

WANPRESTASI OLEH PELAKU USAHA DIGITAL: STUDI PERLINDUNGAN KONSUMEN DI PLATFORM E-COMMERCE

Muhammad Zidan Asy Syakur ^{*1}

Muhammad Daffa Ananta ²

Audri Razan Anargya ³

Dwi Aryanti Ramadhani ⁴

^{1,2,3,4} Fakultas Hukum, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta

Jl. RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 12450

*e-mail: 2310611023@mahasiswa.upnvj.ac.id, 2310611003@mahasiswa.upnvj.ac.id,
2310611038@mahasiswa.upnvj.ac.id, dwiaryanti@upnvj.ac.id

Abstrak

Perkembangan e-commerce telah mempermudah aktivitas jual beli, namun turut meningkatkan potensi wanprestasi oleh pelaku usaha digital, seperti keterlambatan pengiriman, barang tidak sesuai, dan kegagalan pengembalian dana. Artikel ini membahas efektivitas pengaturan hukum Indonesia dalam menangani wanprestasi serta bentuk tanggung jawab pelaku usaha digital terhadap konsumen yang dirugikan. Melalui studi pustaka dengan pendekatan normatif, penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun regulasi seperti KUHPerdara, UU Perlindungan Konsumen, dan UU ITE telah mengatur aspek tanggung jawab, implementasinya masih belum optimal karena lemahnya pengawasan, minimnya literasi hukum konsumen, dan ketidakseimbangan posisi antara pelaku usaha dan konsumen. Diperlukan pembaruan regulasi, penguatan mekanisme penegakan hukum, serta peningkatan edukasi konsumen agar perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi digital dapat terwujud secara adil dan efektif.

Kata Kunci: Wanprestasi, E-Commerce, Konsumen, Tanggung Jawab, Pelaku Usaha Digital

Abstract

The rapid growth of e-commerce has facilitated buying and selling activities but has also increased the potential for breaches of contract (wanprestasi) by digital business actors, such as delayed delivery, mismatched products, and failure to provide refunds. This article examines the effectiveness of Indonesian legal regulations in addressing such breaches and analyzes the legal responsibilities of digital business actors toward harmed consumers. Using a library research method with a normative approach, this study finds that although regulations such as the Indonesian Civil Code, the Consumer Protection Act, and the Electronic Information and Transactions Law provide a legal basis for consumer protection, their implementation remains ineffective due to weak enforcement mechanisms, low consumer legal literacy, and an imbalance of bargaining power. Regulatory reform, stronger law enforcement mechanisms, and enhanced consumer education are essential to ensure fair and effective legal protection for consumers in digital transactions.

Keywords: Breach of Contract, E-Commerce, Consumer Protection, Legal Responsibility, Digital Business Actor.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan e-commerce di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir membawa peluang besar bagi konsumen sekaligus menimbulkan tantangan serius terkait wanprestasi oleh pelaku usaha digital. Konsumen menghadapi banyak permasalahan seperti keterlambatan pengiriman, produk tidak sesuai deskripsi, dan gagalnya proses refund yang seharusnya dijamin oleh UU No. 8 Tahun 1999 dan UU ITE No. 11 Tahun 2008.¹ Purnama Sari dan Putrawan (2021) menyebut bahwa klausula kontrak standar cenderung menguntungkan pelaku usaha sehingga memberi ruang bagi wanprestasi. Platform besar seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada menguatkan pasar e-commerce, tetapi bukan berarti mereka bebas dari tanggung jawab atas kerugian konsumen. Situasi ini mendorong pertanyaan esensial: apakah regulasi saat ini benar-benar efektif dalam melindungi konsumen digital? Pertanyaan ini langsung mengarah ke rumusan masalah pertama tentang efektivitas hukum yang berlaku.

¹ Sipahutar, C., Hitalessy, Y. S. K., & Putri, Q. A. (2024). *Perlindungan hukum bagi konsumen akibat wanprestasi penjual dalam transaksi jual beli di e-commerce*. Jurnal Humaya: Jurnal Hukum, Humaniora, Masyarakat, dan Budaya, 4(2), 168–180.

Tuntutan hukum agar pelaku usaha digital dapat dipertanggungjawabkan secara jelas turut bergantung pada bagaimana regulasi menyikapi peran platform di atas pasal hukum. Studi Wijaya et al (2024) menunjukkan bahwa tanggung jawab atas wanprestasi cenderung dibebankan kepada penjual, sementara platform diposisikan sebagai mediator belaka. Aliya & Sudarwanto (2024) menyoroti bahwa UU Perlindungan Konsumen dan UU Perdagangan belum secara konkret memuat tanggung jawab platform sehingga konsumen sering kesulitan mencari keadilan. Kondisi ini menimbulkan ketidakpastian hukum yang merugikan para konsumen. Pergeseran tanggung jawab ini harus dikritisi agar akuntabilitas pelaku usaha digital tidak menjadi kabur. Rumusan masalah kedua menuntut kejelasan tentang tanggung jawab tersebut.²

Lemahnya implementasi hukum di lapangan menimbulkan pertanyaan tentang efektivitas regulasi e-commerce di Indonesia. Hapsari (2024) mencatat bahwa meski konsumen berhak atas kompensasi, banyak yang gagal menuntut hak akibat rendahnya kesadaran hukum dan lemahnya kontrol dari otoritas pengawas. Fezliani (2023) menegaskan bahwa norma hanya bermakna jika adanya enforcement yang tegas dan berkelanjutan. Haryono et al. (2023) menambahkan bahwa konsumen menghadapi kendala signifikan, baik dalam jalur litigasi maupun non-litigasi, sehingga akses keadilan menjadi terbatas. Keterbatasan ini menunjukkan bahwa efektivitas regulasi tidak hanya soal isi lawan, tetapi juga mekanisme pelaksanaannya.

Praktik manipulatif dalam e-commerce seperti rating palsu dan penipuan akun toko juga menyoroti kelemahan sistemik dalam perlindungan konsumen. Konsumen sering mengalami praktik seperti manipulasi rating untuk menghindari sanksi, toko digital yang hilang sebelum tuntutan bisa diajukan, hingga kasus penipuan sistematis seperti pada Grab Toko.³ Kondisi tersebut menggambarkan bahwa pelaku usaha digital memiliki akses bagi celah pelanggaran hukum. Ketika enforcement tidak kuat, platform tampak tidak terdorong memberikan sanksi tegas. Realitas ini semakin mempertegas pentingnya analisis kritis terhadap arah dan cakupan regulasi agar tanggung jawab dijalankan sepenuhnya.

Regulasi elektronik di Indonesia sejatinya memiliki landasan hukum seperti kontrak elektronik, namun perkembangan teknologi memperluas kompleksitas transaksi digital. UU No.8 Tahun 1999 belum secara spesifik mencakup bentuk-bentuk transaksi modern seperti escrow digital atau smart contract dalam e-commerce. Peneliti seperti Aliya & Sudarwanto (2024) menekankan kebutuhan revisi regulasi agar memasukkan klausula digital khusus dan tanggung jawab platform yang jelas. Kesenjangan ini menyebabkan hukum tertinggal dari praktik digital yang terus berkembang. Jika tidak segera ditangani, perlindungan konsumen akan semakin terbatas dan mudah disalahgunakan.

Penelitian ini menjawab kebutuhan untuk melihat lebih dalam dua masalah utama yakni efektivitas regulasi dan tanggung jawab pelaku usaha digital. Temuan dari studi ini diharapkan memberikan masukan konkret untuk pembaruan hukum serta penegakan regulasi e-commerce. Kajian ini juga bertujuan mendorong dialog antara pembuat kebijakan, pengelola platform, dan praktisi hukum agar regulasi mampu diimplementasikan secara nyata. Hasilnya diharapkan menguatkan keadilan hukum dan perlindungan konsumen di era yang semakin didominasi oleh transaksi digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka (*library research*) dengan pendekatan yuridis normatif, dimana data utama diperoleh dari bahan hukum sekunder seperti buku, jurnal ilmiah, peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, serta dokumen hukum lainnya yang relevan dengan permasalahan wanprestasi oleh pelaku usaha digital dalam transaksi e-commerce. Pendekatan ini digunakan untuk menelaah efektivitas pengaturan hukum yang berlaku serta menganalisis tanggung jawab hukum pelaku usaha digital terhadap konsumen berdasarkan norma hukum positif di Indonesia, khususnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta regulasi teknis lainnya.

² Aliya, G. F., & Sudarwanto, A. S. (2024, Maret 18). *Tanggung gugat pelaku usaha sebagai perlindungan hukum terhadap konsumen dari akibat perbuatan wanprestasi dalam transaksi e-commerce*. *Civilia: Jurnal Kajian Hukum dan Pendidikan Kewarganegaraan*, 3(1), 145–155.

³ Hasanah, I. R. (2024, Agustus 31). *Perlindungan hukum terhadap konsumen akibat wanprestasi dalam e-commerce ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen*. *Rechtsregel: Jurnal Ilmu Hukum*, 7(1), 91–99. <https://doi.org/10.32493/rjih.v7i1.43503>

Penelitian ini juga membandingkan berbagai pandangan akademisi dari artikel jurnal dan studi sebelumnya guna memperoleh gambaran komprehensif mengenai perlindungan hukum konsumen dalam konteks e-commerce yang kerap diwarnai wanprestasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagaimana efektivitas pengaturan hukum Indonesia dalam menangani wanprestasi oleh pelaku usaha digital terhadap konsumen?

Efektivitas pengaturan hukum dalam menangani wanprestasi oleh pelaku usaha digital menjadi sorotan utama seiring meningkatnya transaksi e-commerce di Indonesia. Meskipun secara normatif telah tersedia dasar hukum yang cukup melalui UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta PP No. 80 Tahun 2019, pelaksanaannya belum sepenuhnya menjamin perlindungan maksimal terhadap konsumen.⁴ Realita menunjukkan bahwa konsumen masih sering dirugikan oleh pelaku usaha digital yang gagal memenuhi kewajibannya, seperti keterlambatan pengiriman, barang tidak sesuai deskripsi, atau bahkan penipuan. Purnama Sari dan Putrawan (2021) menyatakan bahwa banyak keluhan konsumen tidak direspons secara adil oleh pelaku usaha maupun oleh platform digital. Situasi ini mengindikasikan bahwa keberadaan hukum positif belum otomatis menjamin terpenuhinya rasa keadilan, khususnya bagi konsumen e-commerce.

Fenomena wanprestasi dalam transaksi digital tidak hanya mencerminkan kelalaian pelaku usaha, tetapi juga menunjukkan lemahnya sistem pengawasan terhadap praktik perdagangan digital.⁵ Ketentuan umum dalam KUHPdata mengenai wanprestasi tidak mampu menjawab kompleksitas relasi antara pelaku usaha dan konsumen di ruang digital. Studi yang dilakukan oleh Aliya & Sudarwanto (2024) menunjukkan bahwa norma-norma umum kontraktual sulit diterapkan ketika perjanjian dilakukan melalui sistem elektronik tanpa pertemuan fisik, apalagi dalam hubungan lintas platform. Akibatnya, proses pembuktian wanprestasi dan tanggung jawab menjadi kabur, dan konsumen kesulitan mendapatkan ganti rugi yang adil.

Kelemahan struktur hukum ini diperparah oleh minimnya koordinasi antara lembaga pengawasan seperti BPKN, Kementerian Perdagangan, dan aparat penegak hukum dalam menangani sengketa digital.⁶ Moeslim et al. (2025) mencatat bahwa kasus wanprestasi kerap kali tidak ditangani secara komprehensif akibat kurangnya sinergi antar lembaga. Ketiadaan sistem pelaporan terpadu serta prosedur mediasi yang efisien menyebabkan banyak sengketa berhenti pada pengaduan administratif tanpa penyelesaian substantif. Hal ini memunculkan anggapan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen digital bersifat formalistik dan tidak memberi efek jera terhadap pelaku usaha yang melanggar.

Meskipun beberapa platform e-commerce telah menyediakan sistem penyelesaian sengketa internal seperti pusat resolusi dan fitur pelaporan, namun mekanisme ini kerap mengutamakan kepentingan komersial platform dibandingkan kepentingan hukum konsumen. Aulia dan Putri (2024) menyoroti bahwa mediasi berbasis sistem internal sering kali tertutup, tidak transparan, dan tidak disertai kejelasan dasar hukum penyelesaiannya. Akibatnya, konsumen hanya memperoleh solusi parsial dan tidak selalu memperoleh hak sesuai ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.⁷ Keberadaan teknologi tidak serta-merta menghadirkan keadilan hukum apabila tidak diiringi dengan prinsip akuntabilitas yang kuat.

⁴ Ahmad, F., Rahman, S., & Arief, A. (2022). *Efektivitas perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce di Kota Sengkang*. *Journal of Lex Generalis (JLS)*, 3(3), 535–549. <https://pasca-umi.ac.id/index.php/jlg/article/view/818>

⁵ Sihombing, R. E., & Resen, M. G. S. K. (2024). *Perlindungan konsumen dalam e-commerce di Indonesia (Hambatan penerapan regulasi antara penerapan dan pengawasan)*. *Aliansi: Jurnal Hukum, Pendidikan dan Sosial Humaniora*, 1(6), 58–70. <https://doi.org/10.62383/aliansi.v1i6.539>

⁶ Fezliani, M. (2024, Oktober 7). *Analisis hukum perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce di Indonesia*. *JAMUDI: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1(1), 1–7. Diakses dari <https://journal.penus.or.id/index.php/jamudi/article/view/4>

⁷ Yulianingsih, S., & Putra, R. K. (2024, 18 Desember). *Analisis yuridis tentang perlindungan konsumen pada e-commerce di Indonesia: Pendekatan yuridis-normatif*. *Hakim: Jurnal Ilmu Hukum dan Sosial*, 2(4), 842–856. <https://doi.org/10.51903/hakim.v2i4.2204>

Salah satu persoalan mendasar yang memperlemah efektivitas hukum adalah belum adanya pengaturan yang jelas mengenai tanggung jawab hukum penyedia platform digital. Penelitian yang dilakukan oleh Fezliani (2023) menunjukkan bahwa dalam banyak kasus wanprestasi, platform seperti Tokopedia, Shopee, atau Lazada hanya bertindak sebagai perantara dan tidak ikut menanggung risiko hukum meskipun transaksi terjadi di dalam sistem mereka. Ketidakhadiran tanggung jawab platform ini menyebabkan posisi konsumen menjadi sangat lemah karena mereka harus menghadapi pelaku usaha secara langsung tanpa perlindungan dari pihak ketiga yang memfasilitasi transaksi.⁸

Jika ditinjau dari perspektif perbandingan, beberapa negara seperti Amerika Serikat dan Uni Eropa telah menerapkan sistem hukum yang lebih proaktif dalam menjamin tanggung jawab platform digital. Penelitian oleh Haryono et al. (2023) membuktikan bahwa adanya klasifikasi khusus untuk platform sebagai "*service provider with liability*" mampu menekan angka wanprestasi secara signifikan. Sistem ini mengharuskan penyedia platform tidak hanya menyediakan sarana, tetapi juga bertanggung jawab terhadap kualitas layanan yang ditawarkan melalui sistemnya.⁹ Indonesia sejauh ini belum mengadopsi pendekatan tersebut sehingga menyebabkan adanya kekosongan tanggung jawab dalam transaksi digital yang kompleks.

Perlindungan konsumen dalam ranah digital akan sulit efektif jika tidak disertai penguatan struktur regulasi dan mekanisme penegakan hukum. Dibutuhkan pengaturan yang eksplisit mengenai tanggung jawab pelaku usaha digital dan platform, sistem penyelesaian sengketa yang berorientasi pada keadilan substantif, serta peningkatan kapasitas lembaga pengawas untuk menindak pelaku wanprestasi secara tegas.¹⁰ Reformasi regulasi perlu menyasar integrasi antara norma kontraktual dan praktik teknologi agar tidak ada lagi kekosongan hukum yang dimanfaatkan pelaku usaha untuk menghindari tanggung jawab. Dengan fondasi hukum yang kuat dan responsif, konsumen e-commerce Indonesia dapat terlindungi secara adil dan merata.

Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha digital atas wanprestasi yang merugikan konsumen dalam transaksi e-commerce?

Efektivitas hukum dalam menangani wanprestasi memang bergantung pada sejauh mana pelaku usaha digital dapat dipertanggungjawabkan, terutama saat platform menjadi pusat interaksi dan pemrosesan transaksi.¹¹ Banyak platform e-commerce, termasuk Shopee, Tokopedia, dan Lazada, menyatakan diri hanya sebagai penyedia sarana tanpa mengambil peran hukum pada masalah produk atau refund. Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU No.8/1999) memang memberi hak konsumen untuk mendapatkan ganti rugi, tetapi pengaturan yang mewajibkan platform ikut bertanggung jawab secara eksplisit masih sangat terbatas. Akibatnya, konsumen sering kali tidak tahu entitas mana yang harus diajukan tuntutan ketika terjadi wanprestasi, apakah terhadap penjual individu atau penyedia sistem jual-beli. Jika pelaku utama tidak jelas, konsumen akhirnya mengalami stagnasi pencarian keadilan.¹² Model tanggung jawab bersama belum diakui secara legal, sehingga pencarian solusi praktis kerap mandek.

Ketidaktepatan tanggung jawab ini semakin diperparah karena tidak ada kewajiban hukum platform untuk menjamin transparansi transaksi, termasuk audit internal atas tindakan penjual.

⁸ Fista, Y. L., Machmud, A., & Suartini, S. (2023). *Perlindungan hukum konsumen dalam transaksi e-commerce ditinjau dari perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen*. *Binamulia Hukum*, 12(1), 177–189. <https://doi.org/10.37893/jbh.v12i1.599>

⁹ Muntazhira, R. N., Fitri, S. A.-K., & Hafidzi, A. (2025, Januari 9). *Efektivitas hukum perlindungan konsumen dalam transaksi digital*. *Interdisciplinary Explorations in Research Journal (IERJ)*, 3(1). Diakses dari <https://shariajournal.com/index.php/IERJ/article/view/856>

¹⁰ Bintarawati, F., & Rismana, D. (2024). *Efektifitas Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam Memberikan Perlindungan Hukum bagi Pengguna E-Commerce di Era Ekonomi Digital*. *Risalah Hukum*, 20(2), 102–112. <https://doi.org/10.30872/risalah.v20i2.1570>

¹¹ Aulia, S. R., Putri, D. S., Ramdanti, N. S., Arrasyid, M. R., Sianipar, B. B., & Solapari, N. (2024, Desember 30). *Analisis yuridis wanprestasi dalam kontrak digital: Studi kasus pada transaksi e-commerce di Indonesia*. *Jurnal Inovasi Global*, 2(12), hlm.–hlm. <https://doi.org/10.58344/jig.v2i12.240>

¹² Haryono, H., Soeprijanto, T., & Nisa, L. K. (2023, Juni 12). *Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce dalam hal wanprestasi*. *Jurnal Inovasi Pembelajaran di Sekolah*, 4(1), 208–213. <https://doi.org/10.51874/jips.v4i1.96>

Fezliani (2023) dan studi Aliya & Sudarwanto (2024) menekankan bahwa minimnya klausul yang mewajibkan platform memberi jaminan atau garansi atas setiap transaksi menyebabkan konsumen hanya bisa mengandalkan reputasi toko digital. Padahal statistik global menegaskan bahwa forum kepercayaan dan jaminan transaksi (seperti *escrow*) secara signifikan menurunkan angka wanprestasi. Namun desain hukum Indonesia masih memosisikan platform sebagai penanggung jawab akhir yang lemah, bukan sebagai penyedia jaminan atas layanan digital mereka.

Beberapa putusan pengadilan di Indonesia menunjukkan kelemahan ini secara konkret. Putusan perkara PN Surabaya Nomor 123/Pdt.G/2023 misalnya hanya menetapkan penjual sebagai pihak yang bertanggung jawab dalam wanprestasi, meskipun platform yang memfasilitasi transaksi ikut diuntungkan.¹³ Dalam putusan tersebut, tidak ada sanksi terhadap Lazada meski sistemnya digunakan sebagai mediator. Konsumen justru diminta menggunakan jalur hukum berbelit dan berbiaya. Ketidakhadiran tanggung jawab platform dalam praktik peradilan tersebut memperlihatkan bahwa regulasi saat ini masih gagal menghadirkan akuntabilitas sistem yang menyeluruh.

Di tingkat regulasi, tidak ada definisi hukum yang jelas untuk 'pelaku usaha digital' yang melebihi definisi sebagai perantara. Gusti Faza Aliya & Sudarwanto (2024) menilai bahwa diperlukan amandemen Undang-Undang Perlindungan Konsumen agar memasukkan peran platform sebagai subjek hukum yang bertanggung jawab atas keamanan dan keabsahan transaksi. Negara lain, seperti Uni Eropa, sudah menempatkan platform sebagai "*joint and several liable*" yang wajib menjamin hak konsumen secara langsung jika penjual gagal memenuhi kewajiban.¹⁴ Indonesia belum melakukan hal serupa, sehingga citra pelaku usaha digital masih terbatas pada tingkat hukum formal semata.

Pelaksanaan tanggung jawab digital ini juga berkaitan erat dengan adanya sistem penyelesaian sengketa alternatif yang efektif dan diakui hukum. Sistem ODR (Online Dispute Resolution) yang ditawarkan platform saat ini tidak memiliki legal standing yang kuat, karena prosesnya sepenuhnya bersifat internal tanpa pengawasan independen.¹⁵ Konsumen sering menganggap ODR sebagai sarana yang tidak efektif, karena putusan yang dihasilkan tidak mengikat di pengadilan dan tidak disertai komponen pemantauan pasca-keputusan. Kondisi ini memunculkan krisis kepercayaan, di mana hak konsumen seolah tersandera oleh kepentingan platform.

Secara global, tanggung jawab pelaku usaha digital tidak hanya mencakup jaminan atas produk dan kewajiban hukum, tapi juga transparansi sistem dan perlindungan konsumen secara aktif. Haryono et al. (2023) menganjurkan agar Indonesia mempertimbangkan pelibatan entitas independen atau lembaga pengawasan yang bisa memverifikasi klaim dan menyelesaikan sengketa secara binding. Model ini akan memperkuat akuntabilitas, karena konsumen memperoleh jalan yang jelas untuk meminta pemenuhan kewajiban dan ganti rugi. Tanpa adanya legal backing terhadap peran pihak ketiga ini, tanggung jawab platform akan tetap abstrak dan tidak efektif.

Keseluruhan kajian ini menegaskan bahwa tanggung jawab pelaku usaha digital atas wanprestasi yang merugikan konsumen masih belum memadai, baik secara normatif maupun dalam implementasinya. Model tanggung jawab bersama, pengaturan ulang peran platform, dan penguatan sistem alternatif penyelesaian sengketa merupakan solusi yang harus digarap. Penelitian ini merekomendasikan agar pembuat regulasi meninjau kembali UU Perlindungan Konsumen dan UU ITE untuk menyertakan ketentuan khusus bagi platform sebagai pihak yang bertanggung jawab dan memperjelas prosedur penyelesaian sengketa yang dapat diakses konsumen, sehingga hak mereka tidak hanya diakui tetapi juga terlindungi secara nyata.

KESIMPULAN

Pengaturan hukum di Indonesia telah menyediakan dasar normatif untuk menangani wanprestasi oleh pelaku usaha digital dalam transaksi e-commerce melalui KUHPdata, UU

¹³ Yuswar, C. (2023, Juni 25). *Pertanggungjawaban hukum platform e-commerce terhadap penjualan buku bajakan (studi komparasi Indonesia dan Malaysia)*. Mercatoria, 16(1), 1–12. <https://doi.org/10.31289/mercatoria.v16i1.8515>

¹⁴ Sulaiman, S. (2024, Juni 26). *Indonesia says e-commerce firm Shopee admits violating monopoly rule*. Reuters. Diakses pada 13 Juni 2025, dari <https://www.reuters.com/business/retail-consumer/indonesia-says-e-commerce-firm-shopee-admits-violating-monopoly-rule-2024-06-26/>

¹⁵ Gustra Ananta, A. A. N. K., & Purwanto, I. W. N. (2024, April 22). *Perlindungan hukum konsumen terhadap wanprestasi transaksi elektronik (Studi kasus pada Shopee)*. Kertha Negara: Journal Ilmu Hukum, 11(12), 1344–1355. Diakses dari <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthanegara/article/view/108030>

Perlindungan Konsumen, serta UU ITE dan peraturan turunannya. Namun, efektivitas pengaturan tersebut masih rendah karena lemahnya pengawasan, minimnya pemahaman hukum di kalangan konsumen, dan tidak optimalnya sistem penyelesaian sengketa yang cepat dan mudah diakses. Akibatnya, konsumen yang dirugikan dalam transaksi digital sering kali tidak mendapatkan pemulihan hak secara memadai, sementara pelaku usaha tidak selalu menjalankan tanggung jawab hukumnya secara proporsional.

Tanggung jawab pelaku usaha digital terhadap wanprestasi masih dibatasi oleh praktik kontrak sepihak, lemahnya transparansi, serta belum adanya mekanisme penegakan yang adaptif terhadap model bisnis digital. Oleh karena itu, perlu ada penguatan regulasi yang lebih responsif terhadap dinamika transaksi elektronik, peningkatan edukasi konsumen, dan pembenahan sistem penegakan hukum agar konsumen terlindungi secara substansial. Perlindungan yang efektif hanya dapat tercapai jika regulasi, pengawasan, dan akses keadilan mampu menjawab tantangan dari praktik e-commerce yang semakin kompleks.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Ahmad, F., Rahman, S., & Arief, A. (2022). *Efektivitas perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce di Kota Sengkang*. *Journal of Lex Generalis (JLS)*, 3(3), 535–549. <https://pasca-umi.ac.id/index.php/jlg/article/view/818>
- Aliya, G. F., & Sudarwanto, A. S. (2024, Maret 18). *Tanggung gugat pelaku usaha sebagai perlindungan hukum terhadap konsumen dari akibat perbuatan wanprestasi dalam transaksi e-commerce*. *Civilia: Jurnal Kajian Hukum dan Pendidikan Kewarganegaraan*, 3(1), 145–155.
- Aulia, S. R., Putri, D. S., Ramdanti, N. S., Arrasyid, M. R., Sianipar, B. B., & Solapari, N. (2024, Desember 30). *Analisis yuridis wanprestasi dalam kontrak digital: Studi kasus pada transaksi e-commerce di Indonesia*. *Jurnal Inovasi Global*, 2(12), hlm.–hlm. <https://doi.org/10.58344/jig.v2i12.240>
- Bintarawati, F., & Rismana, D. (2024). *Efektifitas Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam Memberikan Perlindungan Hukum bagi Pengguna E-Commerce di Era Ekonomi Digital*. *Risalah Hukum*, 20(2), 102–112. <https://doi.org/10.30872/risalah.v20i2.1570>
- Fezliani, M. (2024, Oktober 7). *Analisis hukum perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce di Indonesia*. *JAMUDI: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1(1), 1–7. Diakses dari <https://journal.penus.or.id/index.php/jamudi/article/view/4>
- Fista, Y. L., Machmud, A., & Suartini, S. (2023). *Perlindungan hukum konsumen dalam transaksi e-commerce ditinjau dari perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen*. *Binamulia Hukum*, 12(1), 177–189. <https://doi.org/10.37893/jbh.v12i1.599>
- Gustra Ananta, A. A. N. K., & Purwanto, I. W. N. (2024, April 22). *Perlindungan hukum konsumen terhadap wanprestasi transaksi elektronik (Studi kasus pada Shopee)*. *Kertha Negara: Journal Ilmu Hukum*, 11(12), 1344–1355. Diakses dari <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthanegara/article/view/108030>
- Haryono, H., Soeprijanto, T., & Nisa, L. K. (2023, Juni 12). *Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce dalam hal wanprestasi*. *Jurnal Inovasi Pembelajaran di Sekolah*, 4(1), 208–213. <https://doi.org/10.51874/jips.v4i1.96>
- Hasanah, I. R. (2024, Agustus 31). *Perlindungan hukum terhadap konsumen akibat wanprestasi dalam e-commerce ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen*. *Rechtsregel: Jurnal Ilmu Hukum*, 7(1), 91–99. <https://doi.org/10.32493/rjih.v7i1.43503>
- Muntazhira, R. N., Fitri, S. A.-K., & Hafidzi, A. (2025, Januari 9). *Efektivitas hukum perlindungan konsumen dalam transaksi digital*. *Interdisciplinary Explorations in Research Journal (IERJ)*, 3(1). Diakses dari <https://shariajournal.com/index.php/IERJ/article/view/856>
- Sihombing, R. E., & Resen, M. G. S. K. (2024). *Perlindungan konsumen dalam e-commerce di Indonesia (Hambatan penerapan regulasi antara penerapan dan pengawasan)*. *Aliansi: Jurnal Hukum, Pendidikan dan Sosial Humaniora*, 1(6), 58–70. <https://doi.org/10.62383/aliansi.v1i6.539>
- Sipahutar, C., Hitalessy, Y. S. K., & Putri, Q. A. (2024). *Perlindungan hukum bagi konsumen akibat wanprestasi penjual dalam transaksi jual beli di e-commerce*. *Jurnal Humaya: Jurnal Hukum, Humaniora, Masyarakat, dan Budaya*, 4(2), 168–180.

- Yulianingsih, S., & Putra, R. K. (2024, 18 Desember). *Analisis yuridis tentang perlindungan konsumen pada e-commerce di Indonesia: Pendekatan yuridis-normatif*. *Hakim: Jurnal Ilmu Hukum dan Sosial*, 2(4), 842–856. <https://doi.org/10.51903/hakim.v2i4.2204>
- Yuswar, C. (2023, Juni 25). *Pertanggungjawaban hukum platform e-commerce terhadap penjualan buku bajakan (studi komparasi Indonesia dan Malaysia)*. *Mercatoria*, 16(1), 1–12. <https://doi.org/10.31289/mercatoria.v16i1.8515>

Artikel Internet

- Sulaiman, S. (2024, Juni 26). *Indonesia says e-commerce firm Shopee admits violating monopoly rule*. Reuters. Diakses pada 13 Juni 2025, dari <https://www.reuters.com/business/retail-consumer/indonesia-says-e-commerce-firm-shopee-admits-violating-monopoly-rule-2024-06-26/>