

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli *Online* Melalui Platform *Marketplace* di Indonesia

Medi Terania¹, Gunardi Lie²

^{1,2}Fakultas Hukum, Universitas Tarumanagara

Email: medi.205240057@stu.untar.ac.id, gunardi@fh.untar.ac.id

Abstract Perkembangan transaksi *online* melalui platform *marketplace* menghadirkan tantangan baru terkait dengan memberikan penegakkan hak melalui hukum berhubungan dengan konsumen. Satu dari sekian masalah yang timbul adalah ketidakseimbangan interaksi antara pembeli dan pelaku usaha, ideal mengenai akses informasi, sumber daya, maupun jalur hukum. Banyak konsumen di Indonesia belum sepenuhnya menyadari hak-hak hukum yang dimiliki, contohnya adalah hak untuk mengakses dan mendapatkan informasi yang akurat, hak terkait dengan keselamatan, serta hak dalam rangka mengajukan gugatan seandainya mengalami kerugian. Kurangnya pemahaman ini membuat banyak konsumen tidak melanjutkan kasus yang mereka hadapi melalui jalur hukum, bahkan dalam situasi penipuan. Di sisi lain, pelaku usaha dan platform *marketplace* biasanya memiliki keuntungan dalam akses informasi, penguasaan sumber daya, serta dukungan hukum yang memadai, yang semakin memperlebar jurang kekuatan antara kedua pihak. Kondisi ini menunjukkan bahwa akses keadilan bagi konsumen, khususnya bagi konsumen kecil, masih sangat terbatas dalam praktik perdagangan digital di Indonesia. Diperlukan keterlibatan aktif dari pemerintah, lembaga perlindungan konsumen, dan penyedia platform untuk membangun tata kelola perlindungan yang lebih seimbang dan dapat dijangkau oleh seluruh elemen masyarakat.

Abstract: *The growth of online transactions through marketplace platforms presents new challenges in terms of legal rights protection for customers. One of the primary issues that emerges is the imbalance between consumers and businesses, both in terms of access to information, resources, and legal channels. Many consumers in Indonesia are not fully aware of their legal rights, including the right to obtain correct and reliable information, the right to security, as well as the right to file a lawsuit if they suffer losses. This lack of understanding prevents many consumers from pursuing their cases through legal channels, even in cases of fraud. On the other hand, businesses and marketplace platforms usually possess an edge when it comes to accessing information, control of resources, and adequate legal support, which further widens the power gap between the two parties. This situation shows that access to justice for consumers, especially small consumers, continues to be minimal in the application of digital commerce in Indonesia. Active involvement from the government, consumer protection agencies, and platform providers is needed to build a more balanced legal protection system that is accessible to all elements of society.*



<https://doi.org/10.5281/zenodo.17156678>

Article History

Received: Auguts 15, 2025

Revised: August 22, 2025

Published: September 9, 2025

Kata kunci:

Perlindungan Hukum, Marketplace, Akses Keadilan, Perdagangan Digital

Keywords:

Legal Protection, Marketplace, Access to Justice, Digital Trade

This is an open-access article under the
[CC-BY-SA License](#).

PENDAHULUAN

Dalam masa globalisasi yang berlangsung sekarang, kemajuan teknologi telah membawa banyak sekali perubahan pesat dalam berbagai jenis aspek kehidupan seperti sektor perdagangan, telekomunikasi, kesehatan, transportasi dan aspek lainnya yang memudahkan dalam memenuhi keperluan pokok masyarakat.¹ Kemajuan teknologi digital dalam belakangan ini telah memberikan banyak sekali dampak terhadap manusia dalam gaya hidup yang awalnya tradisional menjadi modern. Awalnya, masyarakat Melaksanakan pembelian dan penjualan secara langsung atau langsung bertatap muka dengan penjual, dan sekarang Lambat laun bertransformasi menjadi tren baru. Gaya baru tersebut adalah masyarakat melakukan kegiatan transaksi komersial dengan sarana berbasis internet atau perdagangan elektronik. Transaksi *online* itu adalah metode baru dalam aktivitas

¹ R. Harsono, "Dampak Teknologi Digital terhadap Perilaku Konsumen," Jurnal Teknologi dan Masyarakat, Vol. 10, No. 2, 2023, hlm. 112-113.

perdagangan yang mengoptimalkan perkembangan teknologi informasi. Saat ini, banyak badan usaha maupun konsumen yang beralih melakukan jual beli secara *online*.²

Masyarakat lebih memilih belanja *online* karena konsumen mendapatkan manfaat serta dinilai dapat memberikan kemudahan. Misalnya ketika konsumen ingin membeli barang yang diinginkan, konsumen tidak lagi harus datang pergi menuju toko hanya untuk memperoleh produk yang diperlukan, terlebih lagi apabila letak lokasi toko tersebut jauh. Jelas hal ini dapat memberikan kemudahan bagi konsumen karena dapat menghemat waktu dan membuat proses jual beli menjadi lebih praktis. Untuk memenuhi kebutuhan akan efisiensi tersebut, berbagai inovasi digital mulai dikembangkan yang dapat mendukung proses jual beli secara *online*.

Salah satu bentuk inovasi dari perkembangan digital melalui munculnya platform *marketplace*, yaitu merupakan platform yang menyediakan tempat aktivitas perdagangan daring yang dapat menghubungkan interaksi antara penjual dan pembeli dalam satu sistem terintegrasi. Beberapa contoh situs perdagangan elektronik yang banyak dipakai di Indonesia adalah Tokopedia, Shopee, Lazada, dan Bukalapak. Melalui beberapa platform ini, konsumen dapat melakukan transaksi tanpa batas waktu, dan dapat membeli berbagai produk atau jasa tanpa harus berkunjung ke toko fisik, cukup dengan memanfaatkan perangkat elektronik dan koneksi internet tanpa melakukan kontak langsung secara tatap muka dengan penjual.

Kemudahan yang ditawarkan *marketplace* membuat masyarakat semakin tertarik dengan transaksi daring. Namun, dibalik kemudahan tersebut, terdapat pula risiko yang dapat dirasakan oleh konsumen. Dalam kenyataannya, banyak sekali konsumen yang mengalami kerugian, misalnya kualitas barang tidak sesuai dengan yang tercantum dalam deskripsi, terjadi keterlambatan pada saat pengiriman, barang yang tidak dikirim oleh penjual dan bahkan berpotensi penyalahgunaan data pribadi.³

Salah satu peristiwa yang muncul pada tahun 2020, yang dimana seorang konsumen membeli laptop seharga Rp.7 juta melalui salah satu platform *marketplace* yaitu Shopee. Setelah sistem menyatakan transaksi telah berhasil dan tercatat bahwa barangnya telah diterima, ternyata barang tersebut belum sampai ke tangan pembeli. Ketika pembeli mencoba untuk menghubungi penjual, namun tidak membuahkan hasil, dan ketika pembeli mengajukan pengembalian dana (*refund*) namun ditolak oleh pihak platform. Dikarenakan konsumen tersebut merasa dirugikan dan tidak mendapatkan perlindungan yang semestinya, Konsumen akhirnya melaporkan kasus ini ke Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI)⁴.

Kasus tersebut mencerminkan bahwa lemahnya posisi konsumen dalam sistem *marketplace* digital di Indonesia dan menunjukkan bahwa belum jelasnya pembagian tanggung jawab hukum antara pelaku usaha dan platform. Hal ini yang dapat mengakibatkan ketidakjelasan mengenai siapa yang seharusnya bertanggung jawab apabila konsumen mengalami kerugian. Permasalahan tersebut menunjukkan meskipun transaksi *online* terlihat sederhana, kaitan hukum antara konsumen, pelaku usaha, serta platform *marketplace* sebenarnya cukup rumit. Posisi konsumen menjadi lemah akibat minimnya pemahaman hukum, terbatasnya akses keadilan, serta belum adanya kejelasan mengenai tanggung jawab antara penjual dan platform. Disisi lain, regulasi yang sedang berlaku, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen⁵ dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik⁶ sebenarnya sudah menetapkan hak dan perlindungan bagi konsumen. Namun, penerapan aturan tersebut dalam ranah *marketplace* masih menghadapi berbagai kendala, terutama dalam aspek penegakan hukum dan kepastian tanggung jawab saat terjadi sengketa.

Oleh karena itu, penting untuk melakukan kajian mendalam mengenai bagaimana jenis jaminan hukum yang tersedia bagi konsumen dalam aktivitas perdagangan *online* melalui platform *marketplace*. Selain itu, perlu dilakukan evaluasi terhadap seberapa efektif penerapan regulasi yang saat ini berlaku dalam mengatur aktivitas tersebut. Upaya ini diperlukan agar kemajuan teknologi di sektor perdagangan

² Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, *Data Statistik E-Commerce Indonesia 2023*, Jakarta: Kemendag RI, 2023.

³ Siti Nurjanah, *Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Online*, Jakarta: Rajawali Pers, 2022, hlm. 45–47.

⁴ CNN Indonesia, “Konsumen Rugi Rp7 Juta di Shopee, YLKI Turun Tangan”, 2020; YLKI, *Laporan Pengaduan Konsumen*, 2020.

⁵ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4–5.

⁶ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

tidak hanya memberikan kemudahan, tetapi juga dapat memastikan adanya perlindungan hukum yang adil bagi konsumen, yang merupakan pihak yang rentan dalam ekosistem transaksi digital.

METODE PENELITIAN

Strategi penelitian yang dipilih oleh penulis adalah metode analisis yuridis normatif, yaitu berarti pendekatan yang berfokus pada studi dan analisis ketentuan hukum positif yang berlaku secara resmi di Indonesia,⁷ meliputi peraturan perundang-undangan, pandangan para ahli hukum, dan juga sumber-sumber referensi yang memiliki relevansi dengan jaminan hukum bagi konsumen saat melakukan pembelian melalui platform internet melalui *platform marketplace* di Indonesia. Penelitian ini dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*), dengan mengandalkan data yang telah diparafrasekan dari berbagai data sekunder yang didapat dari berbagai sumber seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), artikel ilmiah, artikel hukum, serta putusan-putusan pengadilan yang relevan⁸. Bahan yang sudah dihimpun akan ditinjau secara kualitatif dengan menguraikan secara sistematis isi dari norma-norma hukum dan kesesuaiannya dengan isu yang dibahas, guna menghasilkan kesimpulan yang logis dan dapat dipertanggungjawabkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli *Online* melalui *Platform Marketplace* di Indonesia

Penegakkan hak ketentuan hukum terkait hak konsumen dalam transaksi proses jual-membeli via jaringan internet menggunakan *marketplace* di Indonesia telah dikelola melalui kebijakan hukum resmi, diantaranya yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).⁹ Peraturan perundang-undang terkait telah menjadi landasan hukum melindungi hak-hak konsumen, khususnya dalam menjaga risiko yang muncul dari transaksi digital melalui *marketplace*. UUPK harus memberikan kepastian hukum atas kewenangan konsumen mencakup hak untuk memperoleh keterangan yang valid, kewenangan untuk mendapatkan kenyamanan dan keamanan ketika menggunakan barang atau jasa yang telah dibeli, serta hak mendapatkan ganti rugi apabila terjadi kerugian.¹⁰

Sebagaimana yang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, bagian dari hak fundamental yang perlu dijamin adalah kepastian hukum. Masalah yang muncul dalam memastikan kepastian hukum pada *e-commerce* mencakup berbagai hal, seperti validasi transaksi bisnis dari sudut pandang hukum perdata. Perkara lain yang muncul berkaitan dengan kepastian keabsahan data, perlindungan privasi dokumen, kewajiban membayar pajak, serta masalah yurisdiksi dan penerapan hukum apabila terjadinya sengketa.¹¹

Sementara itu, UU ITE memuat aspek-aspek hukum yang berkaitan dengan transaksi elektronik, termasuk otentikasi, perlindungan terhadap keamanan data, dan penjaminan informasi pribadi konsumen yang sering kali menjadi isu dalam ruang lingkup kegiatan perdagangan berbasis digital.¹² Penetapan undang-undang yang berkaitan dengan transaksi *online* ini menunjukkan komitmen dan kesungguhan pemerintah dalam menetapkan regulasi dalam mengamankan kepentingan konsumen di Indonesia. Dalam praktiknya, *marketplace* memiliki tanggung jawab sebagai penyedia layanan untuk menyuguhkan sistem yang terlindungi dan dapat diandalkan dalam mendukung proses transaksi bisnis antara penjual dan pembeli. Platform-platform ternama seperti Shopee dan Tokopedia bahkan menggunakan sistem *escrow* (rekening bersama),¹³ dimana pembayaran dari pembeli ditahan terlebih dahulu dan baru diserahkan kepada penjual setelah barang diterima dengan baik oleh konsumen.

⁷ Soerjono Soekanto & Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif*, Rajawali yangt didPers.

⁸ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kencana

⁹ Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 dan UU No. 11 Tahun 2008

¹⁰ Pasal 4 dan 5, UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

¹¹ Siti Nurjanah, *Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Online*, Rajawali Pers, 2022

¹² UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

¹³ Arif Ismunandar & Citra I. Wulandari, "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce," *Jurnal Teknologi Informasi*

Meskipun telah ditetapkan aturan perlindungan legal, dalam kenyataannya perlindungan secara hukum terhadap pelanggan dalam transaksi *marketplace* belum optimal. Seringkali ditemukan bahwa *marketplace* hanya bertindak sebagai penyedia platform saja dan menghindari pertanggungjawaban atas konsumen yang dirasakan oleh konsumen sendiri yang diakibatkan dari penjual.¹⁴ Padahal secara hukum, *marketplace* bisa dianggap sebagai pelaku usaha karena mendapatkan keuntungan dari transaksi tersebut.

Dapat dibuktikan melalui kasus nyata yang dialami oleh seorang konsumen yang membeli barang di platform Shopee pada tahun 2020, pembeli tersebut kehilangan uang sebesar Rp7 juta karena barang tersebut tidak dikirimkan,¹⁵ hal ini menunjukkan adanya ketidakseimbangan posisi interaksi antara pembeli dan pelaku usaha, serta lemahnya prosedur penyelesaian konflik dan belum jelasnya tanggung jawab platform dalam memberikan jaminan hak-hak konsumen. Dalam hal ini, peran negara sangat krusial untuk mempertegas regulasi mengenai batas tanggung jawab platform, termasuk pemberian sanksi apabila *marketplace* terbukti lalai atau gagal mengambil langkah preventif terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh penjual yang bekerja sama dengan mereka.¹⁶

Kendala yang Dihadapi Konsumen dalam Mendapatkan Perlindungan Hukum Saat Terjadi Sengketa Transaksi di *Marketplace*

Meskipun keterikatan putusan hukum terhadap konsumen telah dijabarkan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE),¹⁷ dalam pelaksanaannya, konsumen masih sering menghadapi kendala ketika terjadi sengketa pada transaksi perdagangan melalui *marketplace*. Sejumlah kendala tersebut mencakup komponen struktural, prosedural, dan substansi hukum.

a. Tidak Jelasnya Tanggung Jawab *Marketplace*

Salah satu isu utama terletak pada ketidakjelasan posisi hukum dan tanggung jawab platform *marketplace*. Banyak *marketplace* menyatakan dirinya semata-mata hanya berfungsi sebagai fasilitator dan tidak memiliki tanggung jawab secara langsung pada transaksi antara penjual dan pembeli.¹⁸ Akibatnya, ketika terjadi sengketa seperti barang tidak sampai, tidak sesuai, terjadi kerugian atau penipuan, konsumen akan diarahkan untuk menyelesaikan masalah tersebut secara langsung dengan penjual. Dalam banyak kasus, penjual sering sekali tidak dapat dihubungi atau kabur dari tanggung jawabnya.¹⁹ Karena itu, konsumen akan kesulitan untuk menuntut ganti rugi dari pihak *marketplace*. Padahal dalam kenyataannya pihak penyedia platform memperoleh keuntungan besar dalam transaksi yang terjadi, dan ikut membentuk sistem transaksi tersebut.

Hal ini menimbulkan ketimpangan tanggung jawab antara pelaku usaha dan penyedia platform. *Marketplace* cenderung berlindung di balik label sebagai “penyedia layanan teknologi” dan membebaskan tanggung jawab kepada penjual, Padahal mereka memiliki peran besar mengatur sistem transaksi, penyimpanan dana (*escrow*), serta kebijakan dalam menyelesaikan sengketa.

b. Sulitnya Mengakses Proses Penyelesaian Sengketa

Marketplace pada umumnya menyediakan pusat bantuan konsumen (*customer service*), namun mekanisme ini dilakukan dengan kurangnya transparansi, tidak efisien, dan tidak memberikan perlindungan terhadap konsumen. Selain itu proses pengembalian dana (*refund*), pengajuan komplain, dan tuntutan ganti rugi cenderung menyesatkan konsumen. Ketika konsumen memilih menempuh jalur hukum, proses tersebut dapat memakan waktu, biaya, dan energi yang tidak sebanding dengan akibat kerugian yang dirasakan.

Berdasarkan penelitian yang diciptakan oleh Yanci Libria Fista dkk (2023), sebagian konsumen akan lebih memilih tidak melanjutkan sengketa ke jalur pengadilan karena prosedur yang sulit dan kecilnya kemungkinan konsumen mendapatkan penyelesaian yang menguntungkan.²⁰ Kondisi ini

¹⁴ Fially Claude Makasuci, *Perlindungan Hukum Konsumen di Shopee*, JIST

¹⁵ Laporan YLKI 2020, tersedia di: <https://ylki.or.id/kasus-penipuan-shopee-2020>

¹⁶ Elyana Patricia, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam E-Commerce,” *Judicatum*, 2022

¹⁷ UU No. 8 Tahun 1999 dan UU No. 11 Tahun 2008

¹⁸ Fially Claude Makasuci, “Marketplace dan Perlindungan Konsumen,” *JIST*, 2022

¹⁹ YLKI, *Laporan Perlindungan Konsumen Digital 2020*, Jakarta, 2021

²⁰ Yanci Libria Fista et al., *Akses Keadilan Konsumen di Marketplace*, 2023

menunjukkan bahwa terbatasnya akses keadilan (*access to justice*), terutama bagi konsumen kecil yang lebih berdampak.

c. Minimnya Pemahaman Hukum Konsumen

Sebagian besar konsumen di Indonesia belum sepenuhnya memahami hak-haknya secara hukum. Mereka tidak mengetahui bahwa mereka juga memiliki Hak memperoleh informasi yang akurat dan terpercaya, serta hak untuk mendapatkan perlindungan keamanan, dan bahkan hak untuk menggugat pelaku usaha yang merugikan.²¹ Karena minimnya pemahaman ini membuat konsumen tidak melaporkan dan menindaklanjuti kasus tersebut melalui jalur hukum.

Disisi lain, pelaku usaha maupun platform memiliki keunggulan dalam memperoleh informasi, memiliki sumber daya yang lebih besar dan kemudahan akses hukum yang membuat kesenjangan kekuatan antara pelaku usaha dan konsumen. Bahkan dalam kasus penipuan, banyak konsumen yang hanya mengeluh di media sosial tanpa membawa kasus tersebut ke jalur hukum atau melaporkan ke Lembaga Perlindungan Konsumen (LPK) seperti YLKI.²² Hal ini semakin menunjukkan bahwa terbatasnya akses terhadap keadilan (*access to justice*), khususnya bagi konsumen kecil yang tidak memiliki pengetahuan yang cukup, keberanian untuk menyuarakan, maupun sarana hukum untuk memperjuangkan haknya.

d. Lemahnya Penegakan Hukum

Walaupun kewajiban pelaku usaha sudah ditetapkan dalam UUPK dan UU ITE, namun belum ada pengaturan khusus yang secara berfokus pada peraturan mengenai *marketplace* sebagai subjek hukum dalam transaksi digital.²³ Ini menyebabkan implementasi hukum terhadap pelanggaran terhadap hak-hak konsumen dalam proses jual beli daring yang masih belum optimal. Karena tidak ada peraturan yang mengatur, membuat perlindungan hukum bersifat interpretatif dan bergantung dengan kebijakan masing-masing platform. Bahkan sering juga ditemukan ketika terjadinya sengketa diselesaikan berdasarkan kebijakan internal perusahaan (*terms and conditions*), yang cenderung lebih berpihak kepada platform itu sendiri atau pelaku usaha, bukan berpihak pada konsumen yang membutuhkan perlindungan.²⁴

SIMPULAN

Perkembangan teknologi digital telah menciptakan transformasi besar dalam pola transaksi jual beli di Indonesia, terutama ketika hadirnya platform *marketplace* seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak. Transaksi jual beli *online* dinilai lebih praktis dan efisien bagi masyarakat dalam memperoleh barang maupun jasa. Meskipun sudah menawarkan kemudahan, namun tetap saja terjadi kendala hukum yang dihadapi oleh konsumen, antara lain seperti tindakan penipuan, barang yang tidak sejalan, keterlambatan pengiriman, hingga pada penyalahgunaan data pribadi.

Upaya hukum yang melindungi hak konsumen dalam perdagangan elektronik telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Regulasi tersebut memberikan dasar hukum bagi konsumen untuk memperjuangkan haknya, baik terkait informasi, keamanan, serta kompensasi terhadap kerugian yang ditimbulkan. Meskipun telah diatur secara hukum, penerapan perlindungan hukum konsumen dalam kenyataannya belum berjalan secara maksimal, terutama ketika transaksi dilakukan melalui perantara platform *marketplace*.

Permasalahan utama yang dihadapi konsumen dalam upaya memperoleh perlindungan hukum di platform *marketplace* adalah tidak jelasnya pembagian tanggung jawab antara pelaku usaha (penjual) dan pihak penyedia platform. Dalam banyak kasus, platform cenderung melepaskan diri dari tanggung jawab atas sengketa, dengan menyatakan dirinya hanya sebagai penyedia layanan teknologi. Selain itu, mekanisme penyelesaian sengketa di *marketplace* sering kali tidak transparan, lambat, dan kurang memihak kepada konsumen. Minimnya pemahaman hukum dari konsumen serta lemahnya penegakan hukum atas pelanggaran yang terjadi semakin memperlemah posisi konsumen dalam transaksi digital.

²¹ Siti Nurjanah, *ibid.*, hlm. 45–46

²² YLKI, *Laporan Pengaduan Konsumen 2020*, tersedia di: <https://ylki.or.id>

²³ R. Harsono, “Kekosongan Regulasi dalam E-Commerce,” *Jurnal Hukum dan Teknologi*, 2023

²⁴ Elyana Patricia, *ibid.*, hlm. 114–116

Dengan demikian, diperlukan upaya konkret untuk memperjelas regulasi dan penegakan hukum yang lebih jelas, terutama dalam menetapkan tanggung jawab hukum *marketplace* terhadap kerugian konsumen. Pemerintah juga memiliki peran penting dalam mendorong edukasi hukum bagi masyarakat, memperluas akses terhadap mekanisme penyelesaian sengketa yang adil dan efisien, serta menciptakan sistem perlindungan hukum yang lebih responsif. Hal ini penting agar kemajuan teknologi di sektor perdagangan digital tidak hanya memberikan kemudahan, tetapi juga menjamin perlindungan dan keadilan, khususnya bagi konsumen sebagai pihak yang paling rentan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya sebagai penulis mengungkapkan rasa terima kasih yang mendalam kepada Prof. Gunardi selaku dosen pengampu mata kuliah Hukum Bisnis dan Pak Moody selaku asisten dosen yang sudah membimbing dan memberikan petunjuk berharga selama saya mengerjakan artikel ini. Rasa terima kasih yang begitu besar juga saya sampaikan kepada teman saya yang telah sabar dalam menemani proses pengerjaan artikel ini, terutama ketika saya merasa lelah ataupun menghadapi kesulitan dalam memperbaiki tata bahasa dalam artikel ini hingga selesai dengan baik. Tidak lupa saya panjatkan puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas rahmat, kasih karunia hingga izin yang diberikan kepada saya sehingga artikel ini dapat terselesaikan dengan baik.

REFERENSI

- Dana, H. S., dkk (2024). Perlindungan Konsumen Dalam Perdagangan Elektronik (e-commerce). *Jurnal Kajian Hukum dan Pendidikan Kewarganegaraan*. 1(1), 82-86
- Fista, Y. L., dkk (2023). Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Binamulia Hukum*, 7(1), 117-189
- Himmah, F. dan Karim M. (2025). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia: Tinjauan Terhadap Ketidaksesuaian Barang. *Begawan Abioso*, 16(1)
- Krisnawati, S., dan Faslah, R. (2025). Perlindungan Hukum Konsumen E-Commerce: Perspektif Undang-Undang dan Praktik Lapangan. *MUSYTARI: Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi*, 19(3)
- Kusuma, I. B. W. W., dkk (2025). Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Konsumen Pada Pembelian Barang di Marketplace. *Jurnal Analogi Hukum*, 7(1), 64-70.
- Pembayun, E. P. dan Gunawan, A. F (2025). Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Digital: Tinjauan terhadap Implementasi UU Perlindungan Konsumen di Marketplace, *Jurnal Fakta Hukum*, 3(2), 84-94.
- Makasuci, F. C. dan Gultrom, E. (2021). Perlindungan Hukum bagi Konsumen atas Transaksi Barang Elektronik melalui Transaksi Jual-Beli Online Shopee. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(7), 1155-1172.
- Rusmawati, D. E. (2013). Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi E-Commerce. *Jurnal Ilmu Hukum*, 7(2), 193-201
- Soeharso, S. Y., dkk (2022). Perlindungan Konsumen pada Platform E-Commerce di Indonesia: Perspektif Hukum Positif dan Teori Hukum. *Jurnal Legal Reasoning*, 7(2), 114-142
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.