

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI DIGITAL: ANALISIS TERHADAP IMPLEMENTASI UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DI MARKETPLACE

Inarotul Fikria¹, Queencyla Rifani Putri², Fitria Agustin³

Universitas Serang Raya ^{1,2,3}

Email: Inarotulfikria23@gmail.com¹, queencyrifani23@gmail.com², fitriahisaan@gmail.com³

Informasi

Abstract

Volume : 3
Nomor : 10
Bulan : Oktober
Tahun : 2026
E-ISSN : 3062-9624

This study aims to analyze legal protection for consumers in digital transactions, with a focus on reviewing the implementation of the Consumer Protection Law in marketplaces. The rapid development of electronic commerce has presented various conveniences for consumers, yet on the other hand, it has also created significant vulnerabilities, such as information asymmetry, mismatch between goods and descriptions, misuse of personal data, and obstacles in dispute resolution. This study examines the normative framework governing consumer protection, the legal responsibility of marketplaces as intermediaries, the implementation of consumer rights in transaction practices, and dispute resolution mechanisms along with their challenges. The method used is normative legal research with statutory and conceptual approaches. The results show that although Indonesia has a fairly comprehensive legal foundation, its implementation in the marketplace ecosystem still faces various gaps, particularly regarding the ambiguity of the definition of business actors, unclear platform liability, limited dispute resolution mechanisms, and weak personal data protection. Therefore, harmonization of regulations, strengthening of law enforcement, improvement of consumer literacy, and development of more adaptive and accessible dispute resolution mechanisms are necessary.

Keyword: Consumer Protection, Digital Transaction, Marketplace

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi digital, dengan fokus pada tinjauan implementasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen di marketplace. Perkembangan pesat perdagangan elektronik telah menghadirkan berbagai kemudahan bagi konsumen, namun di sisi lain juga menimbulkan kerentanan yang signifikan, seperti ketidakseimbangan informasi, ketidaksesuaian barang dengan deskripsi, penyalahgunaan data pribadi, serta kendala dalam penyelesaian sengketa. Penelitian ini mengkaji kerangka normatif yang mengatur perlindungan konsumen, tanggung jawab hukum marketplace sebagai perantara, implementasi hak-hak konsumen dalam praktik transaksi, serta mekanisme penyelesaian sengketa beserta kendala-kendalanya. Metode yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun Indonesia telah memiliki fondasi hukum yang cukup komprehensif, implementasinya dalam ekosistem marketplace masih menghadapi berbagai celah, terutama terkait ambiguitas definisi pelaku usaha, ketidakjelasan tanggung jawab platform, keterbatasan mekanisme penyelesaian sengketa, dan lemahnya perlindungan data pribadi. Oleh karena itu, diperlukan harmonisasi regulasi, penguatan penegakan hukum, peningkatan literasi konsumen, serta pengembangan mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih adaptif dan mudah diakses.

Kata Kunci : Perlindungan Konsumen, Transaksi Digital, Marketplace

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mentransformasi lanskap perdagangan global secara fundamental, menghadirkan model transaksi elektronik yang memungkinkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan tanpa batasan ruang dan waktu. Di Indonesia, transformasi ini terlihat nyata melalui pesatnya pertumbuhan *marketplace* sebagai pilar utama ekonomi digital. (Arief, 2023) *Marketplace* tidak lagi sekadar menjadi alternatif belanja, melainkan telah menjelma menjadi kanal utama yang menghubungkan jutaan konsumen dengan jutaan pelaku usaha di seluruh penjuru negeri. Kemudahan akses, variasi produk yang nyaris tak terbatas, serta efisiensi waktu dan biaya menjadi daya tarik yang membuat transaksi digital semakin diminati oleh berbagai lapisan masyarakat. Perubahan perilaku konsumen ini menciptakan ekosistem ekonomi baru yang inklusif, di mana usaha mikro dan kecil dapat mengakses pasar yang jauh lebih luas dibandingkan kanal konvensional, sekaligus membuka peluang bagi konsumen untuk menikmati beragam pilihan yang sebelumnya tidak terjangkau. Kehadiran *marketplace* juga telah mengubah cara pandang masyarakat terhadap aktivitas berbelanja, dari yang semula identik dengan kunjungan fisik ke toko atau pasar, kini bergeser menjadi aktivitas yang dapat dilakukan kapan saja dan dari mana saja hanya dengan sentuhan jari.

Namun, di balik berbagai kemudahan yang ditawarkan, transaksi digital melalui *marketplace* menyimpan kerentanan yang signifikan bagi konsumen. Ketidakeimbangan informasi antara pelaku usaha dan konsumen menjadi persoalan mendasar, karena konsumen sering kali hanya mengandalkan deskripsi, foto, dan ulasan yang tersedia di platform tanpa dapat memverifikasi secara langsung kualitas maupun keaslian barang. Ketiadaan interaksi fisik yang memungkinkan pemeriksaan langsung sebelum pembelian memperbesar risiko terjadinya ketidaksesuaian antara harapan dan realitas. Selain itu, potensi penyalahgunaan data pribadi, praktik perdagangan yang menyesatkan, hingga penipuan yang dilakukan oleh oknum tidak bertanggung jawab menjadi ancaman yang kian kompleks seiring dengan meningkatnya volume transaksi. Berbagai keluhan konsumen yang mencakup permasalahan ketidaksesuaian barang dengan deskripsi, kendala pengembalian dana, keterlambatan pengiriman, hingga sengketa pembayaran digital menunjukkan bahwa masih terdapat jurang antara janji kemudahan yang ditawarkan platform dengan realitas perlindungan yang benar-benar dinikmati konsumen. (Pohan & Nasution, 2023) Kondisi ini diperparah oleh masih terbatasnya pemahaman sebagian konsumen mengenai hak-haknya, serta keraguan untuk

mengajukan keberatan ketika mengalami kerugian akibat proses penyelesaian yang dianggap rumit dan berbelit.

Secara yuridis, perlindungan konsumen dalam transaksi digital di Indonesia telah memiliki fondasi hukum yang cukup komprehensif, terutama melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen beserta peraturan pelaksanaannya. Undang-undang tersebut menetapkan hak-hak fundamental konsumen, termasuk hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur, hak untuk memilih barang sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, serta hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian yang dialami. Di samping itu, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik memberikan kerangka bagi penyelenggaraan sistem elektronik, sementara peraturan di bidang perdagangan mengatur kewajiban pelaku usaha dalam perdagangan melalui sistem elektronik. Meskipun demikian, karakteristik undang-undang perlindungan konsumen yang dibentuk pada era pra-digital menghadapi tantangan signifikan ketika diterapkan dalam ekosistem *marketplace* yang terus berkembang dinamis. Beberapa ketentuan dianggap belum sepenuhnya mengakomodasi realitas transaksi digital yang melibatkan banyak pihak, sehingga menimbulkan ruang-ruang yang belum terjangkau secara optimal oleh hukum. Kesenjangan antara norma yang tersedia dan praktik yang berlangsung di lapangan menjadi persoalan yang menuntut perhatian serius dari berbagai pemangku kepentingan.

Kompleksitas persoalan ini semakin bertambah dengan adanya dualisme status hukum *marketplace* yang berada di antara dua kutub: sebagai penyelenggara sistem elektronik yang tunduk pada rezim hukum informasi dan transaksi elektronik, dan sebagai pelaku usaha yang terikat pada ketentuan perlindungan konsumen serta peraturan perdagangan. Doktrin *safe harbor* yang semula memberikan perlindungan terbatas bagi platform sebagai perantara netral kini menghadapi tantangan untuk direinterpretasi seiring dengan kebutuhan perlindungan konsumen yang semakin mendesak. Ketika platform memberikan label tertentu, melakukan kurasi terhadap produk yang dijual, atau menyediakan layanan jaminan tertentu, tindakan tersebut bukan lagi mencerminkan netralitas, melainkan representasi aktif yang menimbulkan kewajiban hukum tersendiri. (Heng & Lie, 2025) Pertanyaan mendasar yang kemudian muncul adalah sejauh mana kerangka hukum yang ada mampu menjawab tantangan perlindungan konsumen di era transaksi digital, bagaimana tanggung jawab platform dirumuskan ketika terjadi sengketa, serta bagaimana implementasinya dalam praktik penyelesaian sengketa di *marketplace*. Dinamika ini menuntut adanya pemahaman yang utuh mengenai relasi antara

konsumen, pelaku usaha, dan platform sebagai perantara yang memiliki peran semakin dominan dalam ekosistem perdagangan digital.

Urgensi pembahasan mengenai perlindungan hukum konsumen dalam transaksi digital tidak dapat dilepaskan dari semakin besarnya ketergantungan masyarakat terhadap *marketplace* dalam kehidupan sehari-hari. Ketika transaksi digital menjadi bagian tak terpisahkan dari aktivitas ekonomi, maka kepastian hukum dan rasa aman bagi konsumen menjadi prasyarat mutlak bagi keberlanjutan ekosistem tersebut. Perlindungan konsumen bukan hanya persoalan individual, melainkan menyangkut kepercayaan publik terhadap sistem perdagangan digital secara keseluruhan. Tanpa perlindungan yang memadai, kepercayaan konsumen dapat tergerus, yang pada gilirannya berpotensi menghambat pertumbuhan ekonomi digital. (Nasution et al., 2025) Oleh karena itu, kajian mengenai implementasi undang-undang perlindungan konsumen di *marketplace* menjadi relevan tidak hanya bagi kalangan akademisi dan praktisi hukum, tetapi juga bagi pembuat kebijakan, pelaku usaha, dan masyarakat luas yang mengandalkan transaksi digital dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Pemahaman yang mendalam mengenai persoalan ini diharapkan dapat mendorong terciptanya keseimbangan kepentingan antara konsumen, pelaku usaha, dan platform, sehingga ekosistem perdagangan digital dapat tumbuh secara sehat dan berkelanjutan.

Melalui analisis terhadap kerangka normatif yang ada, dinamika tanggung jawab platform, serta mekanisme penyelesaian sengketa yang tersedia, tulisan ini berupaya memberikan gambaran komprehensif tentang sejauh mana hukum telah melindungi konsumen dalam ekosistem ekonomi digital Indonesia. (Izazi et al., 2024) Pembahasan akan menyoroti berbagai persoalan yang muncul dalam praktik, mengidentifikasi celah-celah yang masih perlu ditutup, serta merumuskan rekomendasi bagi penguatan perlindungan konsumen di masa depan. Dengan demikian, tulisan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan hukum perlindungan konsumen yang responsif terhadap tantangan zaman, sekaligus memastikan bahwa kemajuan teknologi benar-benar berjalan seiring dengan terwujudnya perlindungan yang efektif dan berkeadilan bagi seluruh konsumen.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan menelaah berbagai peraturan perundang-undangan yang relevan, terutama Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan

Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik beserta perubahannya, Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi, serta peraturan sektoral di bidang perdagangan elektronik. Pendekatan konseptual digunakan untuk memahami doktrin-doktrin hukum yang berkaitan dengan tanggung jawab *marketplace* sebagai perantara, hak-hak konsumen, serta mekanisme penyelesaian sengketa dalam transaksi digital. Bahan hukum yang digunakan meliputi bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan dan putusan pengadilan, bahan hukum sekunder berupa buku, jurnal ilmiah, dan literatur hukum, serta bahan hukum tersier berupa kamus hukum dan ensiklopedia. Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*) dengan menginventarisasi dan mengklasifikasi bahan-bahan hukum yang relevan, selanjutnya dianalisis secara preskriptif untuk memberikan gambaran mengenai sejauh mana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi digital telah diimplementasikan, serta merumuskan rekomendasi bagi penguatan perlindungan konsumen di masa depan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kerangka Hukum Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Digital

Fondasi utama perlindungan konsumen di Indonesia terletak pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang meskipun dibentuk pada era pra-digital, masih menjadi rujukan normatif utama dalam menyelesaikan sengketa konsumen di *marketplace*. Undang-undang tersebut menetapkan hak-hak fundamental konsumen, termasuk hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan; hak untuk memilih barang sesuai nilai tukar dan jaminan yang dijanjikan; hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur; serta hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian. (Fista et al., 2023) Hak-hak ini bersifat imperatif dan menjadi standar minimum yang harus dipenuhi oleh setiap pelaku usaha, termasuk penjual dan platform yang beroperasi dalam ekosistem perdagangan elektronik. Keberadaan undang-undang ini mencerminkan komitmen negara untuk melindungi warga negaranya dari praktik perdagangan yang merugikan, sekaligus menciptakan keseimbangan hubungan antara konsumen dan pelaku usaha.

Selain undang-undang perlindungan konsumen, kerangka hukum transaksi digital juga dilengkapi oleh Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik beserta perubahannya, yang mengatur keabsahan perjanjian elektronik, kewajiban

penyelenggara sistem elektronik, serta tanggung jawab hukum dalam transaksi yang dilakukan secara daring. Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi menjadi instrumen penting lainnya, mengingat transaksi digital melibatkan pengumpulan dan pemrosesan data pribadi konsumen dalam skala besar. Undang-undang tersebut memberikan hak kepada subjek data untuk menggugat dan menerima ganti rugi atas pelanggaran pemrosesan data pribadi, serta mewajibkan pengendali data untuk memberitahukan kegagalan pelindungan data dalam waktu yang ditentukan. (Himmah & Karim, 2025) Di tingkat regulasi teknis, Peraturan Menteri Perdagangan mengatur perizinan berusaha, periklanan, pembinaan, dan pengawasan pelaku usaha dalam perdagangan elektronik, termasuk kewajiban platform untuk menyediakan informasi yang transparan dan mekanisme penyelesaian sengketa. Berbagai instrumen hukum ini saling melengkapi dan membentuk jaringan normatif yang mengatur transaksi digital secara komprehensif.

Namun, karakteristik undang-undang perlindungan konsumen yang dibentuk sebelum era internet menghadapi tantangan struktural ketika diterapkan dalam transaksi *marketplace* yang melibatkan hubungan trilateral antara konsumen, penjual, dan platform. Undang-undang tersebut secara eksplisit mengatur tanggung jawab pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi, tetapi tidak memberikan definisi yang jelas mengenai siapa yang dimaksud dengan pelaku usaha dalam konteks *marketplace*—apakah penjual individual, platform sebagai perantara, atau keduanya. Ambiguitas ini menciptakan celah hukum yang membuat konsumen mengalami kesulitan dalam menentukan pihak yang tepat untuk dimintai pertanggungjawaban ketika terjadi kerugian. (Tamaela & Solichin, 2025) Dalam praktiknya, *marketplace* cenderung memosisikan diri sebagai penyedia layanan teknologi yang hanya menghubungkan penjual dan pembeli, bukan sebagai pelaku usaha yang menjual barang secara langsung, sehingga berupaya menghindari tanggung jawab yang seharusnya melekat pada pelaku usaha. Kondisi ini menunjukkan bahwa kerangka hukum yang ada belum sepenuhnya mampu menjawab kompleksitas relasi hukum dalam ekosistem perdagangan digital.

Keterbatasan lain terletak pada ketidakmampuan undang-undang perlindungan konsumen mengakomodasi risiko-risiko baru yang khas dalam transaksi digital. Undang-undang tersebut tidak mengatur secara spesifik mengenai perlindungan data pribadi konsumen, praktik algoritma yang memengaruhi keputusan pembelian, maupun *dark pattern* dalam desain antarmuka *marketplace* yang secara halus mengarahkan konsumen pada pilihan tertentu. Ketentuan mengenai hak konsumen untuk mendapatkan advokasi dan perlindungan tidak diikuti dengan pengaturan yang memadai mengenai bagaimana hak tersebut

diimplementasikan ketika data pribadi konsumen dikumpulkan, digunakan, atau bahkan bocor akibat kelalaian platform. Kesenjangan ini menunjukkan bahwa kerangka hukum perlindungan konsumen yang ada belum sepenuhnya responsif terhadap kompleksitas ekosistem perdagangan digital. Diperlukan harmonisasi antara undang-undang perlindungan konsumen, undang-undang perlindungan data pribadi, serta regulasi sektoral lainnya untuk memastikan perlindungan yang utuh dan efektif bagi konsumen.

Oleh karena itu, penguatan kerangka hukum perlindungan konsumen dalam transaksi digital menjadi kebutuhan yang mendesak. Harmonisasi regulasi, penyempurnaan definisi pelaku usaha dalam konteks *marketplace*, serta pengaturan yang lebih spesifik mengenai tanggung jawab platform menjadi langkah-langkah yang perlu diambil untuk menutup celah hukum yang ada. Selain itu, penegakan hukum yang konsisten dan peningkatan literasi konsumen mengenai hak-hak mereka juga menjadi faktor kunci dalam memastikan bahwa kerangka hukum yang telah dibangun benar-benar memberikan perlindungan yang nyata. Dengan demikian, kerangka hukum perlindungan konsumen dapat menjadi fondasi yang kokoh bagi terciptanya ekosistem perdagangan digital yang adil, aman, dan berkelanjutan bagi seluruh pihak yang terlibat di dalamnya.

2. Tanggung Jawab Hukum Marketplace sebagai Perantara

Status hukum *marketplace* dalam ekosistem perdagangan digital berada di persimpangan antara dua kutub yang saling tarik-menarik: sebagai penyelenggara sistem elektronik yang tunduk pada rezim hukum informasi dan transaksi elektronik, dan sebagai pelaku usaha yang terikat pada ketentuan perlindungan konsumen serta peraturan perdagangan. Doktrin *safe harbor* yang semula memberikan perlindungan terbatas bagi platform sebagai perantara netral kini menghadapi tantangan untuk direinterpretasi seiring dengan peran *marketplace* yang semakin aktif dalam mengkurasi produk, menyediakan layanan jaminan, dan bahkan memfasilitasi transaksi melalui sistem rekening bersama. (Himmah & Karim, 2025) Ketika *marketplace* memberikan label tertentu pada produk atau penjual, menyediakan program jaminan pengembalian dana, atau terlibat dalam penentuan peringkat produk, tindakan-tindakan tersebut bukan lagi mencerminkan netralitas, melainkan representasi aktif yang berpotensi menimbulkan kewajiban hukum tersendiri. Dinamika ini menuntut adanya pemahaman yang utuh mengenai sejauh mana tanggung jawab hukum dapat dibebankan kepada *marketplace* sebagai entitas yang memiliki kontrol signifikan terhadap berjalannya transaksi.

Secara doktrinal, tanggung jawab *marketplace* dapat dikategorikan ke dalam tiga bentuk utama. Pertama, tanggung jawab kontraktual, yang muncul dari hubungan perjanjian antara platform dengan pengguna, baik konsumen maupun penjual. Dalam kerangka ini, *marketplace* berkewajiban menyediakan infrastruktur transaksi yang aman, transparan, dan berkeadilan, termasuk mekanisme pengembalian dana dan pengembalian barang ketika terjadi ketidaksesuaian. Kedua, tanggung jawab preventif, yang mencakup kewajiban untuk melakukan verifikasi terhadap penjual, menyediakan sistem keamanan transaksi, serta memastikan bahwa informasi produk yang ditampilkan akurat dan tidak menyesatkan. Ketiga, tanggung jawab represif, yang timbul ketika kerugian telah terjadi, berupa kewajiban untuk memberikan kompensasi, ganti rugi, atau restitusi kepada konsumen yang dirugikan. Ketiga bentuk tanggung jawab ini saling melengkapi dan mencerminkan spektrum kewajiban yang melekat pada *marketplace* sebagai entitas yang memiliki peran sentral dalam ekosistem perdagangan digital.

Namun, dalam praktiknya, implementasi tanggung jawab *marketplace* masih sering terbatas pada aspek administratif dan belum sepenuhnya memberikan perlindungan hukum yang efektif bagi konsumen. *Marketplace* umumnya mengklaim hanya berperan sebagai penyedia platform dan mengarahkan konsumen untuk menyelesaikan masalah langsung dengan penjual, padahal dalam praktiknya platform memiliki kontrol dan pengaruh signifikan terhadap transaksi—mulai dari penentuan algoritma pencarian, penyediaan sistem pembayaran, hingga kebijakan pengembalian barang. Ketika terjadi sengketa, *marketplace* cenderung mengalihkan tanggung jawab kepada penjual individual, sementara penjual seringkali tidak memiliki kapasitas finansial yang memadai untuk memberikan kompensasi yang sesuai dengan kerugian konsumen. Kondisi ini menciptakan disparitas antara idealisme hukum perlindungan konsumen yang diatur dalam undang-undang dengan praktik pelaksanaannya dalam transaksi *e-commerce*. Ketidakseimbangan ini menunjukkan bahwa perlindungan konsumen dalam transaksi digital masih menghadapi tantangan yang signifikan.

Studi terhadap putusan pengadilan yang melibatkan platform *marketplace* menunjukkan bahwa tanggung jawab *marketplace* dapat diselesaikan berdasarkan iktikad baik melalui mekanisme kontraktual, seperti pencairan klaim asuransi pengiriman dan pengembalian dana pembelian secara penuh. Namun, penyelesaian semacam ini sangat bergantung pada kesediaan platform untuk bertindak proaktif, dan tidak terdapat jaminan bahwa semua *marketplace* akan menerapkan standar yang sama. Dalam beberapa kasus, konsumen yang mengalami kerugian harus melalui proses yang panjang dan melelahkan untuk mendapatkan haknya, sementara

dalam kasus lain, penyelesaian dapat dilakukan dengan cepat berkat kebijakan internal platform yang responsif. Variasi dalam praktik ini menunjukkan bahwa perlindungan konsumen belum sepenuhnya terstandarisasi, dan masih bergantung pada kebijakan masing-masing platform yang tidak selalu selaras dengan kepentingan konsumen.

Oleh karena itu, penguatan regulasi yang secara eksplisit mengatur tanggung jawab bersama antara *marketplace* dan penjual menjadi kebutuhan mendesak untuk memastikan perlindungan konsumen yang lebih adil dan seimbang. Regulasi tersebut perlu merumuskan secara jelas kapan *marketplace* dapat dimintai pertanggungjawaban, baik secara sendiri maupun bersama-sama dengan penjual, serta mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif dan transparan. Selain itu, pengawasan yang lebih ketat terhadap praktik *marketplace* dan penegakan hukum yang konsisten juga diperlukan untuk memastikan bahwa platform benar-benar menjalankan kewajibannya. Dengan demikian, tanggung jawab hukum *marketplace* sebagai perantara dapat diimplementasikan secara optimal, sejalan dengan dinamika perdagangan digital yang terus berkembang dan kebutuhan perlindungan konsumen yang semakin kompleks. (Clarissa et al., 2026)

3. Implementasi Hak Konsumen dalam Praktik Transaksi di Marketplace

Implementasi hak-hak konsumen yang dijamin oleh undang-undang perlindungan konsumen dalam praktik transaksi di *marketplace* menghadapi berbagai tantangan yang bersumber dari karakteristik unik perdagangan digital. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur menjadi salah satu hak yang paling rentan dilanggar dalam transaksi daring, karena konsumen hanya mengandalkan deskripsi produk, foto, dan ulasan yang tersedia di platform tanpa dapat memverifikasi secara langsung kualitas, keaslian, atau kondisi barang sebelum pembelian. Ketidaksesuaian antara barang yang diterima dengan deskripsi yang ditampilkan merupakan salah satu bentuk pelanggaran hak konsumen yang paling sering terjadi, dan dalam konteks ini, undang-undang melarang pelaku usaha untuk memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi penjualan. Pelanggaran atas hak informasi ini tidak hanya merugikan konsumen secara finansial, tetapi juga menimbulkan kekecewaan dan hilangnya kepercayaan terhadap platform.

Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian diimplementasikan melalui mekanisme *retur* dan *refund* yang disediakan oleh *marketplace*. Secara normatif, undang-undang mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian yang dialami konsumen akibat barang atau jasa yang tidak sesuai dengan perjanjian. Dalam praktik

marketplace, mekanisme ini diwujudkan melalui fitur pengajuan komplain dan permintaan pengembalian dana yang terhubung dengan sistem penyelesaian sengketa internal platform. Namun, efektivitas mekanisme ini sangat bervariasi antar platform, dan tidak jarang konsumen menghadapi kendala prosedural yang rumit, batas waktu pengajuan klaim yang singkat, atau penolakan klaim dengan alasan yang tidak transparan. Kondisi ini menunjukkan bahwa hak konsumen atas kompensasi belum sepenuhnya terwujud secara optimal dalam praktik transaksi *marketplace*.

Tantangan signifikan lainnya terletak pada hak konsumen untuk memilih barang sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Dalam ekosistem *marketplace*, sistem algoritma yang digunakan platform untuk menampilkan produk, menentukan peringkat pencarian, dan memberikan rekomendasi tidak transparan bagi konsumen. Algoritma tersebut seringkali dipengaruhi oleh faktor-faktor komersial seperti komisi yang dibayarkan penjual, anggaran iklan, atau kerja sama strategis antara *marketplace* dengan merek tertentu, sehingga konsumen tidak memiliki informasi yang cukup mengenai kriteria yang digunakan dalam menampilkan produk. Praktik *dark pattern* dalam desain antarmuka *marketplace*—seperti tombol yang membingungkan, kotak yang telah tercentang sebelumnya, atau notifikasi yang mendesak—juga berpotensi mengarahkan konsumen pada pilihan tertentu yang tidak sepenuhnya sesuai dengan preferensi atau kepentingan mereka. Akibatnya, prinsip kebebasan memilih yang dijamin oleh undang-undang tidak dapat terealisasi secara optimal.

Di sisi lain, perlindungan data pribadi konsumen dalam transaksi *marketplace* masih menghadapi kesenjangan implementasi yang signifikan. Meskipun undang-undang perlindungan data pribadi telah memberikan hak kepada subjek data untuk menggugat dan menerima ganti rugi atas pelanggaran pemrosesan data pribadi, konsumen tetap menghadapi beban pembuktian yang berat untuk menunjukkan bahwa kerugian yang dialaminya merupakan akibat langsung dari kebocoran data, bukan karena kelalaian pribadi. *Marketplace* mengumpulkan data pribadi konsumen dalam jumlah besar, termasuk informasi demografis, preferensi belanja, riwayat transaksi, dan data lokasi, yang dapat digunakan untuk kepentingan komersial tanpa persetujuan eksplisit konsumen. Pelanggaran privasi data dan penggunaan data konsumen untuk praktik diskriminasi harga atau manipulasi pasar tidak dapat ditangani secara efektif melalui instrumen perlindungan konsumen yang ada, menunjukkan kebutuhan adaptasi regulasi untuk mengakomodasi risiko-risiko baru dalam transaksi digital.

Oleh karena itu, implementasi hak konsumen di *marketplace* tidak hanya memerlukan penegakan hukum yang lebih tegas, tetapi juga peningkatan literasi konsumen mengenai hak-

hak mereka dan mekanisme yang tersedia untuk memperjuangkannya. Platform perlu didorong untuk menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih transparan, adil, dan mudah diakses, serta memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada konsumen akurat dan tidak menyesatkan. Selain itu, penguatan regulasi yang mengatur perlindungan data pribadi, transparansi algoritma, dan praktik perdagangan yang adil menjadi langkah penting untuk memastikan bahwa hak-hak konsumen benar-benar terlindungi dalam ekosistem perdagangan digital yang terus berkembang. Dengan demikian, konsumen dapat bertransaksi dengan aman, nyaman, dan percaya bahwa hak-haknya dihormati dan dilindungi oleh hukum.

4. Mekanisme Penyelesaian Sengketa dan Kendalanya

Mekanisme penyelesaian sengketa konsumen dalam transaksi *marketplace* diatur melalui kombinasi jalur internal platform, lembaga di luar pengadilan, dan peradilan formal. Undang-undang perlindungan konsumen memberikan kerangka bagi penyelesaian sengketa konsumen melalui dua jalur utama: litigasi melalui pengadilan dan non-litigasi melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen atau lembaga alternatif lainnya. Dalam praktik *marketplace*, konsumen umumnya dihadapkan pada kewajiban untuk terlebih dahulu menyelesaikan sengketa melalui mekanisme internal platform sebelum dapat mengakses jalur hukum formal. Mekanisme internal ini, seperti fitur pengajuan komplain dan permintaan pengembalian dana yang terhubung ke sistem penyelesaian sengketa, menawarkan kemudahan akses dan kecepatan penyelesaian yang lebih baik dibandingkan jalur formal. (Pembayun & Gunawan, 2025) Namun, mediasi internal yang dijalankan oleh platform tidak diatur secara khusus dalam regulasi formal, tidak menjamin posisi tawar yang seimbang antara konsumen dan platform, dan hasil kesepakatannya tidak selalu terdokumentasi dengan baik.

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen sebagai lembaga penyelesaian sengketa di luar pengadilan menghadapi keterbatasan signifikan dalam menangani sengketa transaksi digital. Lembaga ini seringkali mengalami kendala teknis dalam memahami karakteristik transaksi digital, keterbatasan yurisdiksi untuk menangani sengketa lintas wilayah, dan kurangnya mekanisme eksekusi yang efektif terhadap pelaku usaha digital. Meskipun putusan lembaga ini bersifat final dan mengikat, masih dimungkinkan pengajuan keberatan oleh para pihak, sehingga putusan tidak dapat langsung dilaksanakan eksekusi. Selain itu, kurangnya pemahaman konsumen tentang prosedur pengajuan gugatan dan proses hukum yang memakan waktu menjadi hambatan tersendiri bagi efektivitas lembaga ini sebagai alternatif penyelesaian sengketa. Dalam banyak kasus, konsumen memilih untuk tidak melanjutkan

sengketa karena nilai kerugian yang relatif kecil tidak sebanding dengan biaya dan waktu yang harus dikeluarkan.

Peraturan Mahkamah Agung tentang mediasi elektronik memperkenalkan instrumen baru yang berpotensi memperkuat penyelesaian sengketa digital, namun implementasinya masih menghadapi tantangan yang nyata. Mediasi elektronik yang diatur dalam peraturan tersebut mensyaratkan para pihak untuk menyerahkan identitas resmi, pas foto terbaru, serta keterangan domisili elektronik, yang bagi banyak konsumen dirasakan sebagai beban administratif yang tidak proporsional dengan nilai sengketa yang dipersoalkan. Ketentuan yang terlalu prosedural dan kurang adaptif dengan dinamika transaksi digital sehari-hari menyebabkan mediasi elektronik belum sepenuhnya menjadi pilihan yang populer dan efektif. Padahal, sengketa di *e-commerce* seringkali bersifat cepat dan kasuistik, sehingga membutuhkan mekanisme yang sederhana, responsif, dan mudah diakses oleh konsumen tanpa harus melalui prosedur yang rumit.

Kendala yurisdiksi juga menjadi persoalan sistemik dalam penyelesaian sengketa *marketplace*. Banyak platform yang beroperasi di Indonesia merupakan entitas multinasional dengan struktur korporasi yang kompleks, kantor pusat di luar negeri, dan penjual yang tersebar di berbagai wilayah. Ketika terjadi sengketa, konsumen menghadapi kesulitan dalam menentukan yurisdiksi yang tepat untuk menerapkan hukum perlindungan konsumen Indonesia. Prinsip hukum yang umumnya digunakan dalam penentuan hukum yang berlaku menjadi kabur dalam transaksi digital karena tidak ada lokasi fisik yang jelas di mana kontrak dibuat. Ketentuan dalam syarat dan ketentuan platform yang mengharuskan konsumen menyelesaikan sengketa melalui mekanisme internal platform terlebih dahulu sebelum dapat mengakses jalur hukum formal juga berpotensi bertentangan dengan hak konsumen untuk memilih forum penyelesaian sengketa sebagaimana dijamin dalam undang-undang perlindungan konsumen. (Nasution et al., 2025)

Untuk mengatasi berbagai kendala ini, diperlukan langkah strategis berupa integrasi sistem elektronik pengadilan dengan platform dagang, pembentukan standar operasional prosedur penyelesaian sengketa lintas lembaga, serta penyederhanaan persyaratan administratif bagi sengketa bernilai kecil. Selain itu, penguatan kapasitas lembaga penyelesaian sengketa, peningkatan literasi konsumen mengenai hak dan mekanisme penyelesaian sengketa, serta pengawasan yang lebih ketat terhadap praktik penyelesaian sengketa internal platform menjadi langkah penting untuk memastikan bahwa konsumen dapat mengakses keadilan secara efektif. Dengan demikian, penyelesaian sengketa di era perdagangan digital

dapat berjalan secara humanis, adaptif, dan berkeadilan, sehingga hak-hak konsumen benar-benar terlindungi dan kepercayaan publik terhadap ekosistem perdagangan digital tetap terjaga.

D. KESIMPULAN

Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi digital di *marketplace* merupakan persoalan yang kompleks dan multidimensi, mencakup kerangka normatif, tanggung jawab platform, implementasi hak konsumen, serta mekanisme penyelesaian sengketa yang tersedia. Meskipun Indonesia telah memiliki fondasi hukum yang cukup komprehensif melalui undang-undang perlindungan konsumen, undang-undang informasi dan transaksi elektronik, undang-undang perlindungan data pribadi, serta berbagai peraturan sektoral, implementasinya dalam ekosistem *marketplace* masih menghadapi berbagai celah dan tantangan yang signifikan. Ambiguitas definisi pelaku usaha, ketidakjelasan tanggung jawab platform sebagai perantara, keterbatasan mekanisme penyelesaian sengketa, serta lemahnya perlindungan data pribadi konsumen menjadi persoalan yang belum sepenuhnya terselesaikan. Diperlukan harmonisasi regulasi, penguatan penegakan hukum, peningkatan literasi konsumen, serta pengembangan mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih adaptif dan mudah diakses, sehingga perlindungan konsumen dalam transaksi digital dapat terwujud secara efektif, berkeadilan, dan berkelanjutan, sejalan dengan dinamika perdagangan digital yang terus berkembang pesat.

E. 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>
- 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>