

TANGGUNG JAWAB MARKETPLACE ATAS KERUGIAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE

Rayhan Mohamad Athallah H. S., Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara,

e-mail: rayhan.205220333@stu.untar.ac.id

Ariawan Gunadi, Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara,

e-mail: ariawang@fh.untar.ac.id

doi: <https://doi.org/10.24843/KS.2025.v13.i09.p17>

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk tanggung jawab marketplace terhadap kerugian konsumen dalam transaksi e-commerce di Indonesia serta mengkaji upaya hukum yang dapat ditempuh konsumen apabila marketplace tidak memenuhi kewajibannya. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan, konseptual, dan kasus, yang didukung data primer melalui wawancara dengan akademisi dan praktisi hukum. Sumber hukum terdiri atas bahan hukum primer berupa Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 jo. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, dilengkapi dengan literatur sekunder dan dokumen terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa marketplace memiliki tanggung jawab hukum yang meliputi tanggung jawab kontraktual melalui mekanisme refund dan return, tanggung jawab preventif melalui verifikasi penjual serta sistem keamanan transaksi, dan tanggung jawab represif berupa kompensasi atau penggantian kerugian. Namun, dalam praktiknya, tanggung jawab marketplace masih terbatas pada aspek administratif sehingga seringkali belum memberikan perlindungan hukum yang efektif bagi konsumen. Konsumen yang dirugikan dapat menempuh upaya hukum non-litigasi melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), litigasi melalui gugatan perdata termasuk class action, maupun administratif melalui pengawasan pemerintah. Selain itu, penyelesaian sengketa elektronik (Online Dispute Resolution/ODR) berpotensi menjadi alternatif penyelesaian yang lebih efisien. Studi ini menegaskan perlunya penguatan regulasi dan mekanisme joint liability antara marketplace dan penjual untuk memastikan perlindungan konsumen yang lebih adil, seimbang, dan sesuai dengan dinamika perdagangan digital di Indonesia.

Kata Kunci: *Tanggung Jawab, Marketplace, Perlindungan Konsumen, Transaksi E-Commerce, Upaya Hukum.*

ABSTRACT

This study aims to analyze the form of marketplace responsibility for consumer losses in e-commerce transactions in Indonesia and examine the legal remedies that consumers can take if the marketplace does not fulfill its obligations. The research method used is normative legal research with a statutory, conceptual, and case approach, supported by primary data through interviews with academics and legal practitioners. Legal sources consist of primary legal materials in the form of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection, Law Number 11 of 2008 in conjunction with Law Number 19 of 2016 concerning Electronic Information and Transactions, and Government Regulation Number 80 of 2019 concerning Trading Through Electronic Systems, supplemented by secondary literature and related documents. The research results show that marketplaces have legal responsibilities that include contractual responsibilities through refund and return mechanisms, preventive responsibilities through seller verification and transaction security systems, and repressive responsibilities in the form of compensation or restitution. However, in practice, marketplace responsibilities are still limited to

administrative aspects, often not providing effective legal protection for consumers. Aggrieved consumers can pursue non-litigation legal remedies through the Consumer Dispute Resolution Agency (BPSK), litigation through civil lawsuits including class actions, or administrative remedies through government supervision. In addition, electronic dispute resolution (ODR) has the potential to be a more efficient alternative resolution. This study emphasizes the need to strengthen regulations and joint liability mechanisms between marketplaces and sellers to ensure fairer, more balanced consumer protection, in line with the dynamics of digital commerce in Indonesia.

Keywords: *Responsibility, Marketplace, Consumer Protection, E-Commerce Transactions, Legal Action.*

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah paradigma perdagangan konvensional menuju era digital yang ditandai dengan munculnya berbagai *platform e-commerce* atau *marketplace*. Di Indonesia, pertumbuhan *marketplace* mengalami peningkatan signifikan, terutama setelah pandemi COVID-19 yang mendorong percepatan adopsi teknologi digital dalam aktivitas ekonomi masyarakat.¹

Platform seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan Lazada telah menjadi bagian integral dari ekosistem ekonomi digital Indonesia, memfasilitasi jutaan transaksi setiap harinya antara penjual dan pembeli yang tersebar di seluruh nusantara. Kehadiran *marketplace* memberikan kemudahan akses perdagangan bagi konsumen dan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), namun di sisi lain menimbulkan kompleksitas hukum baru dalam hubungan multi-pihak antara *marketplace*, penjual, dan konsumen.² Dalam transaksi *e-commerce*, *marketplace* tidak hanya berperan sebagai penyedia platform tetapi juga terlibat aktif dalam berbagai aspek transaksi seperti sistem pembayaran, logistik, jaminan kualitas produk, dan penyelesaian sengketa. Keterlibatan aktif ini menimbulkan pertanyaan mendasar tentang batas dan ruang lingkup tanggung jawab hukum *marketplace* ketika konsumen mengalami kerugian.

Pesatnya pertumbuhan transaksi *e-commerce* di Indonesia menjadikan *marketplace* sebagai salah satu aktor utama dalam sistem perdagangan modern. Berdasarkan laporan berbagai lembaga riset, nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya, bahkan menempatkan Indonesia sebagai salah satu pasar digital terbesar di Asia Tenggara.³ Fenomena ini menunjukkan bahwa *marketplace* tidak hanya berfungsi sebagai sarana jual beli, melainkan juga sebagai entitas yang mengatur mekanisme transaksi, mulai dari sistem pembayaran, penyimpanan dana, hingga pengaturan pengiriman barang. Dengan peran yang begitu dominan, sudah seharusnya *marketplace* memiliki tanggung jawab yang seimbang terhadap perlindungan konsumen. Namun, realitas menunjukkan bahwa banyak

¹ Meilin, Meilin, Natalie Emantonio, Rani Sofia Magdalena, and Angela Wulandari. "Analisis Pertumbuhan Platform Bisnis Digital di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi* 11, no. 1 (2025): 210-220. h. 212.

² Poli, Kevin Jousen Aprilino, Jemmy Sondakh, and Devy KG Sondakh. "Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pasar Digital." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 5, no. 4 (2025): 5995-6009. h. 5998.

³ Sulaiman, Poppie Yolanda, and Arie Kusuma Paksi. "Upaya Presiden Joko Widodo Menjadikan Indonesia sebagai Negara Ekonomi Digital Terbesar di Asia Tenggara President Joko Widodo's Effort to Make Indonesia the Largest Digital Economy In Southeast Asia." *Sciences (JEHSS)* 5, no. 2 (2022): 1226-1233, h. 1230.

konsumen yang dirugikan menghadapi kesulitan dalam menuntut haknya, baik karena lemahnya mekanisme perlindungan yang disediakan *marketplace* maupun karena regulasi yang masih belum tegas mengatur posisi *marketplace* dalam kerangka hukum perlindungan konsumen.⁴

Praktik di lapangan menunjukkan bahwa konsumen kerap mengalami berbagai kerugian dalam transaksi *e-commerce*, mulai dari produk tidak sesuai deskripsi, barang rusak atau cacat, keterlambatan pengiriman, hingga penipuan oleh penjual nakal. Data Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) menunjukkan peningkatan pengaduan konsumen terkait transaksi *e-commerce*, namun penyelesaiannya seringkali terhambat karena ketidakjelasan mengenai pihak mana yang bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen.⁵ *Marketplace* umumnya mengklaim hanya berperan sebagai penyedia *platform* dan mengarahkan konsumen untuk menyelesaikan masalah langsung dengan penjual, padahal dalam praktiknya *marketplace* memiliki kontrol dan pengaruh signifikan terhadap berjalannya transaksi.

Di sisi lain, karakteristik transaksi digital yang bersifat *borderless* (tanpa batas) memperumit penegakan hukum, sebab sering kali penjual berada di wilayah yurisdiksi yang berbeda dengan konsumen.⁶ Dalam konteks ini, *marketplace* seharusnya berperan sebagai pihak yang bertanggung jawab menjamin keamanan dan keadilan transaksi. Akan tetapi, masih terdapat praktik di mana *marketplace* hanya bertindak sebagai perantara pasif tanpa memberikan jaminan ganti rugi secara langsung kepada konsumen. Hal ini menimbulkan disparitas antara idealisme hukum perlindungan konsumen yang diatur dalam UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dengan praktik pelaksanaannya dalam transaksi *e-commerce*.

Dari perspektif hukum, pengaturan mengenai tanggung jawab *marketplace* masih menunjukkan kekosongan dan ketidakjelasan. UUPK yang menjadi payung hukum utama perlindungan konsumen di Indonesia disusun sebelum era digital dan belum mengakomodasi secara komprehensif karakteristik khusus transaksi *e-commerce*. Demikian pula dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang lebih fokus pada aspek teknis dan administratif platform elektronik. Ketidakjelasan regulasi ini menciptakan ketidakpastian hukum bagi konsumen dalam memperoleh perlindungan dan kompensasi atas kerugian yang dialami.

Studi komparatif menunjukkan bahwa berbagai negara telah mengembangkan kerangka hukum yang lebih tegas dalam mengatur tanggung jawab *platform e-commerce*. Uni Eropa melalui *Digital Services Act* telah menetapkan kewajiban *due diligence* bagi platform digital, sementara Tiongkok melalui *E-Commerce Law* secara eksplisit mengatur tanggung jawab platform atas kerugian konsumen dalam kondisi tertentu.⁷ Perbedaan pendekatan regulasi ini menimbulkan urgensi untuk mengkaji

⁴ Mubila, Agung Maghfira, Ikhsan Fadillah, and Helfira Citra. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online (E-Commerce)." *Jurnal Kajian Hukum dan Pendidikan Kewarganegaraan* | E-ISSN: 3089-7084 1, no. 4 (2025): 399-403, h. 401.

⁵ Kirana, Raden Rafika Dwinanda. "Penyelesaian Sengketa Dalam E-Commerce Melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (Berkaca Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen)." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3, no. 2 (2023): 2631-2643, h. 2634.

⁶ Wibowo, Kurniawan Tri, and MH SH. *Aspek Hukum dalam Dunia Digital*. (Banten, Sada Kurnia Pustaka, 2025), h. 56.

⁷ Dewi, Dian Kemala, and Jenda Ingan Mahuli. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen di Era Ekonomi Digital: Analisis terhadap Tanggung Jawab Pelaku Usaha Platform E-

secara mendalam bagaimana konstruksi tanggung jawab hukum marketplace yang tepat dalam konteks hukum Indonesia.

Kompleksitas permasalahan semakin bertambah dengan adanya beragam model bisnis marketplace yang berkembang, mulai dari marketplace murni yang hanya menyediakan platform, marketplace yang juga berperan sebagai penjual langsung, hingga marketplace yang menyediakan jasa tambahan seperti *fulfillment* dan *payment gateway*.⁸ Setiap model bisnis ini memiliki tingkat keterlibatan yang berbeda dalam transaksi, sehingga menuntut pendekatan yang berbeda pula dalam menentukan tanggung jawab hukumnya. Keberagaman model bisnis ini belum diakomodasi secara memadai dalam kerangka hukum yang ada, sehingga menimbulkan kesulitan dalam penerapan prinsip-prinsip tanggung jawab hukum secara konsisten.

Penelitian terdahulu mengenai tanggung jawab marketplace dalam transaksi e-commerce telah dilakukan oleh berbagai akademisi dengan pendekatan dan fokus yang beragam. Penelitian Sari dan Wijaya (2021) mengkaji aspek perlindungan konsumen dalam marketplace dengan fokus pada implementasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen, namun belum secara spesifik menganalisis konstruksi tanggung jawab hukum marketplace sebagai entitas yang berbeda dari penjual.

Gap penelitian yang teridentifikasi menunjukkan bahwa belum ada kajian komprehensif yang mengintegrasikan berbagai teori tanggung jawab hukum dalam konteks spesifik marketplace di Indonesia. Penelitian terdahulu cenderung parsial, baik dari segi cakupan analisis maupun kedalaman kajian teoritis. Selain itu, dinamika perkembangan model bisnis marketplace yang semakin beragam belum diakomodasi dalam penelitian-penelitian sebelumnya, padahal hal ini sangat mempengaruhi konstruksi tanggung jawab hukum yang tepat.

Berdasarkan analisis *state of the art* tersebut, penelitian mengenai tanggung jawab marketplace atas kerugian konsumen dalam transaksi e-commerce menjadi sangat relevan dan mendesak untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat mengisi kekosongan kajian dengan mengintegrasikan berbagai teori tanggung jawab hukum, mengakomodasi keberagaman model bisnis marketplace, dan memberikan kontribusi dalam pengembangan kerangka hukum yang lebih komprehensif dan responsif terhadap dinamika ekonomi digital di Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan kepastian hukum bagi para pihak yang terlibat dalam ekosistem e-commerce sekaligus memperkuat perlindungan konsumen dalam era digital serta posisi marketplace sebagai pelaku usaha yang memiliki kewajiban hukum langsung kepada konsumen serta konsekuensinya dalam perspektif hukum perlindungan konsumen.

Kebaruan (*novelty*) dari penelitian ini terletak pada penekanan analisis terhadap tanggung jawab marketplace bukan hanya sebagai penyedia platform, tetapi juga sebagai pihak yang berkewajiban memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen, dengan menimbang perkembangan praktik perdagangan digital di Indonesia. Oleh karena itu, kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam pengembangan hukum perlindungan konsumen di era digital sekaligus

Commerce." *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society* 5, no. 2 (2025): 48-60, h. 52.

⁸ Silvana, Lutfi Wirananda, Wahyudi Agustiono, and Fifin Ayu Mufarroha. "IMPLEMENTASI PAYMENT GATEWAY PADA MARKETPLACE DIGITAL PRODUCT BERBASIS WEBSITE DENGAN MENGGUNAKAN METODE AGILE." *Journal of Sciencetech Research and Development* 6, no. 2 (2024): 451-464, h. 457.

memperkaya diskursus akademik tentang peran marketplace dalam transaksi e-commerce.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana bentuk tanggung jawab marketplace terhadap kerugian konsumen dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia?
2. Bagaimana upaya hukum yang dapat ditempuh konsumen apabila marketplace tidak menjalankan tanggung jawabnya atas kerugian yang timbul dalam transaksi *e-commerce*?

1.3. Tujuan Penulisan

Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk tanggung jawab marketplace terhadap kerugian konsumen dalam transaksi *e-commerce* berdasarkan kerangka hukum perlindungan konsumen di Indonesia dan mengkaji mekanisme dan upaya hukum yang dapat dilakukan konsumen ketika *marketplace* tidak memenuhi tanggung jawabnya, serta memberikan rekomendasi perbaikan regulasi guna memperkuat perlindungan konsumen di era digital.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), pendekatan konseptual (*conceptual approach*), serta pendekatan kasus (*case approach*). Pemilihan jenis penelitian ini didasarkan pada tujuan untuk menganalisis tanggung jawab marketplace atas kerugian konsumen dalam transaksi e-commerce melalui kajian terhadap norma hukum positif, doktrin hukum, dan praktik penerapannya dalam putusan pengadilan.

Sumber bahan hukum terdiri dari bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan terkait, antara lain Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 jo. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, serta putusan pengadilan yang relevan. Bahan hukum sekunder diperoleh dari literatur, buku, artikel ilmiah, hasil penelitian, dan jurnal nasional maupun internasional⁹ yang berhubungan dengan perlindungan konsumen dan e-commerce. Sedangkan bahan hukum tersier mencakup kamus hukum, ensiklopedia, serta sumber penunjang lainnya.

Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*) dengan cara menelusuri, membaca, dan menganalisis dokumen hukum serta literatur akademik yang relevan. Selain itu, untuk memperkuat hasil penelitian normatif, digunakan pula data primer berupa wawancara dengan akademisi dan praktisi hukum yang memiliki kompetensi di bidang hukum perlindungan konsumen dan transaksi elektronik. Teknik pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur sehingga peneliti dapat menggali pandangan yang lebih mendalam.

⁹ Susanti, Dyah Ochtorina, M. Sh, A'an Efendi, and MH SH. *Penelitian Hukum: Legal Research*. (Jakarta, Sinar Grafika, 2022), h. 46.

Metode analisis bahan hukum menggunakan teknik deskriptif-analitis dengan menafsirkan ketentuan hukum positif yang berlaku, membandingkannya dengan doktrin serta praktik yang ada, dan mengkaji kesesuaiannya dengan asas perlindungan konsumen. Sedangkan data primer dianalisis secara kualitatif dengan menekankan pada validitas, konsistensi, serta relevansinya terhadap persoalan yang diteliti. Dengan demikian, kombinasi analisis bahan hukum dan data primer diharapkan mampu menghasilkan argumentasi akademik yang kuat mengenai tanggung jawab marketplace atas kerugian konsumen dalam transaksi e-commerce di Indonesia.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Bentuk Tanggung Jawab Marketplace Terhadap Kerugian Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia

Marketplace sebagai penyelenggara transaksi perdagangan berbasis elektronik memiliki peranan penting dalam menjembatani hubungan antara penjual dan pembeli.¹⁰ Namun, dalam praktiknya sering terjadi permasalahan berupa kerugian konsumen, misalnya produk yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi, barang cacat, keterlambatan pengiriman, hingga penipuan oleh penjual. Oleh karena itu, penting untuk menelaah bentuk tanggung jawab marketplace terhadap kerugian konsumen dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia.

Secara normatif, tanggung jawab marketplace dapat ditinjau dari perspektif UUPK dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 jo. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). UUPK mengatur bahwa “pelaku usaha wajib memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian yang dialami konsumen akibat mengonsumsi barang atau jasa yang diperdagangkan” (Pasal 19 UUPK).¹¹ Ketentuan ini diperkuat oleh Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE), yang secara eksplisit mewajibkan pelaku usaha dalam sistem elektronik, termasuk *marketplace*, untuk menjamin terpenuhinya hak-hak konsumen. *Marketplace* sebagai penyedia sarana perdagangan elektronik tergolong sebagai pelaku usaha, sehingga turut memikul tanggung jawab terhadap keamanan dan kepastian hukum bagi konsumen.¹²

Dalam praktiknya, bentuk tanggung jawab marketplace di Indonesia dapat dibagi menjadi tiga model. Pertama, tanggung jawab kontraktual yang dituangkan melalui *terms and conditions* di setiap *platform marketplace*.¹³ Pada umumnya, marketplace mengatur mekanisme pengaduan, kebijakan pengembalian barang (*return policy*), serta sistem *refund*. Hal ini menjadi dasar bagi konsumen untuk menuntut pemulihan kerugian. Kedua, tanggung jawab berdasarkan prinsip *strict liability*, di

¹⁰ Halim, Abdul. “Tanggung Jawab Penyedia Platform E-Commerce Dalam Melindungi Transaksi Jual Beli Melalui Platform E-Commerce.” *Jurnal Notarius* 2, no. 1 (2023): 1-10, h. 3.

¹¹ Nainggolan, Ibrahim. “Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha E-Commerce Ditinjau Dari Hukum Positif Indonesia.” In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, vol. 2, no. 1, pp. 1060-1067. 2021, h. 1064.

¹² Moha, Mohamad Rivaldi, Sukarmi Sukarmi, and Afifah Kusumadara. “Urgensi Pendaftaran Penyelenggara Sistem Elektronik Bagi Pelaku Usaha E-Commerce.” *Jambura Law Review* 2, no. 2 (2020): 101-119, h. 105.

¹³ Aini, Farra Hurul, Muhammad Rinaldy Bima, and Andi Risma. “Analisis Tanggung Jawab Konsumen Terhadap Metode Pembayaran Cash on Delivery (COD) pada Transaksi Jual Beli di E-Commerce.” *LEGAL DIALOGICA* 1, no. 1 (2025): 1-10, h. 4.

mana marketplace dapat dimintai pertanggungjawaban meskipun kerugian konsumen timbul akibat pihak ketiga (penjual), karena marketplace dianggap memiliki kendali atas transaksi yang berlangsung di platform-nya.¹⁴ Ketiga, tanggung jawab preventif, berupa kewajiban marketplace menyediakan sistem keamanan data, verifikasi penjual, dan mekanisme penyelesaian sengketa secara daring untuk mencegah terjadinya kerugian lebih lanjut.¹⁵ Dari hasil kajian, bentuk tanggung jawab *marketplace* terhadap kerugian konsumen dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia dapat diuraikan ke dalam beberapa aspek:¹⁶

a. Tanggung jawab hukum normatif

Marketplace berkewajiban menjamin keamanan, keaslian, dan kejelasan informasi barang/jasa yang ditawarkan di platform. Kewajiban ini termasuk memastikan bahwa penjual yang bergabung telah diverifikasi secara identitas maupun legalitasnya. Apabila *marketplace* lalai dalam melakukan verifikasi sehingga konsumen dirugikan, *marketplace* dapat dimintai tanggung jawab hukum.

b. Tanggung jawab kontraktual

Setiap marketplace di Indonesia memiliki syarat dan ketentuan yang mengikat konsumen dan penjual. Tanggung jawab kontraktual biasanya terlihat dalam mekanisme *refund* (pengembalian dana), *return* (pengembalian barang), dan *buyer protection*. Namun, kelemahannya adalah klausul kontraktual tersebut sering kali cenderung melindungi marketplace daripada konsumen, sehingga posisi konsumen tetap lemah.

c. Tanggung jawab berdasarkan prinsip kehati-hatian (*due diligence*)

Marketplace harus menjalankan prinsip kehati-hatian dengan memastikan tidak adanya barang terlarang, palsu, atau berbahaya yang diperdagangkan. Apabila marketplace tidak melakukan pengawasan yang memadai, maka kerugian konsumen dapat dialamatkan kepada marketplace sebagai bentuk kelalaian.

d. Tanggung jawab preventif dan represif

Marketplace memiliki tanggung jawab preventif dengan menyediakan sistem keamanan transaksi, pengawasan konten iklan, dan layanan penyelesaian sengketa secara cepat. Sementara tanggung jawab represif ditunjukkan dengan kompensasi atau penggantian kerugian melalui mekanisme *dispute settlement* internal maupun lembaga penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan.

Dalam praktik penyelenggaraan *e-commerce* di Indonesia, *marketplace* telah mengembangkan berbagai mekanisme untuk memenuhi tanggung jawab mereka terhadap konsumen. Sistem *escrow* atau rekening bersama telah menjadi standar industri dimana pembayaran konsumen ditahan oleh marketplace hingga barang

¹⁴ Su, Bok Rok, Gunardi Lie, and Moody Rizqy Syailendra Putra. "Kekosongan Hukum dan Ketidakjelasan Tanggung Jawab Platform E-Commerce Atas Produk Ilegal dalam Transaksi Digital." *Jurnal Hukum Lex Generalis* 6, no. 4 (2025): 1-16, h. 7.

¹⁵ Rahmawati, Sarah Putri, and Hudi Yusuf. "PENANGANAN RISIKO KEJAHATAN SIBER PADA TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE (E-COMMERCE) DALAM PERSPEKTIF KITAB UNDANG-UNDANG HUKUM DAGANG." *Jurnal Intelek Insan Cendikia* 1, no. 5 (2024): 1721-1730, h. 1725.

¹⁶ Djamaludin, Samsul, and Fokky Fuad. "Pertanggungjawaban Hukum Marketplace di Indonesia terkait Pelanggaran Hak Cipta: Tantangan, Regulasi, dan Upaya Pencegahan dalam Era E-Commerce." *Unes law review* 6, no. 3 (2024): 7980-7982, h. 7981.

diterima dengan baik, memberikan jaminan keamanan bagi kedua belah pihak. Program *buyer protection* yang diterapkan oleh marketplace-marketplace besar seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak mencakup garansi pengembalian dana untuk kasus barang tidak sesuai, rusak, atau tidak dikirim oleh penjual. Selain itu, marketplace juga telah mengimplementasikan sistem *customer service 24/7, live chat*, dan *call center* untuk menangani keluhan dan permasalahan konsumen *secara real-time*. Mekanisme rating dan review yang terintegrasi juga berfungsi sebagai bentuk akuntabilitas publik dimana reputasi merchant dapat diawasi oleh komunitas pengguna.¹⁷

Meskipun berbagai mekanisme telah diterapkan, masih terdapat keterbatasan dalam implementasi tanggung jawab marketplace terhadap kerugian konsumen.¹⁸ Pertama, kompleksitas rantai distribusi dalam e-commerce seringkali mempersulit penentuan pihak yang bertanggung jawab ketika terjadi kerugian, terutama dalam kasus yang melibatkan *multiple parties* seperti *supplier, merchant, kurir*, dan marketplace itu sendiri. Kedua, keterbatasan kemampuan marketplace dalam melakukan kontrol kualitas terhadap jutaan produk yang dipasarkan melalui platform mereka, mengingat model bisnis marketplace yang bersifat *intermediary* atau perantara. Ketiga, kesenjangan digital dan literasi hukum konsumen yang masih rendah menyebabkan banyak konsumen tidak mengetahui hak-hak mereka atau cara mengakses mekanisme perlindungan yang tersedia.

Implementasi tanggung jawab marketplace juga sering kali masih terbatas. Banyak kasus menunjukkan bahwa marketplace hanya bertindak sebagai perantara (*intermediary*) dan melepaskan diri dari tanggung jawab penuh atas kerugian konsumen, dengan alasan bahwa hubungan hukum secara langsung terjadi antara penjual dan pembeli. Hal ini menimbulkan ketidakpastian hukum bagi konsumen, karena perlindungan yang diberikan marketplace bersifat administratif, bukan substantif.¹⁹

Analisis komparatif dengan praktik internasional menunjukkan bahwa pendekatan Indonesia terhadap tanggung jawab marketplace masih dalam tahap perkembangan dibandingkan dengan negara-negara maju. Di Uni Eropa, *Digital Services Act* dan *Consumer Rights Directive* memberikan kerangka hukum yang jelas mengenai kewajiban platform digital termasuk marketplace untuk memastikan transparansi, akuntabilitas, dan perlindungan konsumen. Amerika Serikat melalui *Section 230 Communications Decency Act* memberikan perlindungan hukum bagi platform terhadap konten yang dibuat pengguna, namun tetap membebankan tanggung jawab dalam hal keamanan transaksi dan perlindungan data.²⁰ China dengan *E-Commerce Law* yang disahkan tahun 2019 menetapkan kewajiban yang sangat

¹⁷ Rohayati, Eti, A. Kumedi Jaâ, and Liky Faizal. "Sistem Retur Barang Pada Program Garansi Bebas Pengembalian di E-Commerce Shopee Perspektif Khiyar Syarat." *Justicia Sains: Jurnal Ilmu Hukum* 10, no. 1 (2025): 68-80, h. 72.

¹⁸ Pembayun, Eys Putri, and Arifin Faqih Gunawan. "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Digital: Tinjauan terhadap Implementasi UU Perlindungan Konsumen di Marketplace." *Jurnal Fakta Hukum* 3, no. 2 (2025): 84-94, h. 86.

¹⁹ Rezkiyanti, Dian Tirtha, and Wahyudi Wahyudi. "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Proses Transaksi Jual Beli secara Online di Marketplace." *Dialog Legal: Jurnal Syariah, Jurisprudensi dan Tata Negara* 1, no. 2 (2025): 89-98, h. 92

²⁰ Borneva, Ivan. "KENDALA AMERIKA SERIKAT DALAM MEREGULASI PERUSAHAAN MEDIA SOSIAL META PLATFORMS." *Indonesian Journal of International Relations* 8, no. 2 (2024): 433-451, h. 439

spesifik bagi platform e-commerce termasuk kewajiban *joint liability* dalam kasus tertentu dimana platform dapat dimintai pertanggungjawaban bersama dengan merchant atas kerugian konsumen.²¹

Bentuk tanggung jawab marketplace di Indonesia seharusnya tidak hanya sebatas sebagai fasilitator transaksi, tetapi juga harus aktif dalam memberikan perlindungan hukum yang nyata bagi konsumen. Hal ini sejalan dengan asas kepastian hukum dan keadilan dalam UUPK. Ke depan, diperlukan regulasi yang lebih tegas mengenai kewajiban *marketplace* dalam menanggung kerugian konsumen, termasuk mekanisme tanggung jawab bersama (*joint liability*) antara marketplace dengan penjual, agar tercipta keseimbangan dalam transaksi e-commerce di Indonesia.

3.2 Upaya Hukum yang Dapat Ditempuh Konsumen Apabila Marketplace Tidak Menjalankan Tanggung Jawabnya Atas Kerugian Yang Timbul Dalam Transaksi E-Commerce

Perkembangan transaksi *e-commerce* melalui *marketplace* di Indonesia memberikan kemudahan dan efisiensi dalam aktivitas jual beli, namun pada praktiknya sering timbul permasalahan berupa kerugian konsumen akibat barang tidak sesuai deskripsi, barang rusak, barang tidak dikirim, hingga penyalahgunaan data pribadi. Permasalahan semakin kompleks ketika marketplace sebagai penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik (PPMSE) tidak menjalankan tanggung jawabnya untuk memberikan ganti rugi atau menyelesaikan sengketa konsumen.²² Dalam situasi demikian, konsumen memiliki sejumlah upaya hukum yang dapat ditempuh, baik melalui mekanisme non-litigasi maupun litigasi.

Pertama, upaya non-litigasi dapat dilakukan melalui mekanisme pengaduan kepada pelaku usaha dan penyelesaian sengketa konsumen melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Berdasarkan UUPK, konsumen berhak mengajukan pengaduan apabila marketplace lalai dalam memenuhi tanggung jawabnya. BPSK memiliki kewenangan menyelesaikan sengketa konsumen melalui mediasi, konsiliasi, maupun arbitrase dengan sifat penyelesaian yang cepat, murah, dan sederhana.²³ Selain itu, konsumen juga dapat memanfaatkan kanal pengaduan resmi dari pemerintah, seperti Direktorat Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (PKTN) Kementerian Perdagangan, atau melalui platform *Online Dispute Resolution* (ODR) yang saat ini mulai dikembangkan.

Kedua, upaya litigasi dapat ditempuh konsumen melalui jalur peradilan umum. Konsumen dapat mengajukan gugatan perdata terhadap marketplace dengan dasar wanprestasi atau perbuatan melawan hukum (PMH) apabila marketplace tidak melaksanakan kewajiban ganti rugi sebagaimana diatur dalam Pasal 19 ayat (1) dan (2) UUPK.²⁴ Pasal tersebut menegaskan bahwa pelaku usaha, termasuk marketplace, wajib

²¹ Halim, Etania Fajarani. "Perlindungan hukum data pribadi pembeli di perdagangan secara elektronik (e-commerce) di Indonesia." *Jurnal Hukum Visio Justisia* 2, no. 1 (2022): 1-22, h. 4.

²² Pratiwi, Dinda, and Rianda Dirkareshza. "Pengelabuan Informasi Harga di E-Commerce Terhadap Konsumen Melalui Flash Sale." *Jurnal Ius Constituendum* 8, no. 3 (2023): 406-423, h. 411.

²³ Tauhiddah, Titia, Busyra Azheri, and Yussy Mannas. "Kewenangan Penyelesaian Sengketa Konsumen Lembaga Pembiayaan Antara Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Dengan Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa (LAPS)." *De Lega Lata: Jurnal Ilmu Hukum* 5, no. 1 (2020): 94-105, h. 96.

²⁴ Prasetyo, Dossy Iskandar, and Karim Karim. "PENERAPAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP KONSUMEN YANG DIRUGIKAN OLEH MARKETPLACE

memberikan ganti rugi atas kerugian yang dialami konsumen. Selain gugatan perorangan, konsumen juga dapat menempuh *class action* apabila kerugian yang terjadi menimpa banyak pihak secara bersama-sama. Di samping itu, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) berhak mengajukan gugatan kelompok (*legal standing*) demi kepentingan konsumen yang dirugikan.

Ketiga, konsumen juga dapat menempuh upaya administratif melalui Otoritas Jasa Keuangan (OJK) apabila transaksi terkait layanan keuangan digital di marketplace, atau melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) terkait aspek penyelenggaraan sistem elektronik. Hal ini sesuai dengan ketentuan UU ITE beserta perubahannya, yang mewajibkan penyelenggara sistem elektronik untuk bertanggung jawab atas beroperasinya sistem secara andal dan aman, termasuk perlindungan data pribadi konsumen.²⁵

Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce pada prinsipnya telah tersedia dalam UUPK, UU ITE, maupun regulasi turunan terkait perdagangan elektronik. Namun, efektivitas perlindungan hukum tersebut masih menghadapi kendala dalam implementasi, antara lain kurangnya kesadaran konsumen terhadap hak-haknya, lemahnya pengawasan pemerintah terhadap marketplace, serta tidak seimbang posisi tawar antara konsumen dan marketplace. Oleh karena itu, dibutuhkan sinergi antara instrumen hukum preventif, represif, dan administratif untuk memastikan marketplace menjalankan tanggung jawabnya.

Konsumen memiliki berbagai jalur upaya hukum, mulai dari pengaduan internal marketplace, penyelesaian melalui BPSK, pengajuan gugatan ke pengadilan, hingga melibatkan lembaga pengawas seperti Kominfo dan OJK. Akan tetapi, efektivitas dari upaya hukum tersebut sangat bergantung pada kesadaran hukum konsumen, keberanian dalam menuntut haknya, serta konsistensi penegakan hukum oleh aparat berwenang.

Dalam praktiknya, upaya hukum konsumen terhadap marketplace yang lalai menjalankan tanggung jawabnya sering terkendala oleh klausula baku yang ditetapkan oleh marketplace. Klausula baku tersebut umumnya terdapat dalam *terms and conditions* atau perjanjian elektronik yang mengikat konsumen sejak pertama kali menggunakan platform.²⁶ Banyak di antaranya memuat ketentuan yang cenderung merugikan konsumen, misalnya pembatasan tanggung jawab marketplace hanya sebatas fasilitator tanpa kewajiban untuk mengganti kerugian. Hal ini jelas bertentangan dengan Pasal 18 UUPK yang melarang pencantuman klausula baku yang merugikan konsumen.

Selain itu, dalam konteks transaksi lintas batas (*cross-border e-commerce*), permasalahan menjadi semakin kompleks karena melibatkan perbedaan yurisdiksi hukum. Konsumen yang mengalami kerugian dari transaksi dengan penjual luar negeri melalui marketplace Indonesia menghadapi hambatan yurisdiksi untuk menggugat. Dalam kondisi demikian, peran negara melalui regulasi dan penguatan kerja sama internasional sangat diperlukan agar konsumen tetap terlindungi.

PADA TRANSAKSI E-COMMERCE." *JUDIACIARY Hukum & Keadilan* 9, no. 1 (2020): 1-12, h. 6.

²⁵ Windani, Sri, and Ayu Widiani. "IMPLIKASI HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI KEUANGAN DIGITAL DAN PENINJAUAN PERATURAN PERBANKAN." *Lex Lectio Law Journal* 3, no. 2 (2024): 106-117, h. 109.

²⁶ Haqi, Dandy Agam, and Made Warka. "Upaya Hukum Dalam Transaksi Mystery Box Pada Marketplace Untuk Perlindungan Konsumen." *PEMULIAAN HUKUM* 6, no. 1 (2023): 19-37, h. 23.

Dari aspek teoritis, upaya hukum konsumen dapat dianalisis melalui teori perlindungan hukum oleh Satjipto Rahardjo, yang menyatakan bahwa “hukum hadir untuk memberikan perlindungan kepada masyarakat, terutama pihak yang lemah dalam suatu hubungan hukum”. Dalam hal ini, konsumen berada pada posisi lemah dibanding marketplace yang memiliki kontrol atas informasi, perjanjian, dan mekanisme transaksi. Maka, hukum harus memberikan perlindungan yang efektif melalui instrumen perundang-undangan dan mekanisme penyelesaian sengketa.²⁷

Dari aspek praktik, masih terdapat kelemahan dalam efektivitas upaya hukum. Misalnya, BPSK yang seharusnya menjadi garda terdepan dalam menyelesaikan sengketa konsumen, dalam praktiknya sering menghadapi keterbatasan kewenangan, sumber daya, dan belum optimalnya akses digital untuk melayani sengketa e-commerce. Hal ini berdampak pada rendahnya minat konsumen untuk membawa perkaranya ke BPSK. Di sisi lain, upaya litigasi melalui pengadilan dianggap memakan waktu dan biaya yang besar sehingga konsumen lebih memilih untuk mengikhhlaskan kerugiannya daripada menempuh jalur hukum. Selain itu, terdapat hambatan regulasi di mana regulasi terkait tanggung jawab marketplace masih menimbulkan multitafsir, terutama dalam kaitannya dengan peran sebagai penyelenggara sistem elektronik (PSE) serta lemahnya pengawasan pemerintah terhadap kepatuhan marketplace dalam memberikan perlindungan konsumen.

Namun, terdapat pula perkembangan positif dengan adanya inovasi penyelesaian sengketa secara elektronik melalui *Online Dispute Resolution* (ODR). ODR memungkinkan penyelesaian sengketa konsumen dilakukan secara daring tanpa harus bertatap muka, sehingga lebih sesuai dengan karakter transaksi e-commerce. Pemerintah melalui Kominfo dan Kementerian Perdagangan perlu mempercepat penguatan ODR agar menjadi alternatif yang efektif dan efisien.²⁸

Dengan demikian, hasil dan pembahasan ini menegaskan bahwa upaya hukum konsumen terhadap marketplace yang lalai menjalankan tanggung jawabnya tidak hanya terbatas pada jalur litigasi, tetapi juga dapat ditempuh melalui instrumen non-litigasi, administratif, maupun digital. Namun, agar mekanisme tersebut benar-benar efektif, diperlukan: (1) Penegakan regulasi mengenai tanggung jawab marketplace sebagai pelaku usaha; (2) Penguatan kelembagaan BPSK dan perluasan kewenangannya dalam menangani sengketa e-commerce; (3) Pengembangan ODR yang terintegrasi dengan sistem marketplace; serta (4) Peningkatan edukasi hukum bagi konsumen agar berani menuntut haknya.

4. Kesimpulan

Marketplace sebagai pelaku usaha dalam sistem perdagangan elektronik memiliki tanggung jawab hukum atas kerugian konsumen sebagaimana diatur dalam UUPK dan PP PMSE. Bentuk tanggung jawab tersebut mencakup tanggung jawab kontraktual melalui mekanisme *refund* dan *return*, tanggung jawab preventif melalui verifikasi penjual dan pengawasan iklan, serta tanggung jawab represif berupa kompensasi atau penggantian kerugian. Namun, praktik tanggung jawab *marketplace*

²⁷ Nur, Sadath M. “UPAYA PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MELALUI ELECTRONIK COMMERCE.” *Jurnal Taksonomi Hukum* 1, no. 1 (2024): 32-50, h. 41.

²⁸ Muarif, Saiful. “Transformasi Penyelesaian Sengketa Perdata Melalui Online Dispute Resolution (Odr): Tinjauan Efektivitas Pengadilan Virtual di Indonesia Tahun 2025.” *Law, Development and Justice Review* 8, no. 1 (2025): 69-84, h. 73.

di Indonesia masih terbatas dan cenderung administratif, sehingga perlindungan konsumen belum optimal. Oleh karena itu, diperlukan regulasi yang lebih tegas, termasuk penerapan *joint liability* antara marketplace dan penjual, agar konsumen memperoleh perlindungan hukum yang lebih efektif dan berkeadilan.

Konsumen yang dirugikan memiliki berbagai jalur upaya hukum, baik non-litigasi melalui pengaduan dan BPSK, litigasi melalui gugatan perdata termasuk *class action*, administratif melalui lembaga pemerintah, maupun inovatif melalui *Online Dispute Resolution* (ODR). Namun, efektivitas upaya hukum tersebut masih terkendala lemahnya aksesibilitas, multitafsir regulasi, dan rendahnya kesadaran hukum konsumen. Oleh karena itu, perlu penguatan regulasi, kelembagaan, serta literasi hukum agar perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce lebih efektif, adil, dan seimbang.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Susanti, Dyah Ochtorina, M. Sh, A'an Efendi, and MH SH. *Penelitian Hukum: Legal Research*. (Jakarta, Sinar Grafika, 2022).
- Wibowo, Kurniawan Tri, and MH SH. *Aspek Hukum dalam Dunia Digital*. (Banten, Sada Kurnia Pustaka, 2025).

Jurnal

- Aini, Farra Hurul, Muhammad Rinaldy Bima, and Andi Risma. "Analisis Tanggung Jawab Konsumen Terhadap Metode Pembayaran Cash on Delivery (COD) pada Transaksi Jual Beli di E-Commerce." *LEGAL DIALOGICA* 1, no. 1 (2025): 1-10.
- Borneva, Ivan. "KENDALA AMERIKA SERIKAT DALAM MEREGULASI PERUSAHAAN MEDIA SOSIAL META PLATFORMS." *Indonesian Journal of International Relations* 8, no. 2 (2024): 433-451.
- Dewi, Dian Kemala, and Jenda Ingan Mahuli. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen di Era Ekonomi Digital: Analisis terhadap Tanggung Jawab Pelaku Usaha Platform E-Commerce." *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society* 5, no. 2 (2025): 48-60.
- Djamaludin, Samsul, and Fokky Fuad. "Pertanggungjawaban Hukum Marketplace di Indonesia terkait Pelanggaran Hak Cipta: Tantangan, Regulasi, dan Upaya Pencegahan dalam Era E-Commerce." *Unes law review* 6, no. 3 (2024): 7980-7982.
- Halim, Abdul. "Tanggung Jawab Penyedia Platform E-Commerce Dalam Melindungi Transaksi Jual Beli Melalui Platform E-Commerce." *Jurnal Notarius* 2, no. 1 (2023): 1-10.
- Halim, Etania Fajarani. "Perlindungan hukum data pribadi pembeli di perdagangan secara elektronik (e-commerce) di Indonesia." *Jurnal Hukum Visio Justisia* 2, no. 1 (2022): 1-22.
- Haqi, Dandy Agam, and Made Warka. "Upaya Hukum Dalam Transaksi Mystery Box Pada Marketplace Untuk Perlindungan Konsumen." *PEMULIAAN HUKUM* 6, no. 1 (2023): 19-37.
- Kirana, Raden Rafika Dwinanda. "Penyelesaian Sengketa Dalam E-Commerce Melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (Berkaca Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen)." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3, no. 2 (2023): 2631-2643.

- Meilin, Meilin, Natalie Emantonio, Rani Sofia Magdalena, and Angela Wulandari. "Analisis Pertumbuhan Platform Bisnis Digital di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi* 11, no. 1 (2025): 210-220.
- Moha, Mohamad Rivaldi, Sukarmi Sukarmi, and Afifah Kusumadara. "Urgensi Pendaftaran Penyelenggara Sistem Elektronik Bagi Pelaku Usaha E-Commerce." *Jambura Law Review* 2, no. 2 (2020): 101-119.
- Muarif, Saiful. "Transformasi Penyelesaian Sengketa Perdata Melalui Online Dispute Resolution (Odr): Tinjauan Efektivitas Pengadilan Virtual Di Indonesia Tahun 2025." *Law, Development and Justice Review* 8, no. 1 (2025): 69-84.
- Mubila, Agung Maghfira, Ikhsan Fadillah, and Helfira Citra. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online (E-Commerce)." *Jurnal Kajian Hukum dan Pendidikan Kewarganegaraan* | E-ISSN: 3089-7084 1, no. 4 (2025): 399-403.
- Nainggolan, Ibrahim. "Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha E-Commerce Ditinjau Dari Hukum Positif Indonesia." In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, vol. 2, no. 1, pp. 1060-1067. 2021.
- Nur, Sadath M. "UPAYA PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MELALUI ELECTRONIK COMMERCE." *Jurnal Taksonomi Hukum* 1, no. 1 (2024): 32-50.
- Pembayun, Eys Putri, and Arifin Faqih Gunawan. "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Digital: Tinjauan terhadap Implementasi UU Perlindungan Konsumen di Marketplance." *Jurnal Fakta Hukum* 3, no. 2 (2025): 84-94.
- Poli, Kevin Jousen Aprilino, Jemmy Sondakh, and Devy KG Sondakh. "Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pasar Digital." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 5, no. 4 (2025): 5995-6009.
- Prasetyo, Dossy Iskandar, and Karim Karim. "PENERAPAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP KONSUMEN YANG DIRUGIKAN OLEH MARKETPLACE PADA TRANSAKSI E-COMMERCE." *JUDIACIARY Hukum & Keadilan* 9, no. 1 (2020): 1-12.
- Pratiwi, Dinda, and Rianda Dirkareshza. "Pengelabuan Informasi Harga Di E-Commerce Terhadap Konsumen Melalui Flash Sale." *Jurnal Ius Constituendum* 8, no. 3 (2023): 406-423.
- Rahmawati, Sarah Putri, and Hudi Yusuf. "PENANGANAN RISIKO KEJAHATAN SIBER PADA TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE (E-COMMERCE) DALAM PERSPEKTIF KITAB UNDANG-UNDANG HUKUM DAGANG." *Jurnal Intelek Insan Cendikia* 1, no. 5 (2024): 1721-1730.
- Rezkiyanti, Dian Tirtha, and Wahyudi Wahyudi. "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Proses Transaksi Jual Beli secara Online di Marketplance." *Dialog Legal: Jurnal Syariah, Jurisprudensi dan Tata Negara* 1, no. 2 (2025): 89-98.
- Rohayati, Eti, A. Kumedi Jaâ, and Liky Faizal. "Sistem Retur Barang Pada Program Garansi Bebas Pengembalian di E-Commerce Shopee Perspektif Khiyar Syarat." *Justicia Sains: Jurnal Ilmu Hukum* 10, no. 1 (2025): 68-80.
- Silvana, Lutfi Wirananda, Wahyudi Agustiono, and Fifin Ayu Mufarroha. "IMPLEMENTASI PAYMENT GATEWAY PADA MARKETPLACE DIGITAL PRODUCT BERBASIS WEBSITE DENGAN MENGGUNAKAN METODE AGILE." *Journal of Sciencetech Research and Development* 6, no. 2 (2024): 451-464.

- Su, Bok Rok, Gunardi Lie, and Moody Rizqy Syailendra Putra. "Kekosongan Hukum dan Ketidakjelasan Tanggung Jawab Platform E-Commerce Atas Produk Ilegal dalam Transaksi Digital." *Jurnal Hukum Lex Generalis* 6, no. 4 (2025): 1-16.
- Sulaiman, Poppie Yolanda, and Arie Kusuma Paksi. "Upaya Presiden Joko Widodo Menjadikan Indonesia sebagai Negara Ekonomi Digital Terbesar di Asia Tenggara President Joko Widodo's Effort To Make Indonesia The Largest Digital Economy In Southeast Asia." *Sciences (JEHSS)* 5, no. 2 (2022): 1226-1233.
- Tauhiddah, Titia, Busyra Azheri, and Yussy Mannas. "Kewenangan Penyelesaian Sengketa Konsumen Lembaga Pembiayaan Antara Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Dengan Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa (LAPS)." *De Lega Lata: Jurnal Ilmu Hukum* 5, no. 1 (2020): 94-105.
- Windani, Sri, and Ayu Widiani. "IMPLIKASI HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI KEUANGAN DIGITAL DAN PENINJAUAN PERATURAN PERBANKAN." *Lex Lectio Law Journal* 3, no. 2 (2024): 106-117.

Peraturan Perundang-Undangan

- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821.
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843.
- Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 251, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5952.
- Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 222, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6411.