

Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Perdagangan Elektronik Di Indonesia: Analisis Tanggung Jawab Platform Dan Penjual

Auliana Soffa Majida

Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Terbuka
Email: aulianasoffamajida@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif efektivitas perlindungan hukum konsumen dalam transaksi e-commerce di Indonesia dengan fokus pada pembagian tanggung jawab antara platform digital dan penjual. Penelitian menggunakan metode hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun kerangka regulasi relatif lengkap, implementasinya masih menghadapi kendala berupa lemahnya pengawasan, rendahnya literasi digital, serta ketidakjelasan pembagian tanggung jawab hukum. Penelitian ini merekomendasikan penerapan model tanggung jawab bersama (shared liability) berbasis penguatan fungsi preventif, kuratif, dan kompensatif platform serta akuntabilitas penjual.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, E-Commerce, Tanggung Jawab Hukum, Platform Digital

ABSTRACT

This study aims to comprehensively analyze the effectiveness of consumer legal protection in e-commerce transactions in Indonesia, with a focus on the distribution of liability between digital platforms and sellers. This research employs a normative legal method using statutory and conceptual approaches. The findings indicate that although the regulatory framework is relatively comprehensive, its implementation still faces several challenges, including weak supervision, low levels of digital literacy, and unclear allocation of legal responsibilities. This study recommends the adoption of a shared liability model based on strengthening the preventive, curative, and compensatory functions of platforms, as well as enhancing seller accountability.

Keywords: Consumer Protection, E-Commerce, Legal Liability, Digital Platforms

Pendahuluan

Perkembangan e-commerce di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring dengan meningkatnya penetrasi internet dan digitalisasi ekonomi. Transformasi ini tidak hanya mengubah pola konsumsi masyarakat, tetapi juga membentuk hubungan hukum baru antara konsumen, penjual, dan platform digital.

Namun demikian, kemajuan tersebut juga menimbulkan berbagai persoalan hukum, seperti penipuan online, ketidaksesuaian produk, serta pelanggaran data pribadi. Konsumen berada pada posisi yang lemah akibat keterbatasan informasi dan tidak adanya interaksi fisik langsung (Majida, 2025).

Perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan terhadap subyek hukum dalam bentuk perangkat hukum baik yang bersifat preventif maupun yang bersifat represif, baik yang tertulis maupun tidak tertulis. Dalam Pasal 1365 KUHPerdata yang menyebutkan tentang perbuatan melawan hukum menyatakan bahwa: "Tiap perbuatan yang melanggar hukum dan membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang menimbulkan kerugian itu karena kesalahannya untuk menggantikan kerugian tersebut. Secara normatif, perlindungan konsumen telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi. Akan tetapi, efektivitas implementasi regulasi tersebut masih belum optimal.

Permasalahan utama dalam penelitian ini adalah ketidakjelasan pembagian tanggung jawab antara platform e-commerce dan penjual. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk merumuskan model perlindungan hukum yang lebih adaptif.

Metode Penelitian

A. Penelitian ini menggunakan metode hukum normatif dengan pendekatan:

1. Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*)
2. Pendekatan konseptual (*conceptual approach*)

B. Bahan hukum yang digunakan meliputi:

1. Bahan hukum primer: UUPK, UU ITE, UU PDP
2. Bahan hukum sekunder: karya ilmiah, jurnal, dan proposal Majida (2025)

Analisis dilakukan secara kualitatif-deskriptif dengan teknik interpretasi hukum.

Hasil dan Pembahasan

A. Efektivitas Perlindungan Hukum Konsumen

Perlindungan konsumen dalam e-commerce didasarkan pada prinsip ketidakseimbangan posisi (*inequality of bargaining power*). Konsumen tidak memiliki akses untuk memverifikasi produk secara langsung sehingga bergantung pada informasi dari penjual (Shidarta, 2019).

Dalam praktiknya, efektivitas perlindungan hukum masih rendah. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor:

1. Lemahnya pengawasan terhadap pelaku usaha
2. Rendahnya literasi digital masyarakat
3. Mekanisme penyelesaian sengketa yang belum efektif

Menurut Daud dan Suyanto (2024), banyak konsumen mengalami kesulitan dalam memperoleh ganti rugi akibat prosedur yang kompleks.

B. Analisis Kasus (COD dan Sengketa Konsumen)

Kasus pembayaran COD yang berujung konflik antara konsumen dan kurir menunjukkan lemahnya pemahaman hukum masyarakat. Konsumen sering kali tidak memahami bahwa tanggung jawab tidak berada pada kurir, melainkan pada penjual dan platform.

Kasus ini menunjukkan:

1. Kurangnya edukasi hukum
2. Ketidakefektifan sistem pengaduan
3. Tidak jelasnya pembagian tanggung jawab

C. Tanggung Jawab Hukum Platform

Berdasarkan teori keagenan, platform bertindak sebagai agen yang memiliki tanggung jawab hukum terhadap konsumen (Ikhsan, 2022).

Halim (2023) mengelompokkan tanggung jawab platform menjadi:

1. Preventif: verifikasi penjual
2. Kuratif: penyelesaian sengketa
3. Kompensatif: ganti rugi

Namun dalam praktik, platform sering menghindari tanggung jawab dengan alasan sebagai intermediary.

D. Tanggung Jawab Penjual

Penjual bertanggung jawab langsung terhadap:

1. Kualitas produk
2. Keakuratan informasi
3. Penyelesaian keluhan

Andini et al. (2025) menyatakan bahwa pelanggaran utama adalah informasi menyesatkan dan produk tidak sesuai.

E. Perlindungan Data Pribadi

Perlindungan data pribadi menjadi elemen penting dalam e-commerce. Kebocoran data dapat merusak kepercayaan konsumen.

Pohan dan Nasution (2023) menegaskan bahwa keamanan data adalah fondasi trust dalam transaksi digital.

F. Analisis Teoritis

1. Teori Tanggung Jawab Hukum: menegaskan kewajiban atas kerugian
2. Teori Perlindungan Konsumen: menyeimbangkan posisi konsumen
3. Teori Strict Liability: tanggung jawab tanpa pembuktian kesalahan
4. Teori Keagenan: hubungan platform sebagai agen
5. Teori Kepercayaan: pentingnya trust dalam transaksi digital

G. Model Shared Liability

Model shared liability menekankan tanggung jawab bersama antara platform dan penjual.

Model ini mencakup:

1. Tanggung jawab preventif
2. Tanggung jawab kuratif
3. Tanggung jawab kompensatif

Model ini diharapkan dapat mengatasi kelemahan sistem yang ada.

Tabel Data Penelitian

No	Variabel	Indikator	Temuan	Implikasi
1.	Perlindungan Konsumen	Hak dan keamanan	Lemah	Perlu regulasi
2.	Platform	Sistem	Tidak optimal	Perlu tanggung jawab
3.	Penjual	Produk	Tidak sesuai	Perlu sanksi
4.	Sengketa	ODR	Lemah	Perlu Inovasi
5.	Data	Keamanan	Rentan	Perlu Perlindungan

Kesimpulan

Penelitian ini menegaskan bahwa perlindungan hukum konsumen dalam transaksi e-commerce di Indonesia secara normatif telah memiliki dasar yang relatif memadai melalui UUPK, UU ITE, dan UU PDP. Namun demikian, efektivitas implementasinya masih menghadapi berbagai kendala struktural dan kultural. Secara struktural, terdapat kelemahan pada aspek pengawasan, koordinasi antarlembaga, serta belum optimalnya mekanisme penegakan hukum dan penyelesaian sengketa berbasis digital. Secara kultural, rendahnya literasi digital dan pemahaman hukum masyarakat turut memperlemah posisi konsumen dalam menghadapi praktik-praktik perdagangan yang tidak beritikad baik.

Ketidakjelasan pembagian tanggung jawab antara platform dan penjual menjadi isu sentral yang memicu terjadinya kesenjangan perlindungan. Dalam praktik, platform kerap memposisikan diri sebagai perantara (intermediary) yang terbatas tanggung jawabnya, sementara penjual dibebani tanggung jawab utama atas produk dan informasi. Model ini terbukti tidak memadai dalam konteks ekosistem digital yang kompleks, di mana platform memiliki kontrol signifikan atas arsitektur transaksi, algoritma visibilitas, sistem pembayaran, hingga mekanisme pengaduan.

Berdasarkan temuan dan analisis teoritis (teori tanggung jawab hukum, teori keagenan, strict liability, dan teori kepercayaan), penelitian ini merekomendasikan penerapan model tanggung jawab bersama (shared liability). Model ini mensyaratkan pembagian tanggung jawab yang proporsional dan terukur antara platform dan penjual melalui tiga pilar utama: (1) tanggung jawab preventif berupa verifikasi penjual, kurasi konten, dan penguatan sistem keamanan; (2) tanggung jawab kuratif melalui penyediaan mekanisme pengaduan yang cepat, transparan, dan berbasis Online Dispute Resolution (ODR); serta (3) tanggung jawab kompensatif berupa jaminan pengembalian dana dan ganti rugi yang efektif bagi konsumen.

Implikasi kebijakan dari penelitian ini adalah perlunya penajaman regulasi turunan yang secara eksplisit mengatur standar kewajiban platform, termasuk due diligence terhadap penjual, kewajiban transparansi informasi, serta skema pembuktian yang mempermudah konsumen (reversal of burden of proof dalam kondisi tertentu). Selain itu, penguatan kapasitas lembaga pengawas, integrasi sistem pengaduan lintas platform, serta kampanye literasi digital menjadi prasyarat penting untuk meningkatkan efektivitas perlindungan.

Dengan demikian, transformasi menuju model shared liability tidak hanya berorientasi pada penegasan norma, tetapi juga pada perbaikan desain sistem (by design) dalam ekosistem e-commerce. Pendekatan ini diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan (trust) konsumen, menciptakan kepastian hukum, serta mendorong pertumbuhan ekonomi digital yang berkelanjutan dan berkeadilan.

Daftar Pustaka

- [1] Andini, C., Rahma, T. I. F., & Atika, A. (2025). Tanggung jawab hukum atas produk cacat dalam transaksi e-commerce di Indonesia. *Jurnal Hukum Bisnis Digital*, 4(2), 123–138.
- [2] Daud, E. Z., & Suyanto, H. (2024). The legal protection on consumers of e-commerce transactions in Indonesia. *Journal of Law and Digital Economy*, 3(1), 45–60.
- [3] Dewi, D. K., & Mahuli, J. I. (2025). Perlindungan hukum terhadap konsumen di era ekonomi digital. *Jurnal Rechtsvinding*, 14(1), 67–82.
- [4] Halim, M. A. (2023). Tanggung jawab hukum platform digital terhadap perlindungan konsumen. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, 53(2), 201–220.
- [5] Ikhsan, M. (2022). Hukum ekonomi digital dan tanggung jawab platform dalam sistem perdagangan elektronik. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 19(3), 321–335.
- [6] Majida, A. S. (2025). Perlindungan hukum konsumen dalam perdagangan elektronik di Indonesia: Analisis tanggung jawab platform dan penjual. *Jurnal Hukum Teknologi*, 2(1), 1–15.
- [7] Pohan, M. A., & Nasution, R. D. (2023). Hukum perlindungan data pribadi di era digital di Indonesia. *Jurnal Ilmu Hukum*, 18(2), 89–104.
- [8] Shidarta. (2019). *Hukum perlindungan konsumen Indonesia (Edisi revisi)*. Jakarta: Grasindo.
- [9] Subagyono, A., Fadhilah, R., & Nurcahyadi, T. (2025). Online dispute resolution (ODR) dalam penyelesaian sengketa konsumen digital. *Jurnal Alternatif Penyelesaian Sengketa*, 6(1), 55–70.
- [10] Nugroho, S. A., & Wahyudi, A. (2023). Perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik: Kajian atas implementasi Undang-Undang ITE dan UUPK di era marketplace. *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, 30(2), 289–312. <https://doi.org/10.20885/iustum.vol30.iss2.art5>
- [11] Hartono, S., & Pratiwi, R. (2024). Tanggung jawab hukum platform e-commerce terhadap kerugian konsumen akibat produk palsu: Perspektif hukum perdata Indonesia. *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 24(1), 45–62. <https://doi.org/10.30641/dejure.2024.v24.45-62>
- [12] Susanto, H., Marlina, L., & Setiawan, B. (2024). Implementasi perlindungan data pribadi konsumen dalam ekosistem perdagangan elektronik pasca berlakunya UU PDP. *Jurnal Rechtsvinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 13(3), 401–420. <https://doi.org/10.33331/rechtsvinding.v13i3.1021>
- [13] Liang, T. P., & Turban, E. (2011). Introduction to the special issue: Social commerce: A research framework for social commerce. *International Journal of Electronic Commerce*, 16(2), 5–14. <https://doi.org/10.2753/JEC1086-4415160201>
- [14] Wibowo, S., Permadi, I., & Rizal, M. (2023). Legal protection framework for e-commerce consumers in Southeast Asia: Comparative analysis of Indonesia, Malaysia, and Thailand. *Asian Journal of Law and Society*, 10(3), 415–438. <https://doi.org/10.1017/als.2023.14>

- [15] Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). Platform liability and consumer redress in digital markets: Toward a regulatory framework for emerging economies. *Journal of Consumer Policy*, 45(4), 521–548. <https://doi.org/10.1007/s10603-022-09518-z>
- [16] Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (8th ed.). Pearson Education.