersebut, tampak bahwa sistem perlindungan hukum konsumen di Indonesia masih bersifat reaktif dan belum preventif. Misalnya, banyak marketplace belum menyediakan sistem verifikasi penjual yang ketat, atau sistem pemantauan konten produk yang efektif untuk mencegah penipuan. Padahal, aspek ini penting dalam membangun trust atau kepercayaan konsumen dalam lingkungan digital. Selain itu, keterbatasan sosialisasi regulasi dan minimnya literasi hukum di kalangan konsumen juga memperburuk situasi. Konsumen sering tidak mengetahui hak-hak mereka atau cara untuk mengajukan keluhan secara legal (Wahyuni & Pratama, 2021).

Dengan memperhatikan temuan di atas, maka perlu dilakukan beberapa langkah strategis, antara lain: (1) penguatan regulasi dengan memasukkan tanggung jawab hukum marketplace secara eksplisit dalam UU; (2) peningkatan peran BPSK dan pengadilan siber dalam menyelesaikan sengketa digital secara cepat dan adil; (3) peningkatan sistem verifikasi dan pengawasan terhadap penjual oleh platform; serta (4) edukasi hukum kepada konsumen agar lebih sadar hak dan jalur perlindungan yang tersedia. Tanpa reformasi ini, transaksi e-commerce berpotensi menjadi ranah yang penuh risiko bagi konsumen yang tidak terlindungi secara efektif.

SIMPULAN

Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce di Indonesia secara normatif telah diatur dalam berbagai regulasi seperti UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan PP No. 80 Tahun 2019 tentang PMSE, namun implementasinya masih menghadapi berbagai kendala. Marketplace sebagai fasilitator transaksi memiliki tanggung jawab moral dan hukum dalam menjamin keamanan konsumen, tetapi dalam praktik sering kali melepaskan tanggung jawab dengan mengandalkan klausul tanggung jawab

terbatas. Studi kasus terhadap Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak menunjukkan bahwa meskipun telah ada mekanisme internal seperti sistem pengaduan dan refund, efektivitasnya masih rendah dalam menyelesaikan keluhan konsumen secara adil dan cepat. Perlindungan hukum yang berlaku masih bersifat reaktif dan belum menyentuh aspek preventif yang dibutuhkan dalam ekosistem digital. Oleh karena itu, dibutuhkan penguatan regulasi, penegakan hukum yang lebih tegas, peningkatan pengawasan oleh platform digital, serta edukasi hukum bagi konsumen agar tercipta keseimbangan kepentingan dalam transaksi digital yang adil dan terpercaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, W.G. (2020). *Tanggung Jawab Marketplace terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce*. Yogyakarta: Laksbang Pressindo.
- Badan Perlindungan Konsumen Nasional. (2022). *Laporan Tahunan Pengaduan Konsumen E-Commerce 2021–2022*. Jakarta: BPKN.
- European Commission. (2022). *Digital Services Act (DSA)*.
- Gunawan, A.W. (2020). Liability by Facilitation: Tanggung Jawab Hukum Marketplace dalam Transaksi Online. *Jurnal Hukum dan Ekonomi Digital*. 5(1): 33–49.
- Kartini, M. (2009). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Maharani, L. & Nugroho, A. (2022). Perilaku Konsumen Digital: Tantangan dan Solusi Hukum. *Jurnal Riset Hukum dan Bisnis*. 11(1): 33–47.
- Putra, D. & Wulandari, S. (2021). Ketimpangan Posisi Konsumen dalam E-Commerce: Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen. *Jurnal Hukum Kontemporer*. 7(2): 45–60.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik
- Rohmat, H. & Ayu, P. (2020). Problematika Penegakan Hukum dalam Perlindungan Konsumen E-Commerce. *Jurnal Ilmu Sosial dan Hukum*. 6(1): 21–35.
- Saputra, A. (2023). Marketplace dan Tanggung Jawab Hukum terhadap Konsumen. *Jurnal Hukum Ekonomi Digita*. 5(2): 90–105.
- Statista. (2024). *E-commerce in Indonesia*.
- Sutedi, A. (2011). *Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Suryadi, B. (2023). Kepercayaan Publik terhadap Marketplace: Peran Hukum dalam Ekonomi Digital. *Jurnal Hukum dan Inovasi*. 4(3): 101–119.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Wahyuni, T. (2021). Perlindungan Konsumen di Era Ekonomi Digital: Urgensi Reformulasi Kebijakan Hukum. *Jurnal Legislasi Indonesia*. 18(4): 212–230.

Wahyuni, T. & Pratama, R. (2021). Efektivitas Mekanisme Penyelesaian Sengketa Konsumen di Marketplace. *Jurnal Hukum Siber Indonesia*. 2(1): 44–60.

Yuliana, R. (2022). Asimetri Informasi dalam Transaksi Online dan Dampaknya terhadap Konsumen. *Jurnal Hukum dan Teknologi*. 3(1): 15–28.

