



Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen di Era Ekonomi Digital: Analisis terhadap Tanggung Jawab Pelaku Usaha Platform E-Commerce

Legal Protection for Consumers in the Digital Economy Era: Analysis of the Responsibilities of E-Commerce Platform Business Actors

Dian Kemala Dewi¹, Jenda Ingan Mahuli^{2*}

¹Universitas Dharmawangsa

²Universitas Pembinaan Masyarakat Indonesia

*Corresponding Author**: jendainganmahuliketaren1208@gmail.com

Abstrak

Transformasi digital telah mengubah pola konsumsi masyarakat secara signifikan, termasuk dalam praktik jual beli melalui platform e-commerce. Kemudahan dan efisiensi transaksi digital menghadirkan peluang besar, namun juga membawa tantangan serius, terutama dalam aspek perlindungan hukum terhadap konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk tanggung jawab hukum yang dimiliki oleh pelaku usaha platform e-commerce dalam konteks perlindungan konsumen di Indonesia. Metode yang digunakan adalah pendekatan yuridis normatif dengan menelaah peraturan perundang-undangan seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), serta instrumen hukum internasional seperti Digital Services Act dari Uni Eropa dan pedoman OECD. Hasil penelitian menunjukkan bahwa banyak platform e-commerce di Indonesia mengambil peran aktif dalam proses transaksi, seperti mengelola sistem pembayaran, logistik, serta promosi, sehingga tidak dapat dikategorikan semata-mata sebagai fasilitator netral. Namun, hingga saat ini, kerangka hukum nasional belum secara eksplisit menetapkan tanggung jawab hukum bagi platform atas kerugian yang dialami konsumen akibat tindakan mitra penjual. Diperlukan reformulasi regulasi yang mengatur keterlibatan aktif platform dan menetapkan prinsip strict liability sebagai bentuk pertanggungjawaban hukum. Di samping itu, pengembangan sistem penyelesaian sengketa daring serta edukasi konsumen digital juga menjadi aspek krusial dalam memperkuat perlindungan hukum konsumen di era ekonomi digital.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen; *E-Commerce*; Tanggung Jawab Platform; Transaksi Digital; Hukum Perlindungan Data.

Abstract

Digital transformation has significantly changed people's consumption patterns, including in the practice of buying and selling through e-commerce platforms. The ease and efficiency of digital transactions present great opportunities, but also bring serious challenges, especially in terms of legal protection for consumers. This study aims to analyze the form of legal responsibility held by e-commerce platform business actors in the context of consumer protection in Indonesia. The method used is a normative legal approach by examining laws and regulations such as Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection, the Electronic Information and Transactions Law (ITE), and international legal instruments such as the Digital Services Act of the European Union and OECD guidelines. The results of the study show that many e-commerce platforms in Indonesia take an active role in the transaction process, such as managing payment systems, logistics, and promotions, so they cannot be categorized solely as neutral



All Fields of Science J-LAS

Jurnal Penelitian

Available Online: <https://j-las.lemkomindo.org/index.php/AFoSJ-LAS/index>



facilitators. However, to date, the national legal framework has not explicitly stipulated the legal responsibility of platforms for losses experienced by consumers due to the actions of sales partners. A regulatory reformulation is needed that regulates the active involvement of platforms and establishes the principle of strict liability as a form of legal responsibility. In addition, the development of online dispute resolution systems and digital consumer education are also crucial aspects in strengthening consumer legal protection in the digital economy era.

Keywords: Consumer Protection; E-Commerce; Platform Responsibility; Digital Transactions; Data Protection Law.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah merevolusi berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam sektor ekonomi. Salah satu bentuk nyata dari transformasi ini adalah pertumbuhan pesat perdagangan elektronik (e-commerce), yang memungkinkan terjadinya transaksi jual beli secara daring tanpa keterbatasan waktu dan ruang. Di Indonesia, fenomena ini mengalami lonjakan signifikan dalam satu dekade terakhir. Berdasarkan laporan dari Google, Temasek, dan Bain & Company (2023), nilai ekonomi digital Indonesia diperkirakan mencapai USD 77 miliar pada tahun 2025, dengan sektor e-commerce menjadi penyumbang terbesar. Angka ini menunjukkan bahwa e-commerce telah menjadi kekuatan utama dalam perekonomian digital nasional.

Namun, pesatnya perkembangan e-commerce tidak hanya membawa manfaat, tetapi juga menimbulkan tantangan, terutama dalam aspek perlindungan hukum terhadap konsumen. Konsumen di era digital kerap kali menghadapi berbagai risiko seperti barang tidak sesuai deskripsi, pengiriman tertunda, transaksi fiktif, penyalahgunaan data pribadi, dan minimnya akses terhadap informasi penjual yang jelas dan transparan (Utami, 2021). Hal ini diperparah oleh keberadaan pelaku usaha berbasis platform digital yang cenderung melepaskan tanggung jawabnya melalui klausul eksonerasi atau pernyataan sebagai "perantara netral".

Perlindungan konsumen merupakan bagian integral dari sistem hukum modern, yang bertujuan untuk menjamin keadilan dan keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) secara normatif telah memberikan dasar hukum bagi perlindungan tersebut. Namun, dalam praktiknya, ketentuan dalam UUPK masih cenderung bersifat general dan belum sepenuhnya adaptif terhadap dinamika transaksi digital (Subekti, 2020). Di sisi lain, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), sebagaimana telah diubah dengan UU No. 19 Tahun 2016, lebih fokus pada legalitas informasi dan dokumen elektronik, tanpa mengatur secara rinci relasi tanggung jawab antara pelaku usaha platform e-commerce dan konsumen.

Lebih jauh, dalam perspektif hukum perdata dan prinsip tanggung jawab mutlak (strict liability), terdapat perdebatan apakah platform e-commerce dapat dianggap sebagai pelaku usaha yang memiliki tanggung jawab hukum terhadap kerugian konsumen akibat tindakan pihak ketiga (penjual) yang menggunakan platform mereka. Sementara di beberapa negara seperti Uni Eropa, platform digital memiliki tanggung jawab yang lebih besar dalam melakukan moderasi konten dan verifikasi mitra penjual, Indonesia masih tertinggal dalam hal regulasi dan pengawasan atas ekosistem e-commerce (OECD, 2020).

Permasalahan hukum yang muncul dalam relasi antara konsumen dan pelaku usaha platform e-commerce di Indonesia membutuhkan analisis mendalam, baik dari aspek normatif maupun praktik. Oleh karena itu, tulisan ini bertujuan untuk mengkaji perlindungan hukum konsumen dalam era ekonomi digital serta menganalisis sejauh mana tanggung jawab hukum dapat dibebankan kepada pelaku usaha platform e-commerce dalam konteks perlindungan konsumen.

Penelitian ini penting karena berkaitan langsung dengan hak-hak dasar konsumen, keadilan dalam transaksi ekonomi, serta upaya menciptakan ekosistem digital yang sehat, adil, dan bertanggung jawab. Tanpa perlindungan hukum yang memadai, konsumen berisiko mengalami kerugian yang berulang, dan pada akhirnya akan menghambat pertumbuhan ekonomi digital secara berkelanjutan.

Kajian Pustaka

1. Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum

Perlindungan hukum terhadap konsumen merupakan bentuk tanggung jawab negara dalam menciptakan keadilan dan keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen. Menurut Kartini Muljadi (2005), perlindungan konsumen adalah upaya hukum yang ditujukan untuk menjamin hak-hak dasar konsumen atas keamanan, kenyamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa. Hal ini juga ditegaskan dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), yang menjamin hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

Lebih jauh, konsep perlindungan konsumen juga bersumber dari prinsip-prinsip keadilan kontraktual (*contractual justice*), yang menyatakan bahwa para pihak dalam hubungan hukum kontraktual harus berada dalam posisi yang seimbang (Sjahdeini, 2006). Dalam konteks ini, negara memiliki peran sebagai regulator untuk melindungi pihak yang lebih lemah secara ekonomi, yaitu konsumen.

2. Karakteristik Transaksi E-Commerce dan Risiko Hukum Konsumen

Transaksi elektronik atau e-commerce memiliki karakteristik yang berbeda dengan transaksi konvensional, yaitu bersifat non-tatap muka, lintas yurisdiksi, dan berbasis teknologi. Hal ini menyebabkan konsumen menghadapi berbagai risiko hukum baru, seperti penipuan digital, barang tidak sesuai dengan deskripsi, serta kebocoran data pribadi. Menurut Nugroho (2021), digitalisasi transaksi menyebabkan terjadinya asimetri

informasi, di mana konsumen sering kali tidak memiliki akses yang setara terhadap informasi yang dimiliki oleh pelaku usaha.

Platform e-commerce pada dasarnya menjadi pihak ketiga dalam transaksi jual beli online, yang mempertemukan penjual dan pembeli dalam suatu ekosistem digital. Namun, banyak platform justru berupaya mengecualikan tanggung jawabnya atas kerugian konsumen dengan dalih bahwa mereka hanya sebagai “fasilitator”, bukan “pelaku usaha” secara langsung (Utami, 2021). Padahal, dalam beberapa kasus, platform tersebut memperoleh keuntungan langsung dari setiap transaksi yang terjadi.

3. Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Platform Digital

Dalam perspektif hukum perdata dan hukum perlindungan konsumen, pelaku usaha wajib bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen akibat kelalaian atau wanprestasi. Tanggung jawab ini dapat bersifat strict liability, di mana pelaku usaha tidak dapat melepaskan tanggung jawab meskipun tidak ada unsur kesalahan, asalkan terjadi kerugian yang berkaitan langsung dengan produk atau jasa yang ditawarkan (Subekti, 2020).

Dalam konteks platform e-commerce, terdapat perdebatan hukum mengenai klasifikasi peran platform: apakah sebagai penyedia layanan digital atau pelaku usaha yang turut serta dalam transaksi. Menurut analisis oleh Putri dan Zulaikha (2020), platform e-commerce yang mengendalikan sistem pembayaran, menyeleksi mitra penjual, serta mengatur logistik dan promosi, harus dianggap memiliki tanggung jawab hukum atas layanan yang disediakan melalui sistem mereka.

Di beberapa negara seperti Uni Eropa, regulasi seperti Digital Services Act (DSA) memberikan tanggung jawab hukum yang lebih besar kepada platform digital, termasuk kewajiban verifikasi identitas penjual, transparansi algoritma, dan mekanisme pengaduan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa tren global mengarah pada peningkatan akuntabilitas platform digital terhadap pelanggaran hak-hak konsumen (European Commission, 2021).

4. Regulasi dan Perlindungan Konsumen Digital di Indonesia

Indonesia saat ini belum memiliki regulasi khusus yang mengatur secara komprehensif tanggung jawab platform digital dalam konteks perlindungan konsumen. UUPK dan UU ITE masih menjadi dasar hukum utama, namun keduanya belum secara eksplisit mengatur hubungan hukum antara platform dan konsumen digital.

UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), sebagaimana telah diubah dengan UU No. 19 Tahun 2016, memuat ketentuan umum mengenai perlindungan data pribadi, tanda tangan elektronik, dan legalitas transaksi elektronik. Namun, tanggung jawab spesifik atas kerugian konsumen belum diatur secara terperinci. Hal ini menyisakan ruang abu-abu dalam hal penegakan hukum, terutama jika kerugian konsumen disebabkan oleh merchant pihak ketiga yang menggunakan jasa platform.

Menurut Yusuf (2022), perlindungan hukum konsumen di Indonesia masih bersifat reaktif dan fragmentaris, serta belum mampu menjawab tantangan era digital. Oleh karena itu, diperlukan harmonisasi regulasi dan pembentukan aturan pelaksana yang khusus mengatur tanggung jawab platform digital dalam ekosistem perdagangan elektronik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis normatif, yang bertumpu pada studi terhadap bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Pendekatan ini dipilih karena pokok permasalahan dalam penelitian ini berkaitan erat dengan norma-norma hukum yang mengatur perlindungan konsumen dan tanggung jawab pelaku usaha platform digital dalam konteks transaksi elektronik.

1. Pendekatan Yuridis Normatif

Pendekatan yuridis normatif adalah metode penelitian hukum yang berfokus pada analisis terhadap peraturan perundang-undangan, asas hukum, doktrin hukum, serta putusan pengadilan yang relevan. Menurut Soekanto dan Mamudji (2006), pendekatan yuridis normatif digunakan untuk meneliti data sekunder dan menjawab isu hukum melalui interpretasi peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dalam konteks ini, kajian dilakukan terhadap:

- a. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK);
- b. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) beserta perubahannya;
- c. Peraturan pemerintah dan kebijakan terkait e-commerce dan perlindungan data konsumen;
- d. Putusan pengadilan dalam kasus sengketa konsumen digital;
- e. Instrumen hukum internasional seperti OECD Guidelines for Consumer Protection in the Context of E-Commerce dan Digital Services Act (Uni Eropa).

2. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder, yang terdiri dari:

- a. **Bahan hukum primer**, yaitu peraturan perundang-undangan, seperti UUPK dan UU ITE;
- b. **Bahan hukum sekunder**, berupa jurnal hukum, buku teks, artikel akademik, dan pendapat para ahli hukum yang relevan;
- c. **Bahan hukum tersier**, yaitu kamus hukum, ensiklopedia hukum, dan indeks hukum.

Menurut Marzuki (2005), penggunaan bahan hukum primer dan sekunder merupakan dasar utama dalam metode normatif untuk membangun argumentasi hukum yang sah dan logis.

Data-data tersebut dikumpulkan melalui studi kepustakaan (library research) dengan menelusuri dokumen hukum nasional dan internasional, serta berbagai publikasi ilmiah yang membahas perlindungan konsumen dan regulasi e-commerce.

3. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui:

- a. **Interpretasi gramatikal** (penafsiran berdasarkan tata bahasa peraturan);
- b. **Interpretasi sistematis** (penafsiran berdasarkan struktur sistem hukum);
- c. **Interpretasi historis** (penafsiran berdasarkan latar belakang pembentukan hukum);
- d. **Interpretasi teleologis atau sosiologis**, yakni dengan mempertimbangkan tujuan hukum dan kondisi sosial ekonomi masyarakat dalam era digital.

Teknik analisis tersebut digunakan untuk memahami bagaimana norma-norma hukum berlaku dalam realitas digital, dan bagaimana seharusnya tanggung jawab pelaku usaha platform e-commerce dirumuskan secara adil. Pendekatan interpretatif ini merujuk pada pendapat Peter Mahmud Marzuki (2005), bahwa hukum bukan sekadar teks normatif, tetapi juga sistem nilai yang hidup dalam masyarakat.

4. Analisis Kasus (*Case Study*)

Untuk memperkuat argumen, penelitian ini juga menganalisis beberapa kasus konkret sengketa konsumen digital di Indonesia yang telah diputus oleh pengadilan atau menjadi perhatian publik. Analisis kasus dilakukan untuk mengidentifikasi pola pertanggungjawaban pelaku usaha platform dan menilai efektivitas perlindungan hukum yang diterapkan. Misalnya:

- a. Kasus penipuan pembelian barang melalui marketplace dengan penjual anonim;

- b. Kasus konsumen yang dirugikan karena barang tidak dikirim, tetapi platform tetap menerima pembayaran;
- c. Gugatan class action terkait kebocoran data pelanggan di platform digital.

Metode ini mendukung proses evaluatif dan rekomendatif, untuk menyusun usulan perbaikan regulasi perlindungan konsumen digital di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Realitas Perlindungan Konsumen dalam Ekosistem E-Commerce

Perkembangan e-commerce di Indonesia telah mempercepat transformasi transaksi perdagangan, namun belum diimbangi dengan sistem perlindungan hukum yang memadai bagi konsumen. Berdasarkan data dari Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), pengaduan konsumen terhadap transaksi online menempati urutan tertinggi dalam lima tahun terakhir, dengan permasalahan utama meliputi barang tidak dikirim, kualitas tidak sesuai, penipuan pembayaran, dan lemahnya sistem pengaduan internal platform (BPKN, 2022).

Konsumen dalam ekosistem digital berada dalam posisi yang rentan akibat asimetri informasi dan anonimitas penjual, yang menyebabkan ketidakseimbangan posisi tawar (Nugroho, 2021). Dalam banyak kasus, konsumen kesulitan mengidentifikasi pelaku usaha yang sebenarnya karena platform e-commerce sering bertindak hanya sebagai “fasilitator” dan tidak menyediakan data penjual yang transparan.

Studi yang dilakukan oleh Utami (2021) menunjukkan bahwa mayoritas platform e-commerce di Indonesia belum memiliki sistem perlindungan konsumen yang aktif, seperti *refund policy* yang konsisten, kanal penyelesaian sengketa yang cepat, dan prosedur verifikasi identitas penjual. Ini mengindikasikan lemahnya implementasi prinsip kehati-hatian (*due diligence*) dalam model bisnis platform digital.

2. Analisis Tanggung Jawab Hukum Platform E-Commerce

Secara hukum, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menegaskan bahwa setiap pelaku usaha wajib bertanggung jawab atas kerugian yang ditimbulkan kepada konsumen. Namun, platform digital kerap kali berupaya menghindari tanggung jawab dengan dalih bahwa mereka hanya menyediakan sarana atau “marketplace”.

Padaahal, dalam banyak model bisnis e-commerce, platform secara aktif mengatur, mengelola, bahkan memperoleh keuntungan langsung dari transaksi, termasuk dari biaya administrasi, sistem rating, promosi barang, hingga pengelolaan logistik. Dengan demikian,

menurut prinsip “active intermediation”, platform tidak lagi sekadar fasilitator, melainkan bagian integral dari proses transaksi (Putri & Zulaikha, 2020).

Dalam praktik internasional, Uni Eropa melalui Digital Services Act (DSA) telah mengklasifikasikan tanggung jawab platform digital ke dalam beberapa tingkatan, di mana platform yang secara aktif memoderasi konten dan mempengaruhi proses transaksi memiliki liability penuh atas pelanggaran hak konsumen (European Commission, 2021). Konsep serupa mulai diterapkan di beberapa negara Asia seperti Korea Selatan dan Singapura, yang mewajibkan platform digital memiliki sistem verifikasi dan tanggung jawab komprehensif terhadap pelaku usaha di dalam platform mereka (OECD, 2020).

Indonesia sendiri masih belum memiliki kerangka hukum eksplisit yang mengatur tanggung jawab platform secara terstruktur. UU ITE dan UUPK belum menyentuh aspek-aspek seperti tanggung jawab terhadap penipuan oleh merchant pihak ketiga atau prosedur verifikasi digital yang wajib dilakukan oleh platform.

3. Studi Kasus: Sengketa Konsumen dengan Platform Digital

Salah satu studi kasus yang relevan adalah perkara Nomor 13/Pdt.Sus-BPSK/2020/PN.Jkt.Sel, di mana seorang konsumen menggugat platform e-commerce karena tidak memberikan pengembalian dana atas barang yang tidak dikirim oleh penjual. Dalam putusan tersebut, majelis hakim menyatakan bahwa platform turut bertanggung jawab karena tidak melakukan pengawasan yang memadai dan lalai dalam memproses keluhan konsumen.

Putusan ini mencerminkan bahwa dalam kasus tertentu, tanggung jawab hukum platform dapat dibuktikan secara faktual, terutama apabila platform mengambil peran aktif dalam sistem pembayaran atau promosi produk. Hal ini menguatkan argumen bahwa platform e-commerce tidak dapat melepaskan diri dari tanggung jawab hukum semata-mata berdasarkan klaim sebagai pihak ketiga. Namun, di sisi lain, terdapat tantangan dalam implementasi putusan semacam itu karena masih belum ada standar regulasi nasional mengenai parameter keterlibatan platform dalam transaksi.

4. Perlunya Reformulasi Regulasi Perlindungan Konsumen Digital

Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kerangka hukum nasional belum cukup adaptif terhadap realitas dan kompleksitas ekonomi digital. Diperlukan reformulasi hukum perlindungan konsumen berbasis digital, dengan mencakup hal-hal berikut:

- a. **Pemisahan klasifikasi peran platform digital:** apakah mereka hanya bertindak sebagai sarana (passive platform) atau sebagai pelaku usaha aktif (active intermediary).
- b. **Kewajiban verifikasi merchant:** platform harus memiliki sistem Know Your Seller (KYS) sebagai bagian dari perlindungan konsumen.
- c. **Penyelesaian Sengketa Digital (Online Dispute Resolution/ODR):** mekanisme penyelesaian sengketa secara cepat, murah, dan adil berbasis teknologi.
- d. **Penguatan kelembagaan pengawasan digital:** seperti pembentukan otoritas pengawasan transaksi digital lintas sektor (e.g., kerja sama Kominfo, BPKN, dan KPPU).

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa dinamika transaksi digital di era ekonomi berbasis teknologi membawa tantangan baru dalam hal perlindungan hukum terhadap konsumen. Dalam konteks e-commerce, konsumen tidak lagi hanya berhadapan langsung dengan penjual, tetapi juga dengan entitas platform digital yang menyediakan ruang transaksi dan memediasi interaksi antara penjual dan pembeli. Hal ini mengubah lanskap tanggung jawab hukum dalam hubungan konsumsi yang konvensional.

Secara normatif, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) telah memberikan landasan penting bagi perlindungan hak-hak konsumen, termasuk hak atas informasi, keamanan, dan pengaduan. Namun, kerangka hukum ini belum secara eksplisit mengatur model bisnis digital berbasis platform yang kini mendominasi pasar daring. Di sisi lain, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) lebih berfokus pada aspek legalitas media transaksi, bukan tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen (Subekti, 2020).

Berdasarkan analisis dan studi kasus, dapat disimpulkan bahwa platform e-commerce di Indonesia, dalam banyak hal, memainkan peran aktif (active intermediary) yang tidak hanya memfasilitasi transaksi, tetapi juga turut mengelola sistem pembayaran, logistik, dan promosi. Dengan demikian, platform tersebut memiliki tanggung jawab hukum terhadap perlindungan konsumen, terutama jika terjadi kerugian akibat kelalaian dalam pengawasan, verifikasi, dan penyampaian informasi yang benar (Putri & Zulaikha, 2020).

Masih banyak terjadi asimetri informasi antara konsumen dan pelaku usaha yang mengakibatkan konsumen berada dalam posisi lemah. Minimnya standar regulasi yang mengikat platform digital menyebabkan konsumen kesulitan mendapatkan keadilan saat

terjadi sengketa. Hal ini diperparah dengan absennya mekanisme penyelesaian sengketa digital yang cepat, murah, dan dapat diakses oleh masyarakat luas (Utami, 2021).

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa perlindungan konsumen di era ekonomi digital belum berjalan secara optimal. Dibutuhkan langkah reformatif dalam ranah regulasi, kelembagaan, dan teknologi hukum untuk menyesuaikan sistem perlindungan dengan realitas baru dalam praktik e-commerce.

2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, berikut adalah beberapa saran kebijakan dan akademik untuk memperkuat perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi digital:

a. Perlu Revisi dan Harmonisasi Regulasi

Pemerintah perlu segera melakukan revisi terhadap UUPK dan UU ITE dengan memasukkan ketentuan khusus tentang tanggung jawab pelaku usaha platform digital. Regulasi baru ini harus secara jelas mendefinisikan status hukum platform digital, kriteria keterlibatan aktif, serta batasan tanggung jawab hukum terhadap kerugian konsumen.

b. Penerapan Prinsip *Strict Liability*

Perlu diterapkan prinsip *strict liability* terhadap platform digital yang secara aktif mengambil bagian dalam pengelolaan transaksi. Dengan demikian, platform tidak dapat serta-merta menghindari tanggung jawab atas pelanggaran hak konsumen oleh pihak ketiga (penjual) dalam sistemnya.

c. Penguatan Sistem Verifikasi dan Transparansi

Platform e-commerce wajib memiliki sistem *Know Your Seller (KYS)* untuk mencegah keberadaan penjual fiktif atau penipuan. Selain itu, seluruh informasi mengenai barang, kebijakan pengembalian, dan kontak penjual harus disajikan secara transparan dan dapat diverifikasi oleh konsumen.

d. Pengembangan Mekanisme Penyelesaian Sengketa Daring (ODR)

Perlu dikembangkan sistem *Online Dispute Resolution (ODR)* yang dapat diakses secara luas dan efisien oleh konsumen yang mengalami sengketa transaksi digital. Sistem ini harus terintegrasi dengan otoritas perlindungan konsumen seperti BPKN, KPPU, dan lembaga pengadilan.

e. Pendidikan Konsumen Digital

Lembaga pendidikan, pemerintah, dan organisasi masyarakat sipil perlu berperan aktif dalam meningkatkan literasi digital konsumen, termasuk hak-hak hukum

mereka, cara menggunakan platform secara aman, dan prosedur pengaduan jika mengalami kerugian.

f. Kolaborasi Antar-Stakeholder

Perlindungan konsumen digital tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah, melainkan juga platform, komunitas bisnis, akademisi, dan organisasi konsumen. Dibutuhkan forum bersama untuk merumuskan kode etik e-commerce nasional, sistem audit platform, serta pengawasan mandiri yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). (2022). Laporan Tahunan Pengaduan Konsumen 2018–2022.
- European Commission. (2021). Proposal for a Regulation on a Single Market for Digital Services (Digital Services Act). Retrieved from <https://eur-lex.europa.eu>
- Google, Temasek, Bain & Company. (2023). *e-Conomy SEA 2023 Report*. Retrieved from <https://economysea.withgoogle.com>
- Kartini Muljadi. (2005). *Hukum Perikatan: Perikatan yang Lahir dari Perjanjian*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Marzuki, P. M. (2005). *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana.
- Nugroho, I. (2021). “Asimetri Informasi dalam Transaksi E-Commerce dan Implikasinya terhadap Perlindungan Konsumen”. *Jurnal Hukum dan Ekonomi Digital*, 3(2), 112–125.
- OECD. (2016). *Guidelines for Consumer Protection in the Context of E-Commerce*. Paris: OECD Publishing.
- Putri, A. F., & Zulaikha, N. (2020). “Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Platform E-Commerce dalam Perspektif Hukum Indonesia”. *Jurnal Ilmu Hukum*, 7(1), 88–101.
- Sjahdeini, S. R. (2006). *Kebebasan Berkontrak dan Perlindungan yang Seimbang bagi Para Pihak*. Jakarta: Institut Bankir Indonesia.
- Soekanto, S., & Mamudji, S. (2006). *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Subekti, R. (2020). *Hukum Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, sebagaimana telah diubah dengan UU No. 19 Tahun 2016.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

- Utami, R. D. (2021). "Tanggung Jawab Platform E-Commerce terhadap Konsumen dalam Transaksi Digital". *Jurnal Hukum Bisnis Digital*, 4(1), 45-60.
- Yusuf, H. (2022). "Perlindungan Konsumen Digital di Indonesia: Antara Regulasi dan Implementasi". *Jurnal Legislasi Indonesia*, 19(3), 305-320.