JURIDISCH RESEARCH
JURNAL ILMU HUKUM
Fakultas Hukum
Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara.

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN ATAS PERIKATAN YANG LAHIR DARI TRANSAKSI ONLINE PADA PLATFORM E-COMMERCE DI INDONESIA

Tia Siti Aisyiyah[1], Carissa Alodia Leilani[2], Nurlaela Hapipah[3], Rindra Puspita Kusumaningrum[4].
[1,2,3,4]Fakultas Syariah Dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung
email: [1]tiasitiaisyiyah05@gmail.com, [2]carissaalodia230806@gmail.com, [3]olalalala628@gmail.com, [4]rindrapuspita52@gmail.com.

Abstrak

*Perkembangan pesat perdagangan elektronik (*e-commerce*) di Indonesia, yang ditandai dengan meningkatnya jumlah pengguna dan nilai transaksi, memunculkan berbagai permasalahan hukum, terutama terkait perlindungan konsumen dalam perikatan yang timbul dari transaksi digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kedudukan hukum perikatan dalam transaksi* e-commerce *berdasarkan hukum perdata Indonesia serta menilai efektivitas perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen melalui regulasi yang berlaku. Metode yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual, yang didukung oleh studi kepustakaan terhadap peraturan perundang-undangan, doktrin hukum, serta data empiris yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perikatan dalam transaksi* e-commerce *lahir melalui kontrak elektronik yang tetap tunduk pada syarat sah perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata dan diakui oleh Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Namun demikian, implementasinya masih menghadapi kendala terkait pembuktian, penentuan waktu terjadinya kesepakatan, dan yurisdiksi lintas negara. Selain itu, perlindungan hukum bagi konsumen belum berjalan optimal akibat keterbatasan regulasi teknis, lemahnya pengawasan terhadap platform digital, serta terbatasnya kapasitas penyelesaian sengketa elektronik. Oleh karena itu, diperlukan penguatan regulasi* e-commerce *dan pengembangan sistem* Online Dispute Resolution *yang terintegrasi guna meningkatkan perlindungan hak konsumen digital.*

Kata kunci: *Perlindungan Konsumen, Perikatan, E-Commerce, Transaksi Elektronik, Hukum Perdata.*

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat dalam teknologi informasi dan komunikasi selama dua dekade terakhir telah mengubah secara mendasar pola interaksi ekonomi di masyarakat Indonesia. Perdagangan elektronik (e-commerce) telah beralih dari sekadar alternatif transaksi menjadi fondasi utama bagi aktivitas ekonomi digital di tanah air. Menurut data dari Pusat Data dan Sistem Informasi Kementerian Perdagangan (PDSI Kemendag), jumlah pengguna e-commerce di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan, yaitu sebesar 69% dalam lima tahun terakhir, dari 38 juta pengguna pada tahun 2020 menjadi 65 juta pengguna pada tahun 2024.[1] Angka ini diprediksi akan terus berkembang hingga mencapai 99 juta pengguna pada tahun 2029. Pertumbuhan ini sejalan dengan lonjakan nilai transaksi yang sangat signifikan. Bank Indonesia (BI) mencatat bahwa pada kuartal III tahun 2025, jumlah transaksi e-commerce meningkat hingga 20,5 persen (year-on-year), dengan total frekuensi transaksi mencapai 1,44 miliar dan nilai nominal sebesar Rp134,67 triliun hanya dalam satu kuartal. Data ini menunjukkan bahwa platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan Blibli telah menjadi arena transaksi utama bagi puluhan juta konsumen di Indonesia, sekaligus menandai perubahan penting dalam sejarah perdagangan domestik yang kini hampir sepenuhnya berlangsung melalui medium digital.[2]

Namun, di balik pertumbuhan yang pesat tersebut, terdapat isu hukum yang serius yang belum sepenuhnya teratasi, khususnya terkait perlindungan konsumen dalam hubungan perikatan yang muncul dari transaksi online. Secara yuridis, perjanjian dalam transaksi e-commerce tetap terikat pada ketentuan Pasal 1320 KUHPerdata mengenai syarat sahnya perjanjian, yang mencakup adanya kesepakatan, kecakapan, objek tertentu, dan causa yang halal, meskipun transaksi tersebut dilakukan secara elektronik.[3] Lebih lanjut, menurut Pasal 1 angka (17) Undang-

[1] Bank Indonesia. (2024). Nilai transaksi e-commerce Indonesia 2019–2024.
[2] Badan Pusat Statistik. (2025). Statistik e-commerce 2024.
[3] Ahmad Refi Dzuhriyan, Surya Indra Permana, and M. Khaidir Ali Gufron, "Consumer Legal Protection in Online Transactions: Challenges and Opportunities in Indonesia's Digital Economy," *Justice Voice* 3, no. 1 (June 2024): 9–16.

Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), kontrak elektronik didefinisikan sebagai bentuk perjanjian yang disetujui oleh para pihak dan dilaksanakan melalui sistem elektronik, yang secara konseptual mengikat para pihak sama seperti kontrak konvensional. Namun, praktik yang merugikan konsumen, seperti penipuan, produk yang tidak sesuai deskripsi, serta pelanggaran data pribadi masih sering terjadi. Sementara itu, kerangka hukum yang ada, termasuk Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan UU ITE, tidak sepenuhnya mampu menjawab kompleksitas transaksi digital.[4]

Urgensi penelitian ini semakin mendesak mengingat bahwa transformasi digital dalam perdagangan bukanlah sekadar fenomena sementara, melainkan merupakan pergeseran struktural yang permanen dalam tatanan ekonomi Indonesia. Jumlah usaha e-commerce di Indonesia pada tahun 2024 telah mencapai sekitar 4,40 juta unit usaha, meningkat 15,3% dibandingkan tahun 2023, yang berarti semakin banyak pihak baik pelaku usaha maupun konsumen yang terlibat dalam hubungan hukum berbasis digital tanpa adanya kepastian perlindungan yang memadai.[5] Di sisi lain, Ketua Bidang Litigasi YLKI menyoroti lemahnya perlindungan data pribadi pengguna e-commerce, di mana meskipun pemerintah telah mengesahkan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi, masih banyak konsumen yang menjadi korban penipuan maupun pembobolan akun di platform e-commerce. Kondisi ini menunjukkan bahwa aspek perlindungan hukum bagi konsumen dalam perikatan yang lahir dari transaksi online baik dari segi pembentukan kontrak, pelaksanaan prestasi, hingga mekanisme pemulihan hak memerlukan kajian akademis yang komprehensif dan berorientasi solusi.[6]

Berdasarkan pendahuluan di atas, artikel ini mengangkat dua rumusan masalah utama: Pertama, bagaimana kedudukan hukum perikatan yang lahir dari transaksi online pada platform e-commerce ditinjau dari perspektif hukum perdata Indonesia. dan kedua, bagaimana bentuk perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen atas perikatan tersebut berdasarkan regulasi yang berlaku, serta sejauh mana efektivitasnya dalam praktik. Adapun Tujuan dari penulisan artikel ini adalah: Pertama, untuk menganalisis dan menjelaskan konstruksi hukum perikatan yang terbentuk dalam transaksi e-commerce berdasarkan KUHPerdata, UU ITE, dan peraturan terkait, serta untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi bentuk perlindungan hukum bagi konsumen atas perikatan dalam transaksi online di Indonesia, termasuk celah hukum yang masih ada dan rekomendasi perbaikannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif (normative legal research), yaitu penelitian yang mengkaji hukum sebagai norma, asas, dan sistem peraturan perundang-undangan yang berlaku, bukan sebagai fenomena sosial empiris (Marzuki, 2010). Pilihan metode ini dilandasi oleh hakikat permasalahan yang diteliti, yakni persoalan konstruksi hukum perikatan dalam transaksi online dan bentuk perlindungan hukum bagi konsumen, yang keduanya merupakan pertanyaan normatif yang jawabannya harus dicari melalui telaah mendalam terhadap teks hukum, doktrin, dan prinsip-prinsip hukum yang berlaku, bukan melalui pengumpulan data lapangan. Dalam penelitian hukum normatif, hukum dikonsepkan sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan (law in books) dan ditelaah sebagai suatu sistem norma yang mengatur perilaku manusia, sehingga titik tolak analisisnya adalah asas, norma, kaidah, dan doktrin hukum.[7]

Penelitian ini menggunakan dua pendekatan secara bersamaan yang saling memperkuat satu sama lain. Pertama, pendekatan perundang-undangan (statute approach), yaitu pendekatan yang dilakukan dengan menelaah seluruh peraturan perundang-undangan yang bersangkut paut dengan isu hukum yang sedang dihadapi.[8] Dalam penelitian ini, pendekatan perundang-undangan

[4] Sakti Alamsyah and Fauzie Yusuf Hasibuan, "Legal Protection for Consumers in E-Commerce Transactions in Indonesia: Contract Validity and Dispute Resolution Effectiveness," *Pena Law: International Journal of Law* 3, no. 1 (2025).
[5] Tri Wahyudiono et al., "Implementation of Consumer Protection Policy in E-commerce Transactions in Indonesia," *Journal of Public Representative and Society Provision* 3, no. 2 (2023): 97–106.
[6] Bilqis Laila Nuzul Sa'adah, Sukarmi, and Reka Dewantara, "Establishing a Personal Data Protection Agency for E-Commerce in Indonesia: Legal Framework and Implementation Challenges," *INVEST: Journal of Sharia and Economic Law* 4, no. 2 (December 2024): 292–316.
[7] Johnny Ibrahim, Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif (Malang: Bayumedia Publishing, 2006).
[8] Peter Mahmud Marzuki, Penelitian Hukum (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010).

digunakan untuk mengkaji, menginterpretasi, dan menganalisis ketentuan-ketentuan yang terdapat dalam KUHPerdata khususnya Buku III tentang Perikatan, UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, UU Nomor 11 Tahun 2008 jo. UU Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, UU Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, PP Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, serta Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memahami konsistensi, sinkronisasi, dan celah normatif (legal gap) yang ada di antara berbagai lapisan regulasi tersebut. Kedua, pendekatan konseptual (conceptual approach), yaitu pendekatan yang merujuk pada pandangan dan doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum guna menemukan ide-ide yang melahirkan pengertian hukum, konsep hukum, dan asas hukum yang relevan bagi isu yang diteliti.[9] Pendekatan konseptual dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis konsep perikatan, konsep perjanjian elektronik, konsep perlindungan konsumen, serta konsep tanggung jawab pelaku usaha dan platform dalam ekosistem e-commerce, berdasarkan doktrin para ahli hukum. Bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua jenis.

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang bersifat autoritatif dan mengikat, meliputi seluruh peraturan perundang-undangan yang telah disebutkan di atas, mulai dari KUHPerdata, UUPK, UU ITE beserta perubahannya, UU Perdagangan, PP PMSE, Permendag 31/2023, hingga UU Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi. Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer, meliputi buku-buku teks hukum, artikel jurnal ilmiah hukum, hasil penelitian akademik, serta pendapat para sarjana hukum yang relevan dengan topik penelitian. Bahan hukum sekunder digunakan sebagai pisau analisis untuk menafsirkan dan mengevaluasi norma-norma hukum yang terdapat dalam bahan hukum primer. Di samping kedua jenis tersebut, penelitian ini juga memanfaatkan bahan hukum tersier berupa kamus hukum dan ensiklopedia hukum untuk memberikan penjelas atas terminologi teknis yang digunakan.[10]

Seluruh bahan hukum yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis preskriptif-analitis. Sifat preskriptif dalam penelitian hukum normatif berarti bahwa penelitian ini tidak semata-mata mendeskripsikan keadaan hukum yang ada, melainkan juga bertujuan memberikan penilaian, argumentasi, dan rekomendasi normatif mengenai apa yang seharusnya berlaku (law as it ought to be) berdasarkan kaidah hukum yang berlaku dan cita hukum yang dianut.[11] Dalam praktiknya, teknik ini dilakukan melalui serangkaian langkah sistematis: pertama, inventarisasi bahan hukum yang relevan; kedua, identifikasi konsep dan asas hukum yang berlaku; ketiga, interpretasi norma menggunakan metode penafsiran gramatikal, sistematis, dan teleologis; keempat, evaluasi kesenjangan (gap) antara pengaturan yang ada dengan kebutuhan perlindungan hukum konsumen; dan kelima, perumusan argumentasi preskriptif tentang bentuk perlindungan hukum yang paling tepat dan komprehensif bagi konsumen dalam ekosistem e-commerce Indonesia.[12]

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Transaksi Online pada Platform E-Commerce

Untuk memahami perlindungan hukum yang semestinya diberikan kepada konsumen, langkah pertama yang niscaya dilakukan adalah memetakan dengan tepat hakikat dan karakteristik dari transaksi online itu sendiri. Secara normatif, Pasal 1 Angka 2 UU ITE dan Pasal 1 Angka 2 PP PSTE mendefinisikan transaksi elektronik sebagai “Perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.”[13] Definisi ini bersifat luas dan teknologis-netral, sehingga mencakup seluruh spektrum aktivitas perdagangan yang berlangsung melalui infrastruktur digital, mulai dari pemesanan barang melalui aplikasi marketplace hingga pembelian jasa secara daring melalui situs web. Sementara itu, dari sudut pandang perdagangan, PP Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

[9] Bambang Sunggono, Metodologi Penelitian Hukum (Jakarta: Rajawali Pers, 2016).
[10] Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat (Jakarta: Rajawali Pers, 2015).
[11] Peter Mahmud Marzuki, *op. cit.,* hlm. 40
[12] Amiruddin dan Zainal Asikin, Pengantar Metode Penelitian Hukum (Jakarta: Rajawali Pers, 2012).
[13] Muhammad Rafi Ismail and Agri Chairunisa Isradjuningtias, "Analisis Pembuatan Kontrak Jual Beli Online dalam Transaksi E-Commerce Ditinjau dari Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik," *Jurnal Ilmu Hukum "The Juris"* VI, no. 2 (December 2022).

(PP PMSE) mendefinisikan PMSE sebagai "Perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik."[14]

Secara akademik, e-commerce dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan atau perniagaan barang atau jasa dengan menggunakan media elektronik. (Stih-awanglong) Definisi ini selaras dengan pengertian yang dikemukakan oleh Munir Fuady, yang menegaskan bahwa e-commerce pada intinya adalah penggunaan jaringan komputer sebagai medium terjadinya hubungan hukum komersial antara para pihak.[15] Adapun dari perspektif hukum perdata, transaksi online tetaplah sebuah perjanjian jual beli sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1457 KUHPerdata, yakni suatu persetujuan di mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan, namun dengan medium yang berbeda dari transaksi konvensional.[16]

Berdasarkan pola hubungan hukum antarpihak yang terlibat, transaksi *electronic commerce* (e-commerce) dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori. Pertama, Business to Business (B2B)**,** yaitu transaksi yang berlangsung antara pelaku usaha dengan pelaku usaha lainnya. Dalam model ini, baik pihak penjual maupun pembeli merupakan badan usaha yang umumnya telah memiliki hubungan bisnis sebelumnya dan melakukan transaksi sebagai bagian dari kerja sama komersial yang berkelanjutan.[17] Kedua, Business to Consumer (B2C)**,** yakni transaksi yang dilakukan antara pelaku usaha dan konsumen akhir. Pada model ini, penawaran produk atau jasa dipublikasikan secara luas kepada masyarakat, sedangkan konsumen secara mandiri mengambil inisiatif untuk melakukan pembelian.[18] Ketiga, Consumer to Consumer (C2C)**,** yaitu transaksi yang terjadi antara individu sebagai penjual dan individu sebagai pembeli. Dalam praktik perdagangan melalui *marketplace* di Indonesia, model C2C merupakan bentuk transaksi yang paling dominan.[19] Pada mekanisme ini, platform digital berfungsi sebagai perantara yang mempertemukan penjual individu dengan pembeli individu. Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak merupakan contoh platform yang menerapkan model tersebut. Selain ketiga model tersebut, dikenal pula skema Government to Business (G2B) dan Government to Consumer (G2C) yang diterapkan dalam penyelenggaraan pengadaan barang dan jasa pemerintah secara elektronik .

Perbedaan mendasar antara transaksi daring dan transaksi konvensional tidak hanya terletak pada media yang digunakan, melainkan juga pada karakteristik substantif yang melekat pada transaksi tersebut serta implikasi hukumnya. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah mekanisme pelaksanaan berbagai aktivitas yang sebelumnya dilakukan melalui pertemuan tatap muka menjadi berbasis sistem komunikasi elektronik dan jaringan komputer. Konsekuensinya, dalam pelaksanaan kontrak elektronik (*electronic contract* atau *e-contract*) kerap muncul berbagai persoalan hukum karena proses pembentukan perjanjian berlangsung tanpa kehadiran fisik para pihak.[20]

Ketiadaan interaksi secara langsung tersebut melahirkan sejumlah karakteristik hukum yang bersifat khas, yaitu: Asimetri informasi yang tinggi antara pelaku usaha dan konsumen, mengingat konsumen tidak memiliki kesempatan untuk memeriksa secara langsung kondisi maupun kualitas barang sebelum transaksi dilakukan, Terbentuknya kesepakatan melalui mekanisme *click-wrap*, yakni persetujuan yang diberikan melalui tindakan mengklik persetujuan secara elektronik tanpa melalui proses perundingan atau negosiasi.[21], Kompleksitas dalam proses pembuktian apabila terjadi sengketa. Dalam lingkungan transaksi digital, hak atas informasi memiliki kedudukan yang sangat penting karena hubungan hukum berlangsung tanpa adanya interaksi fisik antara para pihak. Oleh karena itu, keterbukaan informasi serta itikad baik pelaku usaha dalam menyampaikan

[14] Anis Ibrahim, "Perlindungan Hukum Konsumen terhadap Perjanjian Standar dalam Transaksi Jual Beli melalui E-Commerce di Indonesia Berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan," *JIEMAS: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Syariah* 3, no. 3 (December 2024): 487–94.
[15] Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2002).
[16] Subekti, *Hukum Perjanjian* (Jakarta: PT Intermasa, 2005).
[17] Zenal Asikin, "Diverse E-Commerce Business Models in Indonesia: A Cluster Analysis from the National E-Commerce Survey," *Business Review and Case Studies* 5, no. 2 (August 2024)
[18] Nurhaeni Sikki et al., "Analisis Model E-Bisnis B2C pada Perusahaan Teknologi di Indonesia," *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia* 5, no. 4 (December 2024): 537–39.
[19] Zeyu Wang, "Study of Marketing Strategies of E-Commerce Platforms Worldwide," *Journal of Applied Economics and Policy Studies* 18, no. 8 (September 2025): 153.
[20] Badrulzaman, M. D., dkk. (2001). *Kompilasi hukum perikatan*. Citra Aditya Bakti.
[21] Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2011).

informasi mengenai produk atau jasa menjadi faktor yang sangat menentukan terciptanya keseimbangan hak dan kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen.[22]

1. Para Pihak dalam Transaksi Online: Konsumen, Pelaku Usaha, dan Platform

Kekhasan transaksi online pada platform e-commerce juga tampak dari struktur hubungan hukum para pihaknya yang bersifat tripartit, yaitu tidak hanya melibatkan penjual dan pembeli sebagaimana dalam jual beli konvensional, melainkan juga menghadirkan pihak ketiga berupa platform atau Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE). PP 80/2019 menjelaskan bahwa terdapat tiga kategori peran dalam transaksi perdagangan elektronik, yakni pelaku usaha atau pedagang (merchant), PPMSE, dan penyelenggara sarana perantara (intermediary). Ketiga pihak ini memiliki kedudukan, hak, dan kewajiban hukum yang berbeda-beda dan saling terkait satu sama lain.[23]

Pihak pertama adalah konsumen, yang dalam konteks UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) didefinisikan sebagai setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain, dan tidak untuk diperdagangkan (Pasal 1 angka 2 UUPK). Dalam ekosistem e-commerce, konsumen adalah pihak yang paling rentan secara hukum, sebab ia bergantung sepenuhnya pada informasi yang disajikan secara sepihak oleh pelaku usaha melalui antarmuka digital platform, tanpa kemampuan untuk melakukan verifikasi fisik atas barang atau identitas penjual sebelum transaksi terjadi. Transaksi yang tidak dilakukan secara langsung atau tatap muka menyebabkan sulit untuk mengetahui kecakapan baik dari pelaku usaha maupun konsumen, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1320 KUHPerdata mengenai syarat kecakapan sebagai syarat sahnya perjanjian.[24]

Pihak kedua adalah pelaku usaha (merchant atau pedagang). Merchant adalah pelaku usaha yang melakukan transaksi melalui sistem elektronik (PMSE), baik menggunakan platform yang dikelola sendiri maupun milik pihak lain seperti PPMSE. Pelaku usaha dalam sistem e-commerce dapat berupa korporasi besar maupun usaha mikro dan kecil yang berjualan di marketplace. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan menegaskan bahwa setiap pelaku usaha yang memperdagangkan barang dan/atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar, dan dilarang memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan data atau informasi yang ditampilkan. Kewajiban ini bersifat mutlak dan merupakan landasan tanggung jawab pelaku usaha apabila terjadi kerugian pada konsumen.[25]

Pihak ketiga yang menjadi distingsi terpenting dalam transaksi e-commerce dibandingkan jual beli konvensional adalah platform atau PPMSE. PPMSE berperan sebagai fasilitator transaksi antara pelaku usaha dan konsumen, dengan menyediakan sarana untuk transaksi elektronik, dan memiliki tanggung jawab besar, termasuk memastikan keamanan transaksi, perlindungan data pengguna, serta menyediakan mekanisme pengaduan jika terjadi perselisihan antara penjual dan pembeli. Dalam praktiknya, PPMSE model marketplace seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan Blibli tidak hanya menyediakan ruang digital, tetapi juga mengelola sistem pembayaran, logistik, rating penjual, dan fitur pengembalian barang. Dengan demikian, platform memiliki kendali nyata atas jalannya transaksi, meskipun secara formal sering memposisikan diri sebagai pihak netral. Penelitian terkini menunjukkan bahwa tiga regulasi utama yakni UU No. 8/1999, PP No. 80/2019, dan Permendag No. 31/2023 belum membentuk sistem pertanggungjawaban yang kohesif, karena tidak mengadopsi prinsip tanggung jawab proporsional bagi platform. Hal ini berarti batas antara tanggung jawab platform, penjual pihak ketiga, dan produsen masih kabur dan menjadi salah satu sumber utama kerentanan hukum bagi konsumen.[26]

---

[22] I. R. Purnama et al., "Legal Responsibility of Marketplaces for Consumer Losses Due to Counterfeit Products: A Comparative Study of Indonesia and Singapore," *International Journal of Social Service and Research* 5, no. 5 (2025): 400–407.
[23] Yudha Sri Wulandari and Rismansyah, "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Elektronik di Indonesia: Tantangan dalam Implementasi," *Jurnal Ilmu Hukum "The Juris"* 9, no. 2 (December 2025): 530–533.
[24] Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014).
[25] Mario Lengkong et al., "Perlindungan Hukum bagi Pelaku Usaha dan Konsumen serta Tanggung Jawab Pelaku Usaha untuk Mempermudah Transaksi Jual Beli dalam Sistem Perdagangan Online," *Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan dan Sosial Humaniora* 5, no. 2 (June 2025): 74–88.
[26] Lia Amaliya et al., "Marketplace Responsibilities and Sanctions in Cases of Consumer Losses (Futuristic Legal Perspective)," *JHK: Jurnal Hukum dan Keadilan* 2, no. 3 (April 2025).

2. Dasar Hukum Sahnya Transaksi Online di Indonesia

Kerangka normatif yang mengatur transaksi online di Indonesia pada dasarnya tersebar dalam beberapa lapisan regulasi yang saling melengkapi. Tidak ada satu undang-undang tunggal yang secara komprehensif mengatur seluruh aspek e-commerce, sehingga pemahaman atas konfigurasi regulasi ini menjadi penting dalam menganalisis perlindungan hukum konsumen.

Lapisan pertama dan paling fundamental adalah KUHPerdata, khususnya Buku III tentang Perikatan. Meskipun KUHPerdata merupakan produk hukum warisan Belanda yang lahir jauh sebelum era digital, prinsip-prinsip umumnya tetap berlaku terhadap kontrak elektronik. Prinsip dasar keberlakuan suatu kontrak di Indonesia mengacu pada Pasal 1320 KUHPerdata, sehingga dapat pula diterapkan pada kontrak elektronik. Pasal 1320 KUHPerdata mensyaratkan empat unsur sahnya perjanjian, yaitu adanya kesepakatan, kecakapan para pihak, suatu hal tertentu, dan sebab yang halal. Dalam konteks transaksi online, keempat syarat ini tetap harus terpenuhi, meskipun manifestasinya berbeda, misalnya kesepakatan dinyatakan melalui klik tombol "beli" atau konfirmasi pesanan secara elektronik.[27]

Lapisan kedua adalah Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Pasal 18 Ayat 1 UU ITE menyebutkan bahwa kontrak elektronik harus memiliki kekuatan hukum yang sama dengan kontrak konvensional. Lebih lanjut, Pasal 20 UU ITE menyatakan bahwa perjanjian terjadi pada saat penawaran transaksi oleh penjual diterima oleh pembeli secara elektronik, dan kesepakatan terjadi pada saat pembeli mengklik persetujuan secara elektronik. UU ITE juga mengatur kewajiban pelaku usaha untuk memperoleh sertifikat keandalan guna membuktikan bahwa ia layak menjalankan usaha dalam bidang transaksi elektronik. Perubahan melalui UU No. 1 Tahun 2024 memperkuat aspek perlindungan data pribadi konsumen dalam transaksi e-commerce, dengan mewajibkan pelaku usaha menjamin keamanan data pembayaran, alamat, dan riwayat transaksi konsumen.[28]

Lapisan ketiga adalah PP Nomor 80 Tahun 2019 tentang PMSE, yang merupakan regulasi perdagangan online paling komprehensif yang dimiliki Indonesia hingga saat ini. Dalam melakukan PMSE, para pihak diwajibkan memperhatikan prinsip iktikad baik, kehati-hatian, transparansi, keterpercayaan, akuntabilitas, keseimbangan, serta adil dan sehat. PP PMSE juga mengatur secara eksplisit bahwa PPMSE dan pihak-pihak yang terkait harus membangun kerja sama yang saling menguntungkan dan bertanggung jawab secara proporsional kepada pengguna sesuai fungsi dan peran masing-masing. Lebih jauh, berdasarkan PP ini, jika dalam PMSE terdapat konten informasi elektronik ilegal, maka PPMSE dalam negeri dan/atau PPMSE luar negeri serta penyelenggara sarana perantara bertanggung jawab atas dampak atau konsekuensi hukum akibat keberadaan konten tersebut.[29]

Lapisan keempat adalah Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, yang merupakan regulasi teknis terbaru menggantikan Permendag No. 50 Tahun 2020. Permendag 31/2023 bersama PP 80/2019 mencakup pengaturan mengenai hak dan kewajiban penjual serta pembeli, perlindungan konsumen dalam transaksi online, penggunaan dan perlindungan data pribadi, serta tanggung jawab pelaku usaha dalam menjamin produk yang dijual sesuai ketentuan. Selain itu, Pasal 17 Permendag 31/2023 mewajibkan PPMSE untuk menyampaikan data kepada lembaga pemerintah yang mengelola urusan statistik, dan PPMSE yang tidak memenuhi kewajiban ini dapat dikenakan sanksi administratif berupa peringatan tertulis atau bahkan pemblokiran layanan sebagaimana diatur dalam Pasal 55.[30]

Di samping keempat lapisan regulasi tersebut, transaksi online juga tunduk pada UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sepanjang menyangkut hak-hak konsumen, serta UU Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) yang berlaku bagi seluruh pihak yang memproses data pribadi dalam ekosistem e-commerce. UU

[27] Badrulzaman, M. D., dkk, *op. cit.*, hlm. 60

[28] Edrick Edwardina Effendy and Gina Hanifah, "Keabsahan Perjanjian Elektronik yang Termuat dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan melalui Sistem Elektronik," *Notary Journal* 5, no. 1 (April 2025).

[29] Bagus Wicaksena, "Analisis Komitmen dan Kemampuan Pelaku Usaha Marketplace terhadap Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019," *Cendekia Niaga: Journal of Trade Development and Studies* 6, no. 2 (2022): 138–55.

[30] Zaidah Nur Rosidah and Lego Karjoko, "Enhancing Consumer Protection in Electronic Transactions in Indonesia," *Sriwijaya Law Review* 9, no. 1 (January 2025): 195–98.

PDP mengatur bahwa orang perorangan yang melakukan kegiatan bisnis atau e-commerce dapat dikategorikan sebagai pengendali data pribadi, sehingga konsumen yang data pribadinya diproses dalam transaksi online berhak atas perlindungan penuh berdasarkan undang-undang ini. Dengan demikian, karakteristik transaksi online pada platform e-commerce di Indonesia mencerminkan kompleksitas hukum yang berlapis: secara substantif ia adalah perjanjian jual beli yang tunduk pada KUHPerdata, secara teknis ia diatur oleh UU ITE dan PP PSTE, secara komersial ia diatur oleh PP PMSE dan Permendag 31/2023, dan secara konsumen ia dilindungi oleh UUPK dan UU PDP. Justru dari kerumitan lapisan regulasi yang tidak terintegrasi inilah muncul celah-celah hukum yang berpotensi merugikan konsumen, sebagaimana akan dianalisis lebih lanjut dalam sub-bagian pembahasan berikutnya.[31]

B. Konstruksi Hukum Perikatan dalam Transaksi Online E-Commerce

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan mendasar dalam pola transaksi perdagangan di Indonesia. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2023, pengguna internet di Indonesia telah mencapai 221,5 juta jiwa atau sekitar 78,19 persen dari total populasi, dan sebagian besar di antaranya aktif melakukan transaksi melalui platform e-commerce.[32] Nilai transaksi e-commerce nasional pun terus mengalami pertumbuhan signifikan, di mana Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat nilai transaksi e-commerce Indonesia mencapai Rp476,3 triliun pada tahun 2022, meningkat 17,7 persen dibandingkan tahun sebelumnya.[33] Namun di balik pesatnya pertumbuhan tersebut, persoalan perlindungan hukum bagi konsumen justru semakin kompleks. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) mencatat bahwa pengaduan konsumen terkait transaksi e-commerce secara konsisten berada di posisi teratas setiap tahunnya, dengan proporsi mencapai 35-40 persen dari total keseluruhan pengaduan yang diterima, meliputi persoalan barang tidak sesuai pesanan, penipuan oleh penjual, hingga keterlambatan pengiriman yang tidak dapat diselesaikan secara layak oleh platform.[34] Kondisi ini menjadi latar belakang mendesak bagi kajian mendalam atas konstruksi hukum perikatan yang lahir dari transaksi digital, khususnya dalam kerangka hukum perdata Indonesia.

1. Sahnya Perjanjian Elektronik Berdasarkan Pasal 1320 KUH Perdata

Pondasi yuridis bagi setiap perikatan dalam hukum perdata Indonesia bertumpu pada Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata), yang menetapkan empat syarat sahnya suatu perjanjian, yakni: adanya kesepakatan para pihak yang mengikatkan diri; kecakapan para pihak untuk membuat perikatan; adanya suatu hal tertentu sebagai objek perjanjian; dan adanya suatu sebab yang halal.[35] Keempat syarat ini bersifat kumulatif, artinya tidak terpenuhinya salah satu syarat akan berdampak pada cacat yuridis perjanjian dapat dibatalkan apabila syarat subjektif yang tidak terpenuhi, atau batal demi hukum apabila syarat objektif yang dilanggar. Persoalan yang muncul kemudian adalah apakah keempat syarat tersebut dapat terpenuhi secara sah dalam medium transaksi elektronik yang sepenuhnya nirkertas dan nirtatap muka. Indonesia telah mengantisipasi persoalan ini melalui Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016. Pasal 1 angka 17 UU ITE mendefinisikan kontrak elektronik sebagai perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik, dan Pasal 18 ayat (1) UU ITE secara tegas menyatakan bahwa transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak.[36] Dengan demikian, secara normatif, perjanjian yang terbentuk melalui platform e-commerce memiliki kekuatan hukum yang setara dengan perjanjian konvensional.

Kendati demikian, pemenuhan syarat kecakapan dalam lingkungan digital menghadirkan tantangan yang tidak sederhana. Pasal 1329 KUH Perdata menyatakan bahwa setiap orang pada dasarnya cakap untuk membuat perikatan, kecuali apabila undang-undang menyatakannya tidak cakap. Dalam praktik transaksi e-commerce, verifikasi atas usia dan kecakapan pengguna

[31] Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, 1st ed. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013).
[32] Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), Laporan Survei Internet Indonesia 2023, Jakarta: APJII, 2023, hlm. 14.
[33] Badan Pusat Statistik (BPS), Statistik E-Commerce 2022, Jakarta: BPS, 2023, hlm. 7.
[34] Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), Laporan Tahunan Pengaduan Konsumen 2022, Jakarta: YLKI, 2023, hlm. 22.
[35] R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Jakarta: Pradnya Paramita, 2009, Pasal 1320.
[36] Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016, Pasal 1 angka 17 dan Pasal 18 ayat (1).

sepenuhnya diserahkan kepada mekanisme registrasi yang dirancang oleh masing-masing platform. Sebagaimana dikemukakan oleh Makarim, ketiadaan sistem verifikasi yang memadai berpotensi mengakibatkan perjanjian dapat dimintakan pembatalan oleh pihak yang tidak cakap misalnya anak di bawah umur yang dengan mudah mengakses dan melakukan pembelian di platform tanpa sepengetahuan wali atau orang tuanya.[37] Ini merupakan celah struktural yang hingga kini belum secara tuntas diatasi oleh regulasi yang berlaku. Selain itu, syarat mengenai "sebab yang halal" relevan dikaji dalam konteks maraknya penjualan barang-barang yang peredarannya dibatasi oleh hukum melalui platform e-commerce, seperti obat keras, produk palsu, atau konten yang melanggar hak kekayaan intelektual. Dalam hal demikian, meskipun secara formal suatu perjanjian telah memenuhi syarat kesepakatan dan kecakapan, perjanjian tersebut tetap batal demi hukum berdasarkan Pasal 1335 KUH Perdata karena bertentangan dengan ketertiban umum dan kesusilaan.[38]

2. Momen Lahirnya Kesepakatan dalam Transaksi Digital

Penentuan momen terbentuknya kesepakatan dalam transaksi e-commerce merupakan persoalan yang memiliki implikasi hukum yang sangat luas, karena dari momen inilah hak dan kewajiban para pihak mulai berlaku secara sah. Dalam hukum perjanjian Indonesia, asas konsensualisme menjadi landasan utama, yakni perjanjian dianggap lahir pada saat terjadi persesuaian kehendak antara para pihak, tanpa memerlukan formalitas tambahan.[39] Dalam perkembangan doktrin hukum, dikenal setidaknya empat teori yang digunakan untuk menentukan saat lahirnya kesepakatan dalam perjanjian jarak jauh. Pertama, teori ucapan (uitingstheorie), yang menyatakan bahwa kesepakatan lahir pada saat pihak yang menerima penawaran menyatakan akseptasinya dalam konteks digital, ini dapat dianalogikan dengan saat konsumen menekan tombol "Beli Sekarang" atau "Konfirmasi Pesanan". Kedua, teori pengiriman (verzendingstheorie), yang menempatkan momen kesepakatan pada saat data konfirmasi dikirimkan dari sistem konsumen menuju server pelaku usaha. Ketiga, teori penerimaan (ontvangsttheorie), yang mensyaratkan adanya penerimaan aktual oleh sistem tujuan sebagai syarat terbentuknya kesepakatan. Keempat, teori pengetahuan (vernemingstheorie), yang menetapkan bahwa kesepakatan baru terbentuk pada saat pihak penawar secara nyata mengetahui adanya akseptasi tersebut.[40]

Pasal 20 ayat (1) UU ITE menyelesaikan perdebatan teoritis ini dengan menetapkan bahwa transaksi elektronik dianggap terjadi pada saat penawaran transaksi yang dikirim oleh pengirim telah diterima dan disetujui oleh penerima. Ketentuan ini pada dasarnya selaras dengan teori penerimaan, sehingga dalam praktik transaksi e-commerce di Indonesia, kesepakatan dianggap telah terbentuk pada saat sistem platform merekam penerimaan atas pesanan konsumen dan mengirimkan notifikasi konfirmasi secara otomatis. Namun sebagaimana dianalisis oleh Subekti, dalam perjanjian jarak jauh terdapat potensi jeda waktu yang cukup signifikan antara momen pengiriman dan penerimaan data, yang apabila terjadi gangguan teknis seperti server downtime atau kegagalan koneksi, dapat menimbulkan sengketa mengenai apakah kesepakatan sesungguhnya telah terbentuk atau belum.[41]

Persoalan ini diperumit lebih lanjut oleh praktik umum platform e-commerce yang mewajibkan konsumen menyetujui klausul baku (standaard contract) sebagai prasyarat penggunaan layanan. Klausul-klausul tersebut acap kali bersifat sepihak, ditulis dalam bahasa teknis yang tidak mudah dipahami konsumen awam, dan tidak memberikan ruang negosiasi sama sekali. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) melalui Pasal 18 sejatinya telah melarang pencantuman klausul baku yang merugikan konsumen, termasuk klausul yang mengalihkan tanggung jawab pelaku usaha secara sepihak. Namun dalam praktiknya, penegakan larangan ini terhadap platform e-commerce masih sangat terbatas, sehingga konsumen kerap berada pada posisi yang lemah secara struktural ketika menyepakati suatu transaksi digital.

3. Kedudukan Hukum Platform: Fasilitator atau Pihak dalam Perjanjian

[37] Edmon Makarim, Kompilasi Hukum Telematika, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2004, hlm. 231.
[38] R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, Op. Cit., Pasal 1335.
[39] R. Subekti, Hukum Perjanjian, Cetakan ke-19, Jakarta: Intermasa, 2005, hlm. 26.
[40] Mariam Darus Badrulzaman, Aneka Hukum Bisnis, Bandung: Alumni, 2005, hlm. 87.
[41] R. Subekti, Pokok-Pokok Hukum Perdata, Jakarta: Intermasa, 2003, hlm. 133.

Persoalan paling fundamental sekaligus paling kontroversial dalam konstruksi hukum perikatan e-commerce adalah menentukan kedudukan yuridis platform itu sendiri. Dalam model marketplace yang diadopsi oleh mayoritas platform besar di Indonesia, secara formal terdapat tiga pihak yang terlibat dalam setiap transaksi: konsumen sebagai pembeli, merchant atau penjual sebagai penyedia barang dan/atau jasa, dan platform sebagai penyelenggara sistem elektronik yang menyediakan infrastruktur transaksi. Berdasarkan konstruksi ini, platform pada umumnya berdalih bahwa hubungan hukum yang mengikat hanya terjadi antara konsumen dan merchant, sedangkan platform sekadar berperan sebagai perantara teknis yang tidak bertanggung jawab atas kualitas barang, penipuan oleh penjual, maupun kerugian konsumen yang timbul dari kelalaian merchant.[42]

Namun argumentasi demikian tidak dapat diterima secara utuh apabila dikaji dari perspektif hukum perlindungan konsumen secara substansial. Pasal 1 angka 3 UUPK mendefinisikan pelaku usaha secara luas sebagai setiap orang perseorangan atau badan usaha yang menyelenggarakan kegiatan usaha di bidang perdagangan barang dan atau jasa. Dengan kenyataan bahwa platform memegang kendali penuh atas ekosistem transaksi mulai dari proses verifikasi merchant, pengelolaan dana melalui sistem escrow, penentuan kebijakan refund dan pengembalian barang, hingga penyediaan mekanisme penyelesaian sengketa internal maka secara fungsional, platform sesungguhnya memiliki peran yang jauh melampaui sekadar fasilitator teknis.[43] Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE) secara eksplisit mewajibkan penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik untuk memastikan keakuratan, kejelasan, dan kejujuran informasi dalam sistem yang dikelolanya, serta bertanggung jawab atas penyelenggaraan sistem elektronik yang andal, aman, dan beroperasi sebagaimana mestinya.[44]

Konstruksi hukum ini membuka ruang yang kuat bagi argumentasi bahwa platform dapat dimintai pertanggungjawaban secara tidak langsung *(vicarious liability)* manakala terjadi kerugian konsumen yang disebabkan oleh kelalaian dalam sistem pengawasan merchant atau kegagalan teknis dalam sistem pembayaran yang dikelola platform.[45] Prinsip tanggung jawab tidak langsung ini sesungguhnya bukan hal yang asing dalam sistem hukum perdata Indonesia, sebagaimana tercermin dalam Pasal 1367 KUH Perdata yang mengatur tanggung jawab seseorang atas kerugian yang ditimbulkan oleh orang-orang yang berada di bawah pengawasannya. Dengan demikian, sudah saatnya interpretasi hukum terhadap kedudukan platform e-commerce di Indonesia bergeser dari paradigma fasilitator pasif menuju penyelenggara yang bertanggung jawab, demi mewujudkan perlindungan hukum yang nyata, efektif, dan berkeadilan bagi seluruh konsumen dalam ekosistem perdagangan digital nasional.

C. Perlindungan Hukum Konsumen Secara Preventif

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah secara fundamental cara masyarakat Indonesia melakukan transaksi jual beli, dari pola konvensional yang mensyaratkan kehadiran fisik para pihak menuju transaksi elektronik yang berlangsung dalam ruang siber tanpa batas waktu dan tempat. Pergeseran ini tercermin dari data Bank Indonesia yang mencatat nilai transaksi *e-commerce* nasional pada kuartal III tahun 2025 mencapai Rp134,67 triliun[46], tumbuh 20,5% secara tahunan (year-on-year) dengan volume transaksi mencapai 1,44 miliar transaksi. Pertumbuhan ini turut didukung oleh tingkat penetrasi internet Indonesia yang menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) telah mencapai 80,66%, sementara riset Jakpat menunjukkan bahwa 95% konsumen telah melakukan transaksi daring pada Semester I tahun 2025.[47] Fenomena ini menegaskan bahwa perikatan jual beli yang lahir dari kesepakatan elektronik (*electronic contract*) telah menjadi fenomena hukum yang dominan dalam kehidupan ekonomi masyarakat Indonesia, sehingga menuntut tersedianya instrumen perlindungan hukum yang adaptif. Dalam konteks ini, perlindungan hukum terhadap konsumen idealnya tidak hanya bersifat

[42] Resna Pratiwi Maharani, "Tanggung Jawab Penyelenggara Transaksi Elektronik dalam Melindungi Hak Konsumen," *SUPREMASI: Jurnal Hukum*, Vol. 1, No. 2 (2018)
[43] A. Halim, "Tanggung Jawab Penyedia Platform E-Commerce dalam Melindungi Transaksi Jual Beli Melalui Platform E-Commerce," *Jurnal Notarius*, Vol. 2, No. 1 (2023): 1–10
[44] O. Hutagalung, dkk., "Transformasi Regulasi Perdagangan Elektronik dalam Meningkatkan Perlindungan Konsumen di Indonesia," *Indonesia Journal of Business Law*, Vol. 4, No. 1 (2025): 64–74,
[45] A. Jasmine, dkk., "Tanggung Jawab Platform Marketplace terhadap Penjualan Ponsel Ilegal Berdasarkan Hukum Nasional," *Masalah-Masalah Hukum*, Vol. 51, No. 4 (2022): 378–389,
[46] Kementrian and Perdagangan, “Kinerja Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) Indonesia Tahun 2025,” 2025.
[47] Nasya Karina Wahyudin and Universitas Multimedia Nusantara, “BAB I PENDAHULUAN,” 2025, 1–17.

represif yaitu pemberian sanksi atau ganti rugi setelah kerugian terjadi melainkan juga bersifat preventif, yang berfungsi mencegah terjadinya kerugian sejak awal melalui pengaturan kewajiban informasi, standar kontrak, pengawasan pra-transaksi, dan edukasi hak-hak konsumen. Perlindungan preventif inilah yang menjadi titik tumpu penting mengingat karakteristik transaksi *e-commerce* yang asimetris informasi (*information asymmetry*) antara pelaku usaha dan konsumen, di mana konsumen tidak dapat memeriksa secara langsung kualitas barang, identitas penjual, maupun keabsahan klausula yang mengikatnya sebelum perikatan terbentuk.[48]

Di balik pertumbuhan transaksi elektronik yang masif tersebut, persoalan ketimpangan posisi antara pelaku usaha dan konsumen justru semakin mengemuka, terutama menyangkut pemenuhan kewajiban informasi dan transparansi yang seharusnya melekat pada setiap pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024[49]. UUPK secara tegas mengatur hak konsumen atas informasi serta kewajiban pelaku usaha untuk memberikan penjelasan yang lengkap dan tidak menyesatkan mengenai kondisi barang atau jasa, sementara UU ITE memberikan legitimasi hukum terhadap dokumen elektronik dan tanda tangan digital sebagai alat bukti sah dalam transaksi daring sekaligus menegaskan prinsip kejujuran dan tanggung jawab para pihak dalam sistem elektronik.[50]

Namun realitas di lapangan menunjukkan kesenjangan implementasi yang serius. Data Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) mencatat sepanjang tahun 2024 terdapat 1.675 pengaduan konsumen, dengan sektor belanja daring menempati posisi kedua tertinggi setelah jasa keuangan, yakni sebanyak 144 pengaduan, mayoritas terkait permasalahan pengembalian dana (*refund*) sebesar 29,9%, barang tidak sesuai sebesar 27,1%, serta penipuan dan pembobolan sebesar 7,6%[51]. Data ini diperkuat oleh catatan Kementerian Perdagangan yang mencatat 20.942 aduan konsumen sejak tahun 2022 hingga Maret 2025, di mana 92,70% di antaranya berkaitan dengan kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik[52]. Tingginya angka pengaduan ini mengindikasikan bahwa kewajiban transparansi informasi sebagaimana dimandatkan UUPK dan UU ITE belum berjalan efektif dalam praktik bisnis platform *e-commerce*, sehingga konsumen kerap berada pada posisi yang dirugikan akibat informasi yang tidak akurat, tidak lengkap, atau bahkan menyesatkan.

Persoalan tersebut menjadi semakin mendesak untuk dikaji ketika dikaitkan dengan praktik pencantuman klausula baku (*standard contract clause*) yang merugikan konsumen dalam platform *e-commerce*. Pasal 18 UUPK secara eksplisit melarang pelaku usaha mencantumkan klausula baku yang mengalihkan tanggung jawab, menyatakan tunduknya konsumen pada peraturan sepihak, atau mengurangi hak konsumen untuk menuntut ganti kerugian, namun dalam praktiknya banyak platform digital tetap mencantumkan klausula semacam itu dalam syarat dan ketentuan (*terms and conditions*) yang bersifat *take it or leave it*, konsumen tidak memiliki ruang negosiasi dan harus menyetujui seluruh klausula tersebut agar dapat melanjutkan transaksi. Kajian terhadap praktik *e-commerce* di Indonesia menemukan adanya klausula baku yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha tanpa berkonsultasi dengan konsumen, salah satu contohnya adalah ketentuan yang menyatakan bahwa garansi produk akan berakhir apabila konsumen memberikan ulasan negatif atau penilaian bintang di bawah empat. berakhir apabila konsumen memberikan ulasan negatif atau penilaian bintang di bawah empat.[53]

Klausula semacam ini jelas bertentangan dengan prinsip keseimbangan kedudukan antara pelaku usaha dan konsumen yang menjadi ruh dari hukum perlindungan konsumen, sekaligus membungkam hak konsumen untuk menyampaikan keluhan secara jujur. Urgensi pengawasan terhadap klausula baku ini juga relevan dikaitkan dengan persoalan struktural yang lebih luas, sebagaimana terlihat dari dugaan praktik monopoli layanan ekspedisi oleh salah satu platform

[48] Iftinaity Shaumi Rahma et al., "Indonesian Legal Protection for Consumers on the Validity of Electronic Contracts in the E-Commerce Transactions," *Yuridika* 37, no. 3 (September 2022): 697
[49] "Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen," 1999, https://jdih.kemendag.go.id/peraturan/undang-undang-nomor-8-tahun-1999-tentang-perlindungan-konsumen.
[50] Enni Soerjati Priowirjanto, "Pengaturan Transaksi Elektronik dan Pelaksanaannya di Indonesia Dikaitkan dengan Perlindungan E-Konsumen," *Padjadjaran Jurnal Ilmu Hukum (Journal of Law)* 1, no. 2 (2014): 286–300.
[51] Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, "Profil Pengaduan Konsumen Tahun 2024" (2024).
[52] Ni Nyoman Komang Kartika Yasa et al., "Reformulasi Asas Hukum Perlindungan Konsumen di Era Digital: Analisis Kritis terhadap Rancangan Revisi Undang-Undang Perlindungan Konsumen," *Jurnal Hukum Progresif* 7, no. 4 (2025): 31–52.
[53] "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen," 1999, https://gatrik.esdm.go.id/assets/uploads/download_index/files/e39ab-uu-nomor-8-tahun-1999.pdf.

besar pada tahun 2024 yang membatasi kebebasan konsumen untuk memilih jasa kurir dan secara otomatis mengarahkan konsumen pada layanan ekspedisi yang merupakan bagian dari grup perusahaan yang sama. Kondisi ini menggambarkan bagaimana dominasi sepihak platform dalam mendikte syarat transaksi baik melalui klausula kontraktual maupun kebijakan operasional berpotensi sistemik merugikan konsumen apabila tidak diiringi pengawasan hukum yang tegas terhadap larangan klausula baku.

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, kajian ini secara khusus diarahkan untuk menjawab dua rumusan masalah utama: *pertama*, bagaimana bentuk perlindungan hukum preventif bagi konsumen atas perikatan yang lahir dari transaksi *online* pada platform *e-commerce* di Indonesia ditinjau dari kerangka UUPK dan UU ITE, khususnya terkait kewajiban informasi, transparansi, dan larangan klausula baku yang merugikan konsumen dan *kedua*, bagaimana perlindungan data pribadi konsumen diatur dan diimplementasikan dalam transaksi elektronik berdasarkan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi (UU PDP),[54] mengingat setiap transaksi *e-commerce* niscaya melibatkan pengumpulan, pengolahan, dan penyimpanan data pribadi konsumen mulai dari identitas, alamat, hingga riwayat pembayaran yang rawan disalahgunakan atau diretas tanpa persetujuan pemiliknya.[55]UU PDP hadir sebagai instrumen hukum yang secara spesifik mengatur prinsip pemrosesan data pribadi yang sah, pembatasan tujuan pengumpulan data, hak subjek data untuk mengakses dan menghapus datanya, serta kewajiban pengendali data termasuk platform *e-commerce* untuk menjaga keamanan data dan melaporkan kebocoran data dalam tenggat waktu tertentu. Tujuan dari penulisan ini adalah untuk menganalisis secara komprehensif efektivitas regulasi perlindungan konsumen yang berlaku saat ini dalam merespons karakteristik unik transaksi elektronik, mengidentifikasi kesenjangan normatif maupun implementatif antara UUPK, UU ITE, dan UU PDP, serta merumuskan rekomendasi penguatan perlindungan hukum preventif yang dapat diimplementasikan oleh regulator, pelaku usaha platform, dan lembaga penyelesaian sengketa konsumen seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), guna mewujudkan ekosistem transaksi *e-commerce* yang adil, transparan, dan melindungi hak-hak fundamental konsumen Indonesia.[56]

Secara normatif, dasar hukum mengenai tanggung jawab platform digital di Indonesia tersebar dalam sejumlah regulasi. Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) beserta perubahannya mengharuskan pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik untuk menyediakan informasi yang benar, lengkap, dan akurat. Selain itu, Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE).[57] menegaskan kewajiban penyelenggara sistem elektronik untuk menjamin keamanan dan keandalan sistem yang digunakan. Selanjutnya, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 mengenai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik mengharuskan pengelola *marketplace* memastikan bahwa para penjual yang beroperasi di dalam platform telah memenuhi persyaratan legalitas yang ditentukan. Kewajiban tersebut secara implisit membuka kemungkinan adanya pertanggungjawaban platform apabila kerugian konsumen timbul akibat kelalaian dalam proses verifikasi penjual.

Dalam kajian akademik, diskursus mengenai tanggung jawab platform digital umumnya berpusat pada pembedaan antara platform sebagai perantara pasif (*passive intermediary*) dan sebagai peserta aktif (*active participant*) dalam transaksi elektronik. Apabila platform hanya berfungsi sebagai penyedia sarana transaksi, maka tanggung jawabnya umumnya terbatas pada kewajiban untuk menghapus konten atau akun yang melanggar hukum setelah menerima laporan dari pihak yang dirugikan (*notice and takedown mechanism*). Sebaliknya, apabila platform turut berperan dalam pengelolaan transaksi, seperti melakukan kurasi produk, menentukan mekanisme pembayaran, atau mengatur proses distribusi, maka terdapat dasar argumentasi yang lebih kuat untuk membebankan tanggung jawab yang lebih luas kepada platform tersebut.[58]

Dalam praktik di Indonesia, banyak *marketplace* yang telah menyediakan sistem pembayaran bersama (*escrow*), perlindungan pembeli (*buyer protection*), serta mekanisme pengembalian barang. Keterlibatan aktif tersebut menunjukkan bahwa platform tidak lagi sekadar bertindak sebagai perantara pasif, melainkan memiliki peran substantif dalam proses transaksi. Oleh karena itu, platform dapat dimintai pertanggungjawaban berdasarkan prinsip-prinsip yang

[54] "Undang-Undang (UU) Nomor 27 Tahun 2022 Tentang Pelindungan Data Pribadi," no. 016999 (2022).
[55] Immanuel Christian, "Itikad Baik dalam Klausula Baku pada E-Commerce," 2, no. 1 (2023): 85–95
[56] Ni Nyoman Komang Kartika Yasa et al., *op. cit.,* hlm. 33-34
[57] *Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik*, Pasal 65 ayat (1).
[58] Ahmad M. Ramli, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia* (Bandung: Refika Aditama, 2004), 89–92.

terdapat dalam UUPK, UU ITE, maupun PP PSTE apabila konsumen mengalami kerugian. Meskipun perangkat regulasi yang mengatur tanggung jawab platform digital telah tersedia, implementasinya masih menghadapi berbagai tantangan. Pertama, perkembangan teknologi berlangsung jauh lebih cepat dibandingkan pembentukan regulasi, sehingga berbagai model bisnis digital baru belum sepenuhnya terakomodasi dalam ketentuan hukum yang berlaku. Kedua, persoalan yurisdiksi menjadi semakin kompleks ketika transaksi melibatkan pihak-pihak yang berada di negara berbeda (*cross-border transactions*). Ketiga, pembuktian dalam sengketa konsumen digital sering kali menjadi hambatan tersendiri karena bukti elektronik memerlukan prosedur dan kemampuan teknis tertentu agar dapat diterima secara sah dalam proses peradilan.

D. Perlindungan Hukum Konsumen Secara Represif

Perlindungan hukum terhadap konsumen pada dasarnya dapat diklasifikasikan ke dalam dua bentuk, yaitu perlindungan preventif dan perlindungan represif. Perlindungan represif merupakan bentuk perlindungan yang diberikan setelah terjadinya pelanggaran terhadap hak-hak konsumen. Tujuan utama perlindungan ini adalah menyelesaikan sengketa yang muncul serta memulihkan hak-hak konsumen yang telah dirugikan.[59] Dalam konteks hukum nasional, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) telah membangun landasan normatif yang komprehensif bagi pelaksanaan perlindungan hukum represif. Pengaturan tersebut mencakup mekanisme penyelesaian sengketa konsumen, pertanggungjawaban pelaku usaha, hingga perlindungan hukum dalam transaksi yang dilakukan melalui platform digital.

1. Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui BPSK dan Pengadilan

Salah satu instrumen utama yang diperkenalkan oleh UUPK dalam rangka perlindungan represif adalah Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Berdasarkan Pasal 45 ayat (1) UUPK,[60] setiap konsumen yang mengalami kerugian memiliki hak untuk mengajukan gugatan terhadap pelaku usaha, baik melalui lembaga yang secara khusus menangani sengketa konsumen maupun melalui peradilan umum. Keberadaan kedua mekanisme tersebut menunjukkan upaya negara dalam menjamin akses terhadap keadilan (*access to justice*) bagi seluruh konsumen.

a. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)

BPSK merupakan lembaga yang bersifat *quasi judicial* dan dibentuk untuk menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa yang sederhana, cepat, serta terjangkau bagi masyarakat. Ketentuan Pasal 52 UUPK[61] memberikan pilihan kepada para pihak untuk menyelesaikan sengketa melalui tiga metode, yaitu mediasi, arbitrase, dan konsiliasi. Dalam praktiknya, penyelesaian sengketa melalui BPSK memiliki sejumlah keunggulan dibandingkan proses litigasi di pengadilan. Pertama, proses penyelesaian sengketa tidak dikenakan biaya sebagaimana diatur dalam Pasal 45 ayat (2) UUPK, sehingga dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat, termasuk konsumen yang memiliki keterbatasan ekonomi. Kedua, penyelesaian sengketa dibatasi dalam jangka waktu paling lama 21 (dua puluh satu) hari kerja sejak gugatan diterima. Ketentuan tersebut memberikan efisiensi waktu dan mengurangi beban ekonomi yang mungkin timbul selama proses penyelesaian sengketa berlangsung.

Dari perspektif yurisprudensi, Mahkamah Agung telah menegaskan bahwa putusan BPSK yang dihasilkan melalui mekanisme arbitrase bersifat final dan mengikat para pihak. Namun demikian, Pasal 54 ayat (3) juncto Pasal 45 ayat (4) UUPK tetap membuka peluang bagi pihak yang tidak menerima putusan tersebut untuk mengajukan keberatan melalui Pengadilan Negeri dan selanjutnya ke Mahkamah Agung. Kondisi ini menghadirkan dua sisi yang berbeda, yakni memberikan jaminan kepastian hukum sekaligus berpotensi memperpanjang proses penyelesaian sengketa yang pada prinsipnya dimaksudkan untuk berlangsung secara cepat dan final.

b. Penyelesaian Sengketa melalui Peradilan Umum

Selain melalui BPSK, konsumen juga tetap memiliki hak untuk menyelesaikan sengketa melalui mekanisme litigasi di peradilan umum. Gugatan terhadap pelaku usaha dapat didasarkan pada ketentuan wanprestasi sebagaimana diatur dalam Pasal 1243 KUH Perdata

[59] Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum bagi Rakyat Indonesia* (Surabaya: Bina Ilmu, 1987), 2.
[60] Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 45 ayat (1).
[61] Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 52.

maupun perbuatan melawan hukum berdasarkan Pasal 1365 KUH Perdata, serta ketentuan khusus yang terdapat dalam UUPK. Keunggulan utama gugatan yang diajukan berdasarkan UUPK terletak pada penerapan prinsip pembuktian terbalik (*reversed burden of proof*) sebagaimana diatur dalam Pasal 28 UUPK[62]. Dalam mekanisme ini, beban pembuktian tidak dibebankan kepada konsumen, melainkan kepada pelaku usaha. Pengaturan tersebut memiliki arti penting karena secara umum konsumen berada dalam posisi yang lebih lemah dibandingkan pelaku usaha, baik dari sisi informasi maupun kemampuan ekonomi.

Selain itu, UUPK juga memberikan dasar hukum bagi pengajuan gugatan kelompok (*class action*) sebagaimana diatur dalam Pasal 46. Kendati demikian, implementasi gugatan kelompok dalam praktik peradilan Indonesia masih menghadapi berbagai kendala prosedural, antara lain terkait penentuan kesamaan fakta hukum, perhitungan besaran ganti rugi bagi masing-masing anggota kelompok, serta mekanisme distribusi kompensasi kepada para pihak yang berhak.[63]

2. Tanggung Jawab Pelaku Usaha atas Wanprestasi dan Perbuatan Melawan Hukum

Pertanggungjawaban pelaku usaha merupakan salah satu aspek sentral dalam sistem perlindungan konsumen. UUPK mengatur tanggung jawab pelaku usaha secara lebih luas dibandingkan ketentuan umum yang terdapat dalam KUH Perdata dan memberikan posisi yang lebih menguntungkan bagi konsumen. Secara umum, terdapat dua dasar pertanggungjawaban yang dapat digunakan, yaitu tanggung jawab karena wanprestasi (*contractual liability*) dan tanggung jawab karena perbuatan melawan hukum (*tortious liability*).

a. Tanggung Jawab atas Wanprestasi (*Contractual Liability*)

Dalam hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha, wanprestasi terjadi apabila pelaku usaha tidak melaksanakan kewajiban yang telah diperjanjikan dalam transaksi barang dan/atau jasa. Pasal 1243 KUH Perdata mengatur bahwa pihak yang lalai memenuhi prestasinya wajib mengganti biaya, kerugian, dan bunga yang timbul akibat kelalaian tersebut. Dalam ranah perlindungan konsumen, prinsip tersebut diperkuat melalui Pasal 19 ayat (1) UUPK yang mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, maupun kerugian yang dialami konsumen akibat penggunaan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.[64]

Keunggulan rezim pertanggungjawaban dalam UUPK dibandingkan KUH Perdata terlihat dari penerapan prinsip *strict liability* atau tanggung jawab mutlak dalam kondisi tertentu. Berdasarkan Pasal 19 juncto Pasal 28 UUPK, pelaku usaha tidak dapat menghindari tanggung jawab hanya dengan alasan tidak adanya unsur kesengajaan atau kelalaian. Sebaliknya, pelaku usaha wajib membuktikan bahwa kerugian yang dialami konsumen tidak berasal dari produk atau layanan yang disediakannya.[65]

Pasal 19 ayat (2) UUPK menentukan bahwa bentuk ganti rugi dapat berupa pengembalian uang, penggantian barang dan/atau jasa yang setara, pelayanan kesehatan, maupun pemberian santunan. Pelaksanaan ganti rugi tersebut wajib dilakukan dalam waktu paling lambat tujuh hari sejak tanggal transaksi. Ketentuan ini memberikan kepastian hukum yang lebih kuat dibandingkan mekanisme ganti rugi dalam KUH Perdata yang pada umumnya bergantung pada putusan pengadilan.

b. Tanggung Jawab atas Perbuatan Melawan Hukum (*Tortious Liability*)

Di luar hubungan kontraktual, pelaku usaha juga dapat dimintai pertanggungjawaban berdasarkan ketentuan Pasal 1365 KUH Perdata mengenai perbuatan melawan hukum.[66] Dalam perkembangan praktik peradilan di Indonesia, konsep perbuatan melawan hukum tidak hanya dimaknai sebagai pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan, tetapi juga mencakup pelanggaran terhadap norma kepatutan, kesusilaan, dan prinsip kehati-hatian dalam kehidupan bermasyarakat.

Dalam bidang perlindungan konsumen, perbuatan melawan hukum dapat terwujud dalam berbagai bentuk, seperti penyampaian informasi yang menyesatkan (*misleading information*), iklan yang tidak jujur, penjualan produk yang memiliki cacat tersembunyi (*latent defect*), maupun penggunaan klausula baku yang secara tidak proporsional merugikan konsumen. Berbagai putusan Mahkamah Agung menunjukkan kecenderungan

[62] Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 28.
[63] Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Edisi Revisi (Jakarta: Grasindo, 2006), 78.
[64] Budi Agus Riswandi, *Hukum dan Internet di Indonesia* (Yogyakarta: UII Press, 2003), 42.
[65] Celina Tri Siwi Kristiyanti, *op. cit.,* 101.
[66] Kitab Undang-Undang Hukum Perdata [Indonesian Civil Code], Pasal 1365.

penerapan prinsip pembuktian terbalik dalam sengketa yang berkaitan dengan produk cacat, sehingga pelaku usaha berkewajiban membuktikan bahwa produk yang dipasarkan telah memenuhi standar keamanan yang berlaku.[67]
Lebih lanjut, Pasal 60 UUPK memberikan kewenangan kepada BPSK untuk menjatuhkan sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi dengan nilai maksimal Rp200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah). Walaupun nominal tersebut dinilai kurang memadai apabila dibandingkan dengan perkembangan kondisi ekonomi saat ini, ketentuan tersebut tetap memiliki fungsi preventif dan represif, khususnya bagi pelaku usaha berskala kecil dan menengah. Untuk pelanggaran yang lebih serius, UUPK juga menyediakan mekanisme sanksi pidana sebagaimana diatur dalam Pasal 61 sampai dengan Pasal 63.

c. Tanggung Jawab Platform Digital atas Kerugian Konsumen
Transformasi ekonomi digital telah melahirkan berbagai model bisnis baru yang menempatkan platform digital, seperti *marketplace* dan *e-commerce*, sebagai perantara antara penjual dan pembeli. Perkembangan tersebut memunculkan persoalan hukum mengenai sejauh mana platform digital dapat dimintai pertanggungjawaban atas kerugian yang dialami konsumen dalam transaksi yang difasilitasinya.[68]

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis normatif yang telah diuraikan, penelitian ini menghasilkan dua kesimpulan pokok. Pertama, transaksi online pada platform e-commerce memiliki karakteristik hukum yang khas dan berbeda secara substantif dari transaksi konvensional, yakni berlangsung tanpa kehadiran fisik para pihak, terbentuk melalui mekanisme click-wrap agreement, dan melibatkan struktur hubungan hukum tripartit antara konsumen, pelaku usaha, dan platform sebagai PPMSE. Perikatan yang lahir dari transaksi online tetap tunduk pada Pasal 1320 KUHPerdata mengenai syarat sahnya perjanjian, yang dalam ruang digital diwujudkan melalui konfirmasi elektronik sebagaimana diatur Pasal 20 UU ITE meskipun konstruksi ini menghadapi persoalan mendasar berupa sulitnya verifikasi kecakapan hukum para pihak, ketidakjelasan saat dan tempat lahirnya perikatan dalam transaksi lintas yurisdiksi, serta lemahnya posisi konsumen akibat ketimpangan informasi, sehingga kerangka hukum perikatan konvensional memerlukan penafsiran yang adaptif dan progresif. Kedua, perlindungan hukum bagi konsumen diselenggarakan melalui mekanisme preventif dan represif yang saling melengkapi: perlindungan preventif diwujudkan melalui kewajiban penyediaan informasi lengkap dan transparan berdasarkan UUPK, PP PMSE, dan Permendag 31/2023, serta kewajiban perlindungan data pribadi berdasarkan UU No. 27/2022 tentang PDP; sementara perlindungan represif diwujudkan melalui penyelesaian sengketa baik litigasi maupun non-litigasi melalui BPSK, disertai sanksi administratif dan pidana. Namun, kedua mekanisme ini belum berjalan optimal, perlindungan preventif terhambat lemahnya pengawasan terhadap cross-border merchant yang tidak terjangkau yurisdiksi UUPK, sedangkan perlindungan represif belum efektif karena putusan BPSK tidak mengikat secara mutlak, belum tersedianya mekanisme Online Dispute Resolution (ODR) yang terstandarisasi, dan absennya tanggung jawab proporsional platform dalam regulasi yang berlaku.

Bertolak dari kedua kesimpulan tersebut, penelitian ini merekomendasikan pembaruan regulasi secara komprehensif, khususnya melalui revisi UUPK yang mengintegrasikan kekhususan transaksi digital, pembentukan mekanisme ODR yang terstandarisasi dan berkekuatan hukum tetap, serta pengaturan yang lebih tegas mengenai tanggung jawab proporsional platform e-commerce sebagai PPMSE, guna mewujudkan kepastian hukum, keadilan, dan keseimbangan hak antar pihak dalam ekosistem perdagangan digital Indonesia yang terus berkembang pesat.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami sebagai penulis ingin menyampaikan Terima Kasih sebesar-besarnya bagi para pihak yang membantu penyusunan penelitian ini, khususnya bagi Bapak Dosen Ikhwan Aulia Fatahillah, S.H., M.H., selaku dosen mata kuliah Hukum Perikatan Fakultas Syariah dan Hukum Jurusan Hukum Ekonomi Syariah UIN Sunan Gunung Djati Bandung, atas bimbingan dan arahan yang sudah diberikan sehingga penelitian ini bisa kami susun dengan semaksimal mungkin. Penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada Ibu Nisma Linda selaku pengelola Juridisch: Jurnal Ilmu Hukum Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara yang telah memfasilitasi proses

[67] Putusan Mahkamah Agung Nomor 1875 K/Pdt/2018.
[68] Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2003), 57–59.

pengelolaan hingga penerbitan artikel ini. Kami harap penelitian yang kami lakukan ini bisa berguna serta menambah wawasan bagi siapa saja yang membacanya. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung selaku lembaga afiliasi penulis yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Alamsyah, S., & Hasibuan, F. Y. (2025). Legal protection for consumers in e-commerce transactions in Indonesia: Contract validity and dispute resolution effectiveness. *Pena Law: International Journal of Law, 3*(1).

Amaliya, L., Dewi, S., Arafat, Z., Asyhadi, F., & Rosidawati, I. (2025). Marketplace responsibilities and sanctions in cases of consumer losses (Futuristic legal perspective). *JHK: Jurnal Hukum dan Keadilan, 2*(3).

Asikin, Z. (2024). Diverse e-commerce business models in Indonesia: A cluster analysis from the national e-commerce survey. *Business Review and Case Studies, 5*(2).

Badrulzaman, M. D., dkk. (2001). *Kompilasi hukum perikatan*. Citra Aditya Bakti.

Dzuhriyan, A. R., Permana, S. I., & Gufron, M. K. A. (2024). Consumer legal protection in online transactions: Challenges and opportunities in Indonesia's digital economy. *Justice Voice, 3*(1), 9–16.

Effendy, E. E., & Hanifah, G. (2025). Keabsahan perjanjian elektronik yang termuat dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang perdagangan melalui sistem elektronik. *Notary Journal, 5*(1).

Fuady, M. (2002). *Pengantar hukum bisnis*. Citra Aditya Bakti.

Hadjon, P. M. (1987). *Perlindungan hukum bagi rakyat Indonesia*. Bina Ilmu.

Ibrahim, A. (2024). Perlindungan hukum konsumen terhadap perjanjian standar dalam transaksi jual beli melalui e-commerce di Indonesia berdasarkan peraturan perundang-undangan. *JIEMAS: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Syariah, 3*(3), 487–494.

Ismail, M. R., & Isradjuningtias, A. C. (2022). Analisis pembuatan kontrak jual beli online dalam transaksi e-commerce ditinjau dari Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. *Jurnal Ilmu Hukum "The Juris," 6*(2).

Kristiyanti, C. T. S. (2011). *Hukum perlindungan konsumen*. Sinar Grafika.

Lengkong, M., Telaumbanua, S., Herlin, Lembang, N. R., & Atasya, S. N. (2025). Perlindungan hukum bagi pelaku usaha dan konsumen serta tanggung jawab pelaku usaha untuk mempermudah transaksi jual beli dalam sistem perdagangan online. *Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan dan Sosial Humaniora, 5*(2), 74–88.

Mazli, A. (2021). Urgensi pembaharuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Indonesia di era e-commerce. *Jurnal Lex Renaissance, 6*(2).

Novita, Y. D., & Santoso, B. (2021). Urgensi pembaharuan regulasi perlindungan konsumen di era bisnis digital. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia, 3*(1), 46–58.

Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. (2019).

Pramono, S. B., & Kurniati, G. (2023). Perlindungan hukum konsumen dalam transaksi jual beli barang online di Indonesia. *JLEB: Journal of Law, Education and Business, 1*(2), 166–178.

Priowirjanto, E. S. (2014). Pengaturan transaksi elektronik dan pelaksanaannya di Indonesia dikaitkan dengan perlindungan e-konsumen. *Padjadjaran Jurnal Ilmu Hukum (Journal of Law), 1*(2), 286–300.

Purnama, I. R., dkk. (2025). Legal responsibility of marketplaces for consumer losses due to counterfeit products: A comparative study of Indonesia and Singapore. *International Journal of Social Service and Research, 5*(5), 400–407.

Ramli, A. M. (2004). *Cyber law dan HAKI dalam sistem hukum Indonesia*. Refika Aditama.

Rosidah, Z. N., & Karjoko, L. (2025). Enhancing consumer protection in electronic transactions in Indonesia. *Sriwijaya Law Review, 9*(1), 195–198.

Rosmawati. (2018). *Pokok-pokok hukum perlindungan konsumen*. Kencana.

Sa'adah, B. L. N., Sukarmi, & Dewantara, R. (2024). Establishing a personal data protection agency for e-commerce in Indonesia: Legal framework and implementation challenges. *INVEST: Journal of Sharia and Economic Law, 4*(2), 292–316.

Salim, H. S. (2014). *Perkembangan hukum kontrak innominaat di Indonesia*. Sinar Grafika.

Setiawan, R. (1978). *Pokok-pokok hukum perikatan*. Bina Cipta.

Sikki, N., Gerhana, H., Herlaman, J., Ratih, N., Liana, L., Permana, I., Tija, I., & Mirzaq. (2024). Analisis model e-bisnis B2C pada perusahaan teknologi di Indonesia. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia, 5*(4), 537–539.

Soeharso, S. Y., Sufiarina, & Iwan. (2025). Perlindungan konsumen pada platform e-commerce di Indonesia: Perspektif hukum positif dan teori hukum. *Jurnal Legal Reasoning, 7*(2).

Subekti. (2005). *Hukum perjanjian*. PT Intermasa.

Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi. (2022).

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. (1999). https://jdih.kemendag.go.id/peraturan/undang-undang-nomor-8-tahun-1999-tentang-perlindungan-konsumen

Wahyudiono, T., Fitria, D. U. L., Husna, A., & Merita, R. (2023). Implementation of consumer protection policy in e-commerce transactions in Indonesia. *Journal of Public Representative and Society Provision, 3*(2), 97–106.

Wang, Z. (2025). Study of marketing strategies of e-commerce platforms worldwide. *Journal of Applied Economics and Policy Studies, 18*(8), 153.

Wicaksena, B. (2022). Analisis komitmen dan kemampuan pelaku usaha marketplace terhadap Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019. *Cendekia Niaga: Journal of Trade Development and Studies, 6*(2), 138–155.

Wulandari, Y. S., & Rismansyah. (2025). Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi elektronik di Indonesia: Tantangan dalam implementasi. *Jurnal Ilmu Hukum "The Juris," 9*(2), 530–533.

Yasa, N. N. K. K., Purnomo, A. D., Albana, R., & Prayuti, L. Y. Y. (2025). Reformulasi asas hukum perlindungan konsumen di era digital: Analisis kritis terhadap rancangan revisi Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Hukum Progresif, 7*(4), 31–52.

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia. (2024). *Profil pengaduan konsumen tahun 2024*.

Zulham. (2013). *Hukum perlindungan konsumen* (Edisi pertama). Kencana Prenada Media Group.