

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI MARKETPLACE

Legal Protection for Consumers Engaging in Marketplace Transactions

Annisa Hidayati

Universitas Achmad Yani Banjarmasin

* annisahidayati@uay.ac.id

Abstrak:

Perkembangan marketplace sebagai sarana perdagangan digital memberikan kemudahan bagi konsumen, tetapi juga menimbulkan berbagai persoalan hukum, seperti ketidaksesuaian barang, kerugian konsumen, ketidakjelasan tanggung jawab pelaku usaha, dan risiko penyalahgunaan data pribadi. Penelitian ini bertujuan menganalisis perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi marketplace di Indonesia. Penelitian menggunakan metode hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan, konseptual, dan kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan konsumen telah didukung oleh berbagai regulasi, termasuk Undang-Undang Perlindungan Konsumen, regulasi perdagangan elektronik, dan perlindungan data pribadi. Namun, efektivitas perlindungan masih memerlukan penguatan pengawasan, transparansi, akuntabilitas platform, keamanan data, dan mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif.

Kata kunci: Perlindungan Konsumen; Marketplace; Transaksi Elektronik; Pelaku Usaha; Data Pribadi; Perlindungan Hukum.

Abstract:

The development of marketplaces as digital commerce platforms provides convenience for consumers but also creates various legal issues, including product discrepancies, consumer losses, unclear business liability, and risks of personal data misuse. This study aims to analyze legal protection for consumers in marketplace transactions in Indonesia. This research employs normative legal research using statutory, conceptual, and case approaches. The findings indicate that consumer protection is supported by various regulations, including the Consumer Protection Law, electronic commerce regulations, and personal data protection legislation. However, effective protection still requires stronger supervision, transparency, platform accountability, data security, and accessible dispute resolution mechanisms.

Keywords: Consumer Protection; Marketplace; Electronic Transactions; Business Actors; Personal Data; Legal Protection.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan fundamental terhadap pola perdagangan dan hubungan hukum antara pelaku usaha dengan konsumen. Perdagangan yang sebelumnya dilakukan secara konvensional melalui pertemuan langsung antara penjual dan pembeli kini semakin bergeser menuju transaksi elektronik (electronic commerce). Salah satu bentuk perkembangan tersebut adalah meningkatnya penggunaan marketplace sebagai platform digital yang mempertemukan pelaku usaha dan konsumen dalam suatu sistem elektronik. Perubahan tersebut memberikan berbagai kemudahan bagi masyarakat dalam memperoleh barang dan/atau jasa, membandingkan harga, melakukan pembayaran, serta memperoleh layanan pengiriman tanpa harus melakukan transaksi secara langsung. Perkembangan transaksi elektronik tersebut sekaligus

menunjukkan bahwa aktivitas perdagangan digital telah menjadi bagian penting dari kehidupan ekonomi masyarakat.

Kemudahan transaksi melalui marketplace pada sisi lain menimbulkan persoalan hukum yang semakin kompleks. Karakteristik transaksi elektronik menyebabkan konsumen tidak dapat memeriksa kondisi barang secara langsung sebelum melakukan pembelian. Konsumen pada umumnya hanya mengandalkan informasi yang disediakan dalam platform, seperti foto produk, deskripsi, harga, ulasan, dan penilaian pengguna. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan ketidakseimbangan informasi (*information asymmetry*) antara pelaku usaha dan konsumen. Penelitian Makasuci dan Gultom (2021) menunjukkan bahwa karakteristik transaksi daring yang tidak mempertemukan konsumen dan pelaku usaha secara langsung meningkatkan risiko terjadinya pelanggaran terhadap hak-hak konsumen. Kondisi serupa juga ditemukan dalam kajian mengenai transaksi elektronik di Indonesia yang menunjukkan bahwa keberadaan regulasi belum sepenuhnya menghilangkan berbagai persoalan dalam implementasi perlindungan konsumen (Lutfianidha et al., 2024).

Permasalahan perlindungan konsumen dalam marketplace dapat muncul dalam berbagai bentuk, antara lain barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi, barang rusak atau cacat, keterlambatan pengiriman, barang palsu, pembatalan transaksi secara sepihak, hingga barang tidak diterima setelah konsumen melakukan pembayaran. Kompleksitas tersebut semakin meningkat karena transaksi marketplace tidak hanya melibatkan konsumen dan pelaku usaha, tetapi juga penyelenggara platform, penyedia sistem pembayaran, dan perusahaan jasa pengiriman. Dengan demikian, ketika konsumen mengalami kerugian, muncul persoalan mengenai pihak yang harus bertanggung jawab serta sejauh mana tanggung jawab hukum masing-masing pihak dapat dibebankan.

Dalam perspektif hukum perlindungan konsumen, hubungan antara pelaku usaha dan konsumen harus dilandasi prinsip keseimbangan, kepastian hukum, keadilan, keamanan, dan kemanfaatan. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan dasar hukum mengenai hak dan kewajiban konsumen, kewajiban pelaku usaha, larangan bagi pelaku usaha, tanggung jawab pelaku usaha, serta mekanisme penyelesaian sengketa konsumen (Republik Indonesia, 1999). Salah satu hak fundamental konsumen adalah memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Prinsip tersebut memiliki relevansi yang kuat dalam transaksi marketplace karena keputusan konsumen untuk membeli suatu produk sangat bergantung pada informasi yang ditampilkan oleh pelaku usaha melalui platform digital.

Perlindungan konsumen dalam transaksi marketplace juga memiliki keterkaitan dengan hukum perdagangan melalui sistem elektronik. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik memberikan kerangka hukum terhadap penyelenggaraan perdagangan yang dilakukan melalui sistem elektronik, termasuk mengenai kewajiban pelaku usaha dan penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik serta perlindungan terhadap konsumen (Republik Indonesia, 2019). Keberadaan regulasi tersebut menunjukkan bahwa

transaksi digital tidak dapat dilepaskan dari prinsip perlindungan hukum yang berlaku dalam transaksi perdagangan konvensional, meskipun media dan mekanisme transaksinya mengalami perubahan.

Perkembangan perdagangan digital yang semakin dinamis juga menyebabkan regulasi harus terus menyesuaikan diri dengan perubahan model bisnis dan teknologi. Pada tahun 2026, pemerintah menerbitkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2026 tentang Penyelenggaraan Usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Regulasi tersebut menjadi perkembangan penting dalam pengaturan perdagangan melalui sistem elektronik dan menggantikan pengaturan sebelumnya. Perubahan regulasi tersebut menunjukkan bahwa aktivitas perdagangan digital merupakan bidang yang terus berkembang sehingga membutuhkan instrumen hukum yang adaptif terhadap perubahan teknologi dan model bisnis digital (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2026).

Selain persoalan mengenai barang dan/atau jasa, perlindungan konsumen dalam transaksi marketplace juga berkaitan erat dengan perlindungan data pribadi. Dalam melakukan transaksi, konsumen menyerahkan berbagai informasi pribadi, seperti nama, nomor telepon, alamat, informasi pembayaran, dan data lain yang diperlukan untuk menyelesaikan transaksi. Pengumpulan dan pemrosesan data tersebut memberikan manfaat bagi kelancaran transaksi, tetapi sekaligus menimbulkan risiko penyalahgunaan, akses tidak sah, dan kebocoran data pribadi. Wirayoga dan Wisanjaya (2024) menunjukkan bahwa perlindungan data pribadi merupakan salah satu persoalan penting dalam transaksi e-commerce karena posisi konsumen cenderung lebih lemah dibandingkan pihak yang menguasai sistem dan data transaksi.

Perlindungan terhadap data pribadi konsumen memperoleh landasan hukum melalui Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi. Undang-undang tersebut memberikan pengaturan mengenai hak subjek data pribadi, prinsip pemrosesan data pribadi, kewajiban pengendali dan prosesor data pribadi, serta mekanisme penyelesaian sengketa dan pemberian sanksi terhadap pelanggaran (Republik Indonesia, 2022). Dengan demikian, perlindungan konsumen dalam transaksi marketplace tidak lagi terbatas pada perlindungan terhadap barang dan/atau jasa, tetapi juga mencakup perlindungan atas data pribadi yang diserahkan konsumen dalam proses transaksi.

Permasalahan lainnya berkaitan dengan mekanisme penyelesaian sengketa. Konsumen yang mengalami kerugian pada transaksi marketplace pada umumnya terlebih dahulu menggunakan mekanisme pengaduan yang disediakan oleh platform. Meskipun mekanisme tersebut dapat memberikan kemudahan dan efisiensi, kedudukan serta tanggung jawab platform dalam menyelesaikan sengketa tetap menjadi persoalan hukum yang perlu dikaji. Penelitian terbaru mengenai sengketa konsumen dalam marketplace menunjukkan bahwa persoalan seperti barang tidak sesuai deskripsi, keterlambatan pengiriman, penipuan, dan paket hilang masih menjadi bentuk sengketa yang perlu mendapatkan perhatian dari perspektif perlindungan konsumen (Arviani et al.,

2026). Hal tersebut menunjukkan bahwa keberadaan mekanisme pengaduan digital belum dengan sendirinya menjamin terpenuhinya hak konsumen secara optimal.

Di sisi lain, perkembangan transaksi elektronik juga menunjukkan bahwa perlindungan konsumen membutuhkan keterpaduan antara regulasi, pengawasan, tanggung jawab pelaku usaha, dan tanggung jawab penyelenggara platform. Penelitian mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce menunjukkan bahwa meskipun Indonesia telah memiliki sejumlah instrumen hukum, masih terdapat persoalan dalam implementasi perlindungan konsumen, khususnya terkait pemenuhan hak konsumen, keamanan data, tanggung jawab pelaku usaha, dan penyelesaian kerugian konsumen (Agista et al., 2022; Lutfianidha et al., 2024). Oleh sebab itu, penguatan perlindungan hukum harus diarahkan tidak hanya pada pembentukan regulasi, tetapi juga pada efektivitas penerapan dan pengawasan terhadap aktivitas perdagangan digital.

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat kebutuhan untuk mengkaji kembali perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi marketplace. Penelitian ini penting karena perkembangan perdagangan digital berlangsung secara cepat, sementara hubungan hukum yang terbentuk di dalamnya semakin kompleks. Kajian terhadap perlindungan konsumen perlu dilakukan dengan memperhatikan aspek hak konsumen, kewajiban dan tanggung jawab pelaku usaha, kedudukan penyelenggara marketplace, perlindungan data pribadi, serta mekanisme penyelesaian sengketa. Dengan pendekatan tersebut, perlindungan konsumen tidak hanya dipahami sebagai keberadaan norma hukum, tetapi juga sebagai upaya untuk mewujudkan keseimbangan dan kepastian hukum dalam hubungan antara konsumen, pelaku usaha, dan penyelenggara platform digital.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini berfokus pada perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi marketplace. Penelitian bertujuan untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam transaksi marketplace, mengkaji tanggung jawab pelaku usaha dan penyelenggara marketplace terhadap kerugian konsumen, serta menganalisis mekanisme penyelesaian sengketa yang dapat digunakan konsumen ketika haknya dilanggar. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan hukum perlindungan konsumen di era perdagangan digital sekaligus menjadi bahan pertimbangan dalam memperkuat regulasi dan mekanisme pengawasan terhadap penyelenggaraan marketplace di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif (*normative legal research*) yang bertujuan untuk menganalisis norma-norma hukum yang mengatur perlindungan konsumen dalam transaksi marketplace. Penelitian hukum normatif digunakan karena fokus kajian terletak pada analisis terhadap peraturan perundang-undangan, prinsip-prinsip hukum, doktrin hukum, serta literatur ilmiah yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dalam perdagangan melalui sistem elektronik.

Pendekatan ini digunakan untuk memperoleh pemahaman mengenai bagaimana hukum memberikan perlindungan dan kepastian hukum kepada konsumen dalam hubungan transaksi digital.

Pendekatan penelitian yang digunakan meliputi pendekatan perundang-undangan (statute approach), pendekatan konseptual (conceptual approach), dan pendekatan kasus (case approach). Pendekatan perundang-undangan digunakan untuk mengkaji berbagai ketentuan hukum yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dan transaksi elektronik, khususnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi, Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 19 Tahun 2026 tentang Penyelenggaraan Usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Pendekatan konseptual digunakan untuk menganalisis konsep-konsep hukum yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, tanggung jawab pelaku usaha, tanggung jawab penyelenggara marketplace, hak dan kewajiban konsumen, kepastian hukum, serta penyelesaian sengketa dalam transaksi elektronik. Pendekatan ini digunakan untuk menghubungkan ketentuan normatif dengan prinsip-prinsip hukum yang berkembang dalam literatur dan penelitian hukum mengenai perdagangan digital.

Selanjutnya, pendekatan kasus digunakan untuk mengkaji permasalahan atau sengketa yang berkaitan dengan transaksi marketplace, khususnya kasus yang menunjukkan adanya kerugian konsumen akibat barang yang tidak sesuai dengan deskripsi, barang rusak, keterlambatan atau kegagalan pengiriman, transaksi yang bermasalah, serta persoalan perlindungan data pribadi. Pendekatan kasus digunakan untuk melihat bagaimana norma hukum diterapkan dalam penyelesaian permasalahan konsumen serta bagaimana bentuk pertanggungjawaban hukum terhadap pihak yang menimbulkan kerugian.

Bahan hukum dalam penelitian ini terdiri atas bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Bahan hukum primer meliputi peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, transaksi elektronik, perdagangan melalui sistem elektronik, dan perlindungan data pribadi. Bahan hukum sekunder meliputi buku-buku hukum, artikel jurnal ilmiah, hasil penelitian, pendapat para ahli, serta publikasi akademik yang relevan dengan objek penelitian. Adapun bahan hukum tersier berupa kamus hukum, ensiklopedia hukum, dan sumber referensi lainnya yang digunakan untuk memperjelas istilah dan konsep hukum yang digunakan dalam penelitian.

Pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan (library research) dengan mengidentifikasi, menginventarisasi, dan menelaah bahan hukum yang relevan dengan permasalahan penelitian. Bahan hukum yang diperoleh kemudian diklasifikasikan berdasarkan relevansinya terhadap rumusan masalah, terutama mengenai bentuk perlindungan hukum konsumen, tanggung

jawab pelaku usaha dan penyelenggara marketplace, serta mekanisme penyelesaian sengketa konsumen dalam transaksi elektronik.

Analisis bahan hukum dilakukan secara kualitatif-preskriptif. Analisis kualitatif dilakukan dengan menguraikan dan menginterpretasikan norma hukum serta menghubungkannya dengan konsep dan teori perlindungan konsumen. Selanjutnya, analisis preskriptif digunakan untuk memberikan argumentasi hukum mengenai bagaimana seharusnya perlindungan konsumen diterapkan dalam transaksi marketplace dan bagaimana bentuk tanggung jawab hukum para pihak apabila konsumen mengalami kerugian. Penarikan kesimpulan dilakukan secara deduktif, yaitu dimulai dari ketentuan dan prinsip hukum yang bersifat umum kemudian digunakan untuk menganalisis persoalan khusus mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi marketplace.

Dengan metode tersebut, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kedudukan dan perlindungan hukum konsumen dalam transaksi marketplace serta memberikan argumentasi mengenai penguatan tanggung jawab hukum pelaku usaha dan penyelenggara platform digital dalam mewujudkan transaksi elektronik yang adil, aman, dan memberikan kepastian hukum bagi konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Bentuk Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Marketplace

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *marketplace* di Indonesia pada dasarnya telah memiliki landasan normatif yang cukup komprehensif. Perlindungan tersebut bersumber dari beberapa instrumen hukum yang saling berkaitan, terutama Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi, Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 19 Tahun 2026 tentang Penyelenggaraan Usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan posisi yang fundamental terhadap konsumen melalui pengakuan atas berbagai hak konsumen. Hak tersebut antara lain hak atas keamanan dan keselamatan dalam menggunakan barang dan/atau jasa, hak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur, hak untuk didengar pendapat dan keluhannya, hak memperoleh advokasi dan penyelesaian sengketa, serta hak memperoleh kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau ketentuan hukum (Republik Indonesia, 1999).

Dalam konteks *marketplace*, hak memperoleh informasi menjadi sangat penting karena konsumen tidak dapat melakukan pemeriksaan secara langsung terhadap barang yang akan dibeli. Informasi mengenai nama produk, spesifikasi, ukuran, bahan, kondisi, harga, ketersediaan, serta ketentuan pengiriman menjadi dasar bagi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Oleh karena itu, informasi yang diberikan oleh pelaku usaha melalui platform harus benar, jelas, dan tidak menyesatkan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa perlindungan konsumen dalam transaksi *marketplace* tidak hanya bersifat preventif, tetapi juga represif. Perlindungan preventif dilakukan melalui kewajiban pelaku usaha memberikan informasi yang benar serta larangan melakukan tindakan yang merugikan konsumen. Sementara itu, perlindungan represif diberikan melalui mekanisme pengaduan, pemberian kompensasi atau ganti rugi, dan penyelesaian sengketa apabila konsumen mengalami kerugian.

Perlindungan tersebut diperkuat melalui pengaturan perdagangan melalui sistem elektronik. PP Nomor 80 Tahun 2019 menempatkan informasi yang jelas dan dapat dipahami konsumen sebagai salah satu aspek penting dalam penyelenggaraan perdagangan elektronik. Perkembangan regulasi tersebut kemudian dilanjutkan melalui Permendag Nomor 19 Tahun 2026 yang memberikan kerangka pengaturan lebih mutakhir terhadap penyelenggaraan usaha perdagangan melalui sistem elektronik. Dengan demikian, secara normatif konsumen dalam transaksi *marketplace* memiliki sejumlah instrumen hukum untuk memperoleh perlindungan sebelum, selama, dan setelah transaksi dilakukan.

2. Tanggung Jawab Pelaku Usaha dan Penyelenggara Marketplace terhadap Kerugian Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggung jawab hukum dalam transaksi *marketplace* perlu dibedakan antara tanggung jawab pelaku usaha sebagai pihak yang menawarkan barang atau jasa dan tanggung jawab penyelenggara *marketplace* sebagai penyedia platform perdagangan elektronik. Pembedaan tersebut penting karena keduanya memiliki kedudukan dan fungsi yang berbeda dalam hubungan transaksi.

Pelaku usaha memiliki tanggung jawab utama terhadap barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Apabila barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan kesepakatan, mengalami kerusakan, memiliki kualitas yang tidak sesuai dengan informasi, atau terdapat cacat yang merugikan konsumen, pelaku usaha pada prinsipnya berkewajiban memberikan penyelesaian sesuai dengan ketentuan perlindungan konsumen. Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.

Dalam transaksi *marketplace*, bentuk tanggung jawab tersebut dapat berupa pengembalian dana, penggantian barang, perbaikan barang, atau bentuk kompensasi lainnya sesuai dengan kondisi dan ketentuan hukum yang berlaku. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan platform digital tidak menghapus tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen. Pelaku usaha tetap berkewajiban memastikan bahwa barang atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan informasi yang diberikan dan tidak menimbulkan kerugian bagi konsumen.

Persoalan menjadi lebih kompleks ketika konsumen mengalami kerugian akibat tindakan atau kelalaian penyelenggara *marketplace*. Penyelenggara platform memiliki peran penting dalam menyediakan sistem elektronik, menampilkan informasi produk, menyediakan fasilitas komunikasi antara konsumen dan pelaku usaha, memfasilitasi pembayaran, serta menyediakan mekanisme pengaduan dan penyelesaian sengketa internal. Oleh karena itu, penyelenggara *marketplace* tidak dapat sepenuhnya dipandang hanya sebagai pihak yang bersifat pasif apabila terdapat kewajiban hukum tertentu yang dibebankan kepadanya oleh peraturan perundang-undangan.

Dalam perspektif perlindungan konsumen, tanggung jawab penyelenggara *marketplace* perlu dilihat berdasarkan fungsi dan keterlibatannya dalam transaksi. Semakin besar kontrol platform terhadap proses transaksi, informasi, pembayaran, promosi, dan penyelesaian pengaduan, semakin penting pula penerapan prinsip akuntabilitas dan transparansi. Pendekatan tersebut diperlukan untuk mencegah terjadinya kekosongan tanggung jawab ketika konsumen mengalami kerugian tetapi pelaku usaha dan penyelenggara platform saling melepaskan tanggung jawab.

Penelitian juga menemukan bahwa perkembangan *marketplace* menghadirkan bentuk hubungan hukum yang bersifat multipihak. Konsumen tidak hanya berhubungan dengan pelaku usaha, tetapi juga berinteraksi dengan penyelenggara platform, penyedia layanan pembayaran, dan penyedia jasa pengiriman. Kondisi ini dapat menyebabkan konsumen mengalami kesulitan dalam menentukan pihak yang harus dimintai pertanggungjawaban. Oleh sebab itu, diperlukan pembagian tanggung jawab yang lebih jelas berdasarkan sumber kerugian dan peran masing-masing pihak.

3. Perlindungan Data Pribadi Konsumen dalam Transaksi Marketplace

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan konsumen dalam transaksi *marketplace* telah mengalami perluasan dari perlindungan terhadap barang dan jasa menuju perlindungan terhadap data pribadi. Dalam transaksi digital, data konsumen merupakan bagian penting yang diperlukan untuk memproses pembelian dan pengiriman barang. Namun, data tersebut juga memiliki nilai ekonomi dan berpotensi disalahgunakan apabila tidak dikelola secara aman.

Konsumen biasanya memberikan data berupa nama, alamat, nomor telepon, alamat surat elektronik, informasi pembayaran, dan data lainnya kepada sistem *marketplace*. Berdasarkan Undang-

Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi, pemrosesan data pribadi harus dilakukan berdasarkan prinsip dan ketentuan hukum yang berlaku. Konsumen sebagai subjek data pribadi memiliki hak tertentu atas data pribadinya, sedangkan pihak yang melakukan pemrosesan data memiliki kewajiban untuk memastikan keamanan dan perlindungan data tersebut (Republik Indonesia, 2022).

Dalam konteks transaksi *marketplace*, prinsip transparansi menjadi penting karena konsumen harus mengetahui bagaimana data mereka dikumpulkan, digunakan, disimpan, dan dalam kondisi tertentu dibagikan kepada pihak lain. Kurangnya transparansi dapat menyebabkan konsumen kehilangan kendali terhadap data pribadinya. Oleh karena itu, penyelenggara *marketplace* perlu menyediakan kebijakan privasi yang mudah dipahami dan memberikan informasi yang memadai mengenai pemrosesan data.

Perlindungan data pribadi juga memiliki hubungan erat dengan kepercayaan konsumen terhadap platform digital. Apabila terjadi kebocoran atau penyalahgunaan data, dampaknya tidak hanya berupa kerugian material, tetapi juga dapat menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap perdagangan elektronik. Dengan demikian, keamanan data harus dipandang sebagai bagian integral dari perlindungan konsumen dalam transaksi *marketplace*, bukan sebagai persoalan teknis semata.

4. Mekanisme Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam Transaksi Marketplace

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyelesaian sengketa konsumen dalam transaksi *marketplace* dapat dilakukan melalui mekanisme internal platform maupun mekanisme penyelesaian sengketa berdasarkan ketentuan hukum. Mekanisme internal biasanya dilakukan melalui fitur pengaduan, pengembalian barang, pengembalian dana, mediasi digital, atau mekanisme perlindungan pembeli yang disediakan oleh masing-masing platform.

Mekanisme tersebut memiliki kelebihan berupa kemudahan, kecepatan, dan efisiensi karena konsumen tidak harus langsung menempuh proses litigasi. Namun, mekanisme internal platform memiliki keterbatasan karena prosedur dan keputusan penyelesaian sengketa sangat dipengaruhi oleh kebijakan masing-masing penyelenggara *marketplace*. Oleh karena itu, konsumen tetap membutuhkan akses terhadap mekanisme penyelesaian sengketa yang independen apabila penyelesaian internal tidak memberikan hasil yang memadai.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan ruang bagi konsumen untuk menyelesaikan sengketa melalui mekanisme di luar pengadilan maupun melalui pengadilan. Penyelesaian di luar pengadilan dapat dilakukan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), sedangkan penyelesaian melalui pengadilan ditempuh apabila mekanisme nonlitigasi tidak menghasilkan penyelesaian yang dapat diterima para pihak.

Dalam transaksi elektronik, penyelesaian sengketa perlu mempertimbangkan karakter transaksi yang berlangsung secara digital. Bukti transaksi berupa percakapan elektronik, bukti pembayaran, informasi produk, rekam jejak pesanan, bukti pengiriman, dan dokumentasi komunikasi menjadi bagian penting dalam pembuktian. Oleh karena itu, literasi digital konsumen juga memiliki peran dalam memperkuat posisi konsumen ketika menghadapi sengketa.

5. Analisis Efektivitas Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Marketplace

Berdasarkan keseluruhan hasil analisis, dapat diketahui bahwa Indonesia telah memiliki perangkat hukum yang relatif memadai untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dalam transaksi *marketplace*. Namun, keberadaan norma hukum belum sepenuhnya menjamin efektivitas perlindungan dalam praktik. Masih terdapat kesenjangan antara perlindungan normatif dan pelaksanaan perlindungan konsumen di lapangan.

Kesenjangan tersebut antara lain terlihat dari masih adanya ketidakjelasan mengenai tanggung jawab masing-masing pihak, keterbatasan pemahaman konsumen terhadap hak-haknya, perbedaan kebijakan antarplatform, serta kesulitan konsumen memperoleh penyelesaian ketika menghadapi pelaku usaha yang sulit diidentifikasi atau berada di wilayah hukum yang berbeda. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perkembangan teknologi perdagangan berjalan lebih cepat dibandingkan dengan kemampuan konsumen dan mekanisme pengawasan dalam beradaptasi.

Efektivitas perlindungan hukum oleh karena itu perlu diperkuat melalui beberapa langkah. Pertama, perlu dilakukan peningkatan transparansi informasi produk dan identitas pelaku usaha. Kedua, penyelenggara *marketplace* perlu memperkuat mekanisme perlindungan konsumen dan penyelesaian sengketa internal. Ketiga, pengawasan terhadap pelaku usaha dan penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik perlu dilakukan secara lebih efektif. Keempat, perlindungan data pribadi konsumen harus menjadi bagian integral dari sistem perlindungan konsumen digital. Kelima, diperlukan peningkatan literasi hukum dan digital masyarakat agar konsumen mampu memahami hak serta mekanisme perlindungan yang tersedia.

Dengan demikian, perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *marketplace* tidak cukup hanya didasarkan pada keberadaan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, tetapi harus dibangun melalui keterpaduan antara regulasi, pengawasan, tanggung jawab pelaku usaha, akuntabilitas penyelenggara platform, keamanan data pribadi, serta akses penyelesaian sengketa yang mudah dan efektif. Penguatan aspek-aspek tersebut menjadi penting untuk menciptakan ekosistem perdagangan digital yang tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga menjamin keadilan, kepastian hukum, keamanan, dan keseimbangan bagi konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi marketplace di Indonesia secara normatif telah memiliki landasan hukum yang cukup komprehensif. Perlindungan tersebut didukung oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi, Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 19 Tahun 2026 tentang Penyelenggaraan Usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Kerangka hukum tersebut memberikan perlindungan terhadap hak konsumen atas keamanan, informasi yang benar dan jelas, kompensasi atau ganti rugi, penyelesaian sengketa, serta perlindungan terhadap data pribadi.

Tanggung jawab hukum dalam transaksi marketplace pada prinsipnya melekat pada pelaku usaha sebagai pihak yang menawarkan barang dan/atau jasa, sedangkan penyelenggara marketplace memiliki tanggung jawab sesuai dengan fungsi, kewajiban, dan tingkat keterlibatannya dalam penyelenggaraan perdagangan melalui sistem elektronik. Permasalahan muncul ketika konsumen mengalami kerugian dan terdapat ketidakjelasan mengenai pihak yang harus bertanggung jawab. Oleh karena itu, diperlukan penerapan prinsip transparansi, akuntabilitas, dan pembagian tanggung jawab yang lebih jelas antara pelaku usaha dan penyelenggara platform.

Perlindungan konsumen dalam transaksi marketplace juga harus mencakup perlindungan data pribadi. Data konsumen yang digunakan dalam proses transaksi harus diproses secara sah, transparan, dan aman sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Selain itu, mekanisme penyelesaian sengketa melalui pengaduan internal marketplace, BPSK, maupun pengadilan perlu dibuat semakin mudah, cepat, efektif, dan memberikan kepastian hukum kepada konsumen.

Dengan demikian, tantangan utama perlindungan konsumen dalam transaksi marketplace bukan semata-mata terletak pada keterbatasan regulasi, tetapi juga pada efektivitas implementasi, pengawasan, penegakan hukum, dan pemahaman konsumen terhadap hak-haknya. Penguatan perlindungan konsumen perlu dilakukan melalui peningkatan pengawasan terhadap pelaku usaha dan platform digital, transparansi informasi produk, penguatan keamanan data pribadi, kejelasan tanggung jawab para pihak, serta peningkatan literasi hukum dan digital masyarakat. Upaya tersebut diperlukan untuk mewujudkan ekosistem perdagangan digital yang adil, aman, transparan, dan memberikan kepastian hukum bagi konsumen di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Agista, C. D., Oktavina, M. A., & Tiya, A. R. (2022). Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual-beli online (*e-commerce*). *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(5). <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i5.7022>

- Arviani, M., Jumhana, E., Cantika, C. C., Yusuf, D. O., Amelia, I., & Aldino, R. (2026). Perlindungan konsumen dalam *marketplace*: Analisis sengketa antara penjual dan pembeli. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 4(2). <https://doi.org/10.61104/alz.v4i2.4482>
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Statistik e-commerce 2024*. Badan Pusat Statistik.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2026). *Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2026 tentang penyelenggaraan usaha perdagangan melalui sistem elektronik*. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
- Lutfianidha, R., Hidayati, N., Laowo, B., & Dawolo, O. (2024). Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi elektronik. *JURNAL LAWNESIA (Jurnal Hukum Negara Indonesia)*, 3(1).
- Makasuci, F. C., & Gultom, E. (2021). Perlindungan hukum bagi konsumen atas transaksi barang elektronik melalui transaksi jual-beli online Shopee. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(7), 1155–1172. <https://doi.org/10.59141/jist.v2i07.193>
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2009). *OECD guide to measuring the information society 2009*. OECD Publishing.
- Republik Indonesia. (1999). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen*.
- Republik Indonesia. (2019). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang perdagangan melalui sistem elektronik*.
- Republik Indonesia. (2022). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2022 tentang perlindungan data pribadi*.
- Republik Indonesia. (2024). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2024 tentang perubahan kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik*.
- W irayoga, I. G. P. S., & Wisanjaya, I. G. P. E. (2024). Perlindungan hukum terhadap data pribadi dalam perspektif perlindungan data konsumen *e-commerce* di Indonesia. *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, 12(8), 1804–1815. <https://doi.org/10.24843/KS.2024.v12.i08.p10>