



Analisis Hukum Terhadap Tanggung Jawab Penjual atas Barang Cacat dalam Perjanjian *E-Commerce*

Fiona Louysa Rondo, Gunardi Lie

Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Tarumanagara

fiona.205240311@stu.ac.id, gunardi.lie@fh.untar.ac.id

Abstract

*Electronic commerce (e-commerce) has grown rapidly and become a vital part of modern economic activity. The shift from conventional to digital transactions brings many benefits, such as time efficiency, ease of access, and market expansion. However, behind these advantages, new issues have emerged, particularly regarding seller responsibilities and legal protection for consumers in the event of losses due to defective or non-conforming goods. This study uses a normative juridical method with a statutory approach, which examines the Civil Code, the Consumer Protection Law, the Electronic Information and Transactions Law, the Trade Law, and Government Regulation No. 80 of 2019. The results show that sellers have a legal obligation to guarantee that the goods sold are free from defects, in accordance with the principles of good faith and the principle of *pacta sunt servanda*. Consumers who are harmed have the right to obtain compensation through non-litigation mechanisms such as refunds, returns, mediation, or arbitration, as well as litigation in court. Marketplaces also play a significant role in providing consumer protection through escrow systems, return policies, and complaint services. Although regulations exist, their implementation still faces challenges such as weak oversight, difficulties in providing evidence, and legal loopholes. Therefore, strengthening regulations, increasing oversight, and utilizing online dispute resolution technology are necessary to effectively protect consumer rights in the digital age.*

KeyWord: Seller Liability, Defective Goods, Consumer Protection, E-Commerce

1. Latar Belakang

Perdagangan elektronik (*e-commerce*) sekarang berkembang sangat cepat dan mengubah cara orang melakukan transaksi. Jika dahulu jual beli dilakukan secara langsung, sekarang sebagian besar sudah pindah ke ruang digital dengan dukungan teknologi informasi. Memang ada banyak keuntungan, seperti akses yang lebih mudah, hemat waktu, dan bisa memperluas pasar. Namun di sisi lain, ada juga tantangan baru, khususnya mengenai perlindungan hukum bagi konsumen. Transaksi *e-commerce* sifatnya impersonal, karena penjual dan pembeli tidak bertemu langsung. Kondisi ini sering menimbulkan masalah, misalnya barang yang diterima cacat, pengiriman terlambat, bahkan ada juga penipuan. Kondisi ini menegaskan pentingnya aturan hukum yang adaptif dengan perkembangan teknologi, sekaligus menjamin kepastian hukum dan perlindungan bagi konsumen. Dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 disebutkan bahwa salah satu tujuan bangsa adalah memajukan kesejahteraan umum. Prinsip ini menjadi dasar dalam berbagai kegiatan ekonomi, termasuk jual beli yang merupakan perjanjian paling sering dipakai masyarakat sehari-hari. Pasal 27 ayat (2) UUD 1945 menjamin hak warga negara untuk mendapat pekerjaan dan penghidupan yang layak, sedangkan Pasal 28D ayat (1) menekankan pentingnya kepastian hukum yang adil. Kemudian Pasal 33 ayat (4) menjelaskan bahwa sistem ekonomi Indonesia dijalankan berdasarkan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keadilan dan keseimbangan. Dengan demikian, praktik *e-commerce* juga punya dasar konstitusional untuk melindungi kepentingan pelaku usaha maupun konsumen. Dalam hukum bisnis, perlindungan konsumen termasuk dalam transaksi *e-commerce* merupakan instrumen penting negara untuk menjamin kesejahteraan masyarakat dan kepastian hukum di bidang ekonomi. Secara normatif, hal ini bisa dilihat dalam Pasal 1491 KUHPerdata yang mewajibkan penjual menjamin barang bebas dari cacat tersembunyi. Prinsip ini sesuai dengan asas *pacta sunt servanda* yang artinya setiap perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik. Selain itu, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga menegaskan kewajiban pelaku usaha untuk memberikan barang/jasa sesuai standar mutu dan tidak cacat. Jadi, tanggung jawab penjual atas barang cacat sebenarnya mencerminkan keseimbangan kepentingan antara penjual dan pembeli dalam hubungan hukum bisnis Meskipun aturan hukumnya sudah ada, praktik *e-commerce* masih sering menimbulkan masalah. Kondisi

ini makin rumit karena transaksi *online* biasanya melibatkan pihak ketiga, yaitu *marketplace* atau platform digital, yang posisinya hanya sebagai perantara. Data Kementerian Perdagangan sejak 2022 hingga Maret 2025 tercatat 20.942 aduan konsumen, dan 92,7% diantaranya terkait e-commerce. Pada triwulan I 2025 saja, ada 1.657 layanan konsumen dengan aduan terbanyak soal barang tidak sesuai janji, barang rusak, dan klaim garansi. Selain itu, Kemendag juga menemukan barang-barang yang tidak sesuai standar dengan kerugian ekonomi mencapai Rp15 miliar. Disisi lain, menurut laporan Google, Temasek, dan Bain & Company (2024) menunjukkan bahwa nilai ekonomi digital indonesia menembus USD 80 miliar, terbesar di Asia tenggara dan diperkirakan terus meningkat seiring dengan naiknya jumlah pengguna internet. Data ini menunjukkan bahwa *e-commerce* merupakan sektor vital, tetapi sekaligus rawan sengketa hukum antara penjual dan pembeli. Di balik perkembangan pesat itu, masih terdapat banyak persoalan hukum. Salah satunya adalah sengketa antara penjual dan pembeli akibat barang cacat atau tidak sesuai deskripsi. Mekanisme *refund* atau *return* yang disediakan marketplace sering kali tidak cukup melindungi konsumen, karena beban pembuktian justru lebih berat di pihak konsumen. Selain itu, meskipun UU Perlindungan Konsumen, UU ITE, dan PP 80/2019 telah mengatur aspek perdagangan elektronik, namun implementasinya masih terkendala terutama dalam hal pengawasan dan penegakan hukum.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini difokuskan pada dua permasalahan utama yaitu bagaimana tanggung jawab penjual atas barang cacat dalam perjanjian *e-commerce* dan bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan dalam perjanjian *e-commerce*. Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai dasar hukum dan tanggung jawab penjual mengenai barang cacat serta menganalisis perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan dalam perjanjian *e-commerce*. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat teoritis berupa kontribusi pada pengembangan ilmu hukum bisnis dan manfaat praktis berupa masukan bagi konsumen, pelaku usaha, maupun pembuat kebijakan dalam memperkuat regulasi dalam bidang *e-commerce*.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode hukum normatif (yuridis normatif), yaitu penelitian yang menelaah bahan hukum sekunder, dengan cara menganalisis norma-norma hukum positif dan doktrin hukum yang berkaitan dengan tanggung jawab penjual terhadap barang cacat dalam perjanjian *e-commerce*. Penelitian ini bersifat deskriptif analisis, sehingga menggambarkan secara keseluruhan bagaimana tanggung jawab penjual terhadap barang cacat dalam perjanjian elektronik *e-commerce*, serta menganalisis ketentuan hukum yang mengatur dan penerapan dalam praktik.

Penelitian ini menggunakan dua pendekatan yaitu pendekatan secara perundang-undangan (*statute approach*), yaitu memahami ketentuan hukum yang menjadi landasan perlindungan konsumen dan perdagangan elektronik, Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen (UU perlindungan konsumen), Undang-Undang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik (UU ITE), Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 (UU Perdagangan) serta Peraturan Pemerintah Nomor 8 Tahun 2019 tentang perdagangan melalui sistem elektronik (PP 80/2019).

Adapun sumber bahan hukum yang digunakan terbagi menjadi tiga. Pertama bahan hukum primer terkait peraturan perundang-undangan Undang- Undang Dasar 1945 (UUD 1945), Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. (KUHPPerdata), UU perlindungan konsumen, UU ITE, UU Perdagangan. PP 80/2019. Kedua bahan hukum sekunder berupa literatur, buku, jurnal hukum, dan pendapat para ahli yang berkaitan dengan permasalahan tanggung jawab penjual terhadap barang cacat dan perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan dalam perjanjian *e-commerce*. Ketiga bahan hukum tersier berupa kamus hukum, ensiklopedia, serta literatur lain untuk membantu memahami bahan hukum primer dan sekunder

Dengan demikian, bahan-bahan hukum ini dikumpulkan menggunakan studi kepustakaan (library research), dengan menelaah peraturan perundang-undangan, literatur, laporan kementerian perdagangan serta data dari lembaga riset ekonomi digital. Analisis dari bahan hukum ini diproses menggunakan metode penelitian analisis kualitatif dengan memahami, menelaah ketentuan hukum, serta menghubungkan dengan teori dan asas hukum bisnis, kemudian dibandingkan dengan praktik dalam transaksi *e-commerce*. Analisis ini dilakukan secara sistematis untuk menjawab permasalahan yaitu mengenai tanggung jawab penjual atas barang cacat dan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam perdagangan elektronik.

3. Hasil dan Diskusi

Tanggung jawab penjual atas barang cacat dalam perjanjian e-commerce

Dalam praktik jual beli *online*, istilah barang cacat berarti barang yang kondisinya tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan atau diiklankan penjual. Cacat di sini bisa berupa barang rusak saat sampai di tangan pembeli, tidak berfungsi sebagaimana mestinya, atau bahkan ada kerusakan tersembunyi yang baru ketahuan setelah dipakai. Dalam konteks hukum bisnis, barang cacat ini dianggap sebagai pelanggaran kewajiban penjual karena tidak memenuhi asas itikad baik dalam perjanjian.

Jika dikaitkan dengan transaksi *e-commerce*, pengertian barang cacat jadi lebih luas. Karena pembeli tidak bisa memeriksa barang secara langsung sebelum membeli, membuat mereka sangat bergantung pada foto, deskripsi, dan informasi yang diberikan penjual. Maka, jika barang yang diterima ternyata berbeda dari deskripsi atau ada kerusakan, kondisi itu sudah masuk kategori barang cacat.

Dari sisi tanggung jawab hukum, penjual tetap wajib mengganti kerugian atau memberikan solusi, misalnya dengan mengganti barang, memperbaiki, atau mengembalikan uang pembeli. Hal ini sejalan dengan aturan di KUHPerdata, UU Perlindungan Konsumen, sampai PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang menekankan bahwa penjual harus jujur dan bertanggung jawab atas produk yang dijual. Dalam *e-commerce* barang cacat bisa diartikan sebagai barang yang tidak sesuai janji penjual baik dari segi bentuk, fungsi, maupun kualitas dan penjual punya kewajiban hukum untuk bertanggung jawab atas hal tersebut.

Dasar hukum mengenai tanggung jawab penjual jika terdapat barang cacat sebenarnya sudah diatur jelas di beberapa peraturan. Dalam KUHPerdata Pasal 1491–1497, dijelaskan jika penjual wajib menjamin barang yang dijual tidak punya cacat yang bisa merugikan pembeli. Bahkan, di Pasal 1494 disebutkan jika penjual tetap tanggung jawab meskipun dia sendiri tidak tahu ada cacat itu. Hal ini dipertegas lagi dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UPK). Ada aturan bahwa konsumen punya hak untuk merasa aman dan nyaman saat memakai barang (Pasal 4), penjual wajib jujur dan memberikan informasi yang benar (Pasal 7), dilarang menjual barang rusak atau tidak sesuai janji (Pasal 8), dan jika konsumen rugi karena barang cacat, penjual wajib ganti rugi (Pasal 19).

Dalam transaksi *online*, terdapat dasar hukum di UU ITE. Di Pasal 9 disebutkan jika penjual wajib memberikan informasi produk yang lengkap dan benar, dan di Pasal 28 ayat (1) ada larangan membuat informasi bohong atau menyesatkan yang bisa merugikan konsumen. Aturan ini kemudian dijelaskan lebih rinci di PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Di sana ditegaskan bahwa penjual harus mencantumkan identitas dan data barang secara jelas, dan jika ada kerugian konsumen akibat kesalahan penjual, maka penjual wajib bertanggung jawab. Selain itu, ada juga aturan di UU Perdagangan 2014 (UU No. 7 Tahun 2014) yang jadi dasar umum kegiatan perdagangan di Indonesia. Dalam UU ini ditegaskan bahwa barang yang diperdagangkan harus sesuai dengan standar mutu (misalnya SNI), tidak boleh merugikan konsumen, dan juga memberi payung hukum untuk perdagangan lewat sistem elektronik yang kemudian diatur lebih detail dalam PP No. 80 Tahun 2019. Jadi, secara keseluruhan, dari aturan-aturan ini bisa dilihat kalau penjual, baik di toko biasa maupun *e-commerce*, tetap punya kewajiban hukum untuk memastikan barang yang dijual tidak cacat dan harus bertanggung jawab kalau konsumen dirugikan.

Adapun prinsip-prinsip hukum diterapkan dalam tanggung jawab penjual terhadap barang cacat, khususnya di *e-commerce*. Prinsip *pacta sunt servanda* atau perjanjian harus dipenuhi, menekankan bahwa janji penjual mengenai kualitas dan fungsi barang wajib ditepati. Kemudian Prinsip itikad baik (*good faith*) juga penting, seperti di mana penjual harus jujur, transparan, dan tidak menyesatkan konsumen. Selain itu, prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*), yang menjelaskan jika penjual tetap bertanggung jawab atas kerugian konsumen meskipun tidak sengaja. Ada juga prinsip perlindungan konsumen yang menegaskan hak konsumen dan kewajiban penjual memberi ganti rugi jika konsumen dirugikan. Jadi, prinsip-prinsip ini menjadi dasar hukum yang kuat supaya penjual memastikan barang yang dijual sesuai janji dan bertanggung jawab atas kerugian yang mungkin terjadi.

Tanggung jawab penjual pada dasarnya sama, yaitu menjamin barang yang dijual tidak cacat dan sesuai dengan janji. Namun, ada perbedaan penting antara transaksi konvensional dan *e-commerce*. Dalam transaksi konvensional, pembeli biasanya bisa memeriksa barang secara langsung sebelum membeli, sehingga penjual lebih

mudah memenuhi kewajiban dan konsumen lebih mudah mendeteksi cacat. Jika ada kerusakan atau cacat, penyelesaiannya bisa dilakukan langsung, misalnya pengembalian barang atau perbaikan di tempat. Sementara itu, dalam transaksi *e-commerce*, penjual harus memastikan bahwa deskripsi, foto, dan spesifikasi produk benar-benar sesuai dengan kondisi barang yang dikirim, karena pembeli tidak dapat mengecek barang secara fisik sebelum membeli. Menekankan pentingnya transparansi, informasi yang benar, dan itikad baik penjual agar hak konsumen tetap terlindungi. Oleh karena itu, meskipun tanggung jawab hukum penjual secara prinsip sama, transaksi *e-commerce* menuntut perhatian lebih terhadap kualitas informasi, pengiriman, dan jaminan barang karena risiko cacat yang tidak bisa langsung dicek oleh pembeli.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penjual mempunyai kewajiban hukum untuk menjamin barang yang dijual tidak cacat, baik pada transaksi konvensional maupun *e-commerce*. Berbagai aturan hukum seperti KUHPerdata, UUPK, UU ITE, PP No. 80/2019, dan UU Perdagangan 2014 menegaskan tanggung jawab ini, sementara prinsip-prinsip hukum seperti *pacta sunt servanda*, itikad baik, dan tanggung jawab mutlak menjadi pedoman bagi penjual dalam menjalankan kewajibannya. Walaupun cara transaksi berbeda khususnya di *e-commerce* yang membuat pembeli tidak bisa langsung memeriksa barang penjual tetap harus memastikan bahwa informasi, deskripsi, dan kualitas barang sesuai dengan janji. Maka dari itu penjual tidak hanya memenuhi kewajiban hukumnya, tetapi juga menjaga kepercayaan konsumen serta menciptakan transaksi yang aman dan adil.

Perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan dalam transaksi di *e-commerce*

Jika konsumen dirugikan karena barang yang dibeli lewat *e-commerce* ternyata cacat atau tidak sesuai, ada beberapa cara perlindungan hukum yang bisa ditempuh. Pertama lewat jalur non-litigasi, yaitu penyelesaian di luar pengadilan, misalnya melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), mediasi, atau arbitrase. Jalur ini biasanya dipilih karena lebih cepat dan murah, tapi terkadang masih ada kendala, misalnya kesepakatan yang sulit dicapai atau aturan dari penjual yang membatasi hak konsumen untuk melakukan *refund* atau pengembalian barang.

Selain itu, ada jalur litigasi, yaitu penyelesaian lewat pengadilan. Konsumen bisa mengajukan gugatan dengan dasar wanprestasi, tanggung jawab mutlak, atau aturan dalam UU Perlindungan Konsumen. Jalur ini biasanya ditempuh kalau kerugiannya cukup besar atau jika penyelesaian di luar pengadilan tidak berhasil. Dalam kondisi tertentu, penjual tetap harus bertanggung jawab walaupun dia sendiri tidak tahu ada cacat pada barang yang dijual.

Untuk menghadapi tantangan di era digital, ada juga gagasan penggunaan *Online Dispute Resolution* (ODR). Mekanisme ini memungkinkan penyelesaian sengketa dilakukan secara online sehingga lebih praktis, cepat, dan biaya yang dikeluarkan konsumen bisa lebih ringan. Dengan begitu, perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* bisa lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan zaman sekarang.

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), hak-hak konsumen diatur cukup jelas untuk melindungi mereka dari kerugian dan tindakan sewenang-wenang penjual. Pertama, konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan saat menggunakan barang atau jasa. Misalnya, produk yang dibeli harus aman, tidak membahayakan, dan nyaman digunakan sesuai tujuan. Hal ini memastikan konsumen terlindungi dari risiko fisik maupun finansial.

Selain itu, konsumen juga memiliki hak untuk memilih barang atau jasa sesuai kebutuhan dan preferensinya tanpa paksaan dari penjual. Mereka berhak mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi, kualitas, spesifikasi, harga, atau cara penggunaan produk. Dengan informasi yang akurat, konsumen bisa membuat keputusan pembelian yang tepat dan tidak tertipu oleh deskripsi yang menyesatkan.

Selanjutnya, jika barang yang diterima cacat, rusak, atau tidak sesuai janji, konsumen berhak memperoleh kompensasi atau ganti rugi, seperti pengembalian uang, penggantian barang, atau perbaikan. Hak-hak ini juga diperkuat dengan prinsip perlindungan agar penjual tidak bisa bertindak sewenang-wenang, misalnya menjual barang palsu atau tidak sesuai standar. Dengan demikian, UUPK memberikan dasar hukum yang kuat bagi konsumen agar transaksi jual beli, termasuk *e-commerce*, berjalan adil dan aman bagi semua pihak.

Di sisi lain, dalam transaksi *e-commerce*, perlindungan konsumen juga diperkuat dengan aturan khusus seperti UU ITE dan PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Regulasi ini

menegaskan bahwa konsumen berhak mengetahui identitas penjual, spesifikasi barang, harga, cara pembayaran, hingga prosedur pengembalian barang. Konsumen juga berhak mendapatkan layanan setelah jual serta kepastian bahwa data pribadinya tidak disalahgunakan. Dengan adanya aturan ini, konsumen dalam transaksi online tetap memiliki hak yang sama seperti di jual beli konvensional, bahkan lebih detail karena menyangkut aspek digital dan keamanan data.

Dalam jual beli *online*, masalah sering muncul ketika barang yang diterima konsumen ternyata rusak atau tidak sesuai dengan deskripsi. Untuk kasus seperti ini, ada beberapa cara penyelesaian yang bisa ditempuh. Cara paling awal biasanya lewat *refund* (pengembalian uang) atau *return* (penggantian barang). Mekanisme ini jadi bentuk tanggung jawab langsung dari penjual agar kerugian konsumen bisa segera dipulihkan. Tapi dalam praktiknya, sering ada hambatan seperti proses klaim yang rumit, dana yang lambat dikembalikan, atau syarat yang memberatkan konsumen. Jadi, tanggung jawab penjual bukan hanya soal aturan hukum di atas kertas, tapi juga bagaimana menyediakan penyelesaian sengketa yang cepat dan mudah.

Jika penyelesaian langsung tidak berhasil, langkah berikutnya adalah mediasi atau arbitrase. Mediasi bisa dilakukan lewat pihak ketiga, misalnya platform *e-commerce*, sedangkan arbitrase bisa melalui lembaga resmi seperti BANI (Badan Arbitrase Nasional Indonesia). Kedua mekanisme ini lebih fleksibel dan biayanya lebih ringan dibanding jalur pengadilan. Tapi efektivitasnya tetap sangat bergantung pada itikad baik penjual untuk menyelesaikan masalah dan mengakui tanggung jawab atas barang cacat.

Sebagai pilihan terakhir, konsumen bisa membawa sengketa ke pengadilan. Di sini, konsumen berhak menggugat penjual dengan dasar wanprestasi atau aturan hukum lain yang sudah ada di KUHPerdata, UU Perlindungan Konsumen, maupun UU ITE. Jalur litigasi memang lebih lama dan membutuhkan biaya, tetapi menjadi jaminan terakhir bahwa penjual bisa dimintai pertanggungjawaban secara hukum. Jadi, dari *refund* hingga pengadilan, setiap mekanisme ini menunjukkan bahwa tanggung jawab penjual atas barang cacat dalam perjanjian *e-commerce* sudah punya payung hukum yang jelas.

Marketplace besar di Indonesia seperti Tokopedia, Shopee, dan Lazada sudah menerapkan berbagai kebijakan perlindungan konsumen. Misalnya, Tokopedia memiliki fitur Tokopedia *Care* yang memfasilitasi konsumen untuk melakukan komplain, *refund*, atau retur jika barang tidak sesuai pesanan. Shopee juga menerapkan sistem Shopee *Guarantee*, di mana pembayaran ditahan sementara dan baru diberikan ke penjual setelah konsumen memastikan barang diterima dalam kondisi baik. Sementara Lazada memiliki Lazada *Buyer Protection*, yang menjamin konsumen bisa mengajukan pengembalian barang dalam jangka waktu tertentu jika ada cacat atau ketidaksesuaian produk. Ketiga *marketplace* ini secara aktif menerapkan prinsip perlindungan konsumen, sesuai ketentuan UU Perlindungan Konsumen dan PP No. 80 Tahun 2019.

Selain itu, *marketplace* juga bekerja sama dengan pihak ketiga, seperti jasa logistik JNE, J&T, atau SiCepat yang bertugas memastikan barang sampai dalam kondisi baik, serta penyedia *payment gateway* seperti Midtrans atau DANA yang menjamin keamanan transaksi keuangan. Bahkan beberapa *marketplace* menyediakan jalur penyelesaian sengketa internal sebelum konsumen membawa masalahnya ke lembaga formal seperti BPSK atau pengadilan. Dengan adanya mekanisme perlindungan terintegrasi ini, konsumen lebih terlindungi dari risiko kerugian akibat barang cacat, penipuan, atau layanan penjual yang merugikan.

Salah satu contoh kasus barang cacat dalam transaksi online bisa dilihat dari Putusan No. 257 K/Pdt.SusBPSK/2019. Dalam perkara ini, konsumen merasa dirugikan karena barang yang diterima tidak sesuai dengan yang dijanjikan penjual. Pada awalnya, BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen) memutuskan konsumen sebagai pihak yang menang dan mewajibkan penjual memberikan ganti rugi. Putusan ini sejalan dengan aturan perlindungan konsumen yang menekankan bahwa penjual harus bertanggung jawab atas barang yang dijual.

Namun, putusan BPSK tersebut kemudian dibatalkan karena dalam perjanjian sebelumnya kedua belah pihak sudah sepakat bahwa jika ada masalah, penyelesaiannya dilakukan lewat pengadilan, bukan BPSK. Akibatnya, meskipun konsumen mengalami kerugian nyata, keputusan hukum akhirnya lebih berpihak pada klausul perjanjian yang telah disepakati. Kondisi ini menunjukkan bahwa jalannya perlindungan hukum bagi konsumen tidak hanya ditentukan oleh bukti kerugian, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kesepakatan awal dalam kontrak.

Dari kasus ini bisa dipahami bahwa perlindungan konsumen dalam e-commerce bukan hanya soal pembuktian kerugian, tetapi juga soal kepastian forum penyelesaian sengketa. Oleh karena itu, penting bagi konsumen maupun pelaku usaha untuk memperhatikan klausul perjanjian agar jika terjadi sengketa, mekanisme penyelesaiannya bisa berjalan efektif, baik melalui pengadilan maupun lembaga non-litigasi seperti BPSK. Kasus ini menjadi bukti bahwa kejelasan forum dan regulasi sangat penting untuk menjamin perlindungan konsumen dari kerugian akibat barang cacat di transaksi digital.

Dengan demikian, perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* sebenarnya sudah punya dasar hukum yang cukup jelas, mulai dari KUHPerdata, UUPK, UU ITE, sampai PP No. 80 Tahun 2019. Penjual wajib memastikan barang yang dijual tidak cacat dan harus bertanggung jawab kalau konsumen dirugikan, misalnya dengan memberikan ganti rugi. Jalur penyelesaian sengketa juga cukup beragam, mulai dari *refund*, *return*, mediasi, arbitrase, sampai pengadilan, ditambah lagi dengan adanya peran marketplace yang ikut jadi penghubung antara penjual dan pembeli. Meski begitu, masih ada kendala seperti aturan yang belum terlalu detail, pengawasan yang belum maksimal, dan kesulitan konsumen dalam membuktikan kerugian. Karena itu, regulasi yang lebih kuat, pengawasan yang lebih tegas, dan peran aktif *marketplace* sangat dibutuhkan supaya hak-hak konsumen benar-benar bisa terlindungi dalam transaksi online.

Dalam kasus jual beli *online*, masalah yang sering muncul adalah soal beban pembuktian. Secara umum, aturan hukum perdata menyebut kalau orang yang merasa dirugikan harus bisa membuktikan klaimnya. Jadi, jika konsumen merasa dapat barang cacat, mereka harus punya bukti, misalnya foto, video *unboxing*, *chat* dengan penjual, atau bukti transaksi. Prinsipnya, siapa yang menuduh, dia yang wajib membuktikan.

Tapi kenyataannya, konsumen sering kesulitan buat membuktikan barang cacat. Kadang kerusakan baru kelihatan setelah barang dipakai, atau bisa juga rusak saat pengiriman, sehingga susah menentukan siapa yang salah penjual, kurir, atau bahkan konsumen sendiri. Apalagi konsumen biasanya tidak punya akses untuk melihat proses produksi atau distribusi barang, jadi posisinya lebih lemah dibanding penjual.

Nah, untuk mengatasi hal itu, UU Perlindungan Konsumen Pasal 19 kasih perlindungan lewat prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*). Artinya, penjual tetap harus bertanggung jawab kalau konsumen rugi akibat barang cacat, meskipun penjual merasa nggak bersalah. Yang penting, konsumen bisa buktiin ada kerugian nyata. Aturan ini dibuat biar posisi konsumen lebih seimbang dengan penjual, apalagi di transaksi online yang rawan masalah barang cacat.

Meskipun sudah ada UU Perlindungan Konsumen, UU ITE, dan PP No. 80 Tahun 2019 sebagai dasar hukum, aturan dan pengawasan di e-commerce masih punya keterbatasan. Beberapa regulasi masih terlalu umum dan belum mengatur secara detail mekanisme pengawasan transaksi *online*. Akibatnya, ada saja penjual yang memanfaatkan celah ini, misalnya menjual barang yang berbeda dari deskripsi atau mengabaikan kewajiban *refund* dan *return*.

Selain itu, pengawasan di lapangan masih kurang maksimal karena terbatasnya sumber daya manusia dan teknologi. Pemantauan terhadap penjual di *marketplace* atau transaksi lintas platform tidak selalu konsisten, sehingga penyelesaian sengketa sering tergantung pada inisiatif konsumen atau *marketplace* sendiri. Kondisi ini membuat perlindungan hukum bagi konsumen tidak selalu optimal, apalagi bagi mereka yang belum memahami hak-haknya atau sulit mengakses jalur penyelesaian sengketa.

Oleh karena itu, selain memperkuat regulasi, perlu juga ada peningkatan kapasitas pengawasan dan penegakan hukum. Pemerintah dan instansi terkait bisa memanfaatkan teknologi, misalnya sistem monitoring otomatis untuk transaksi *online*, dan memperkuat koordinasi dengan *marketplace* serta lembaga penyelesaian sengketa. Dengan begitu, risiko penjual menyalahgunakan situasi bisa diminimalkan dan hak konsumen lebih terlindungi.

Marketplace dalam *e-commerce* punya peran penting sebagai penghubung antara penjual dan pembeli. Mereka tidak hanya menyediakan tempat untuk jual beli, tapi juga mengatur agar transaksi berjalan aman. *Marketplace* biasanya membuat aturan bagi penjual, misalnya wajib mencantumkan deskripsi produk yang jelas, tidak menjual barang ilegal, dan menyediakan opsi pengembalian barang atau uang jika terjadi masalah. Dengan begitu, *marketplace* membantu menjaga kepercayaan konsumen supaya tidak dirugikan saat belanja online.

Selain itu, *marketplace* juga punya tanggung jawab hukum tertentu. Sesuai UU Perlindungan Konsumen dan PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, *marketplace* harus memastikan identitas penjual jelas dan produk yang dijual tidak melanggar hukum. Mereka juga wajib menyediakan layanan pengaduan atau komplain bagi konsumen yang dirugikan. Beberapa *marketplace* besar, seperti Tokopedia, Shopee, dan Lazada, menerapkan sistem *escrow*, di mana uang konsumen ditahan sampai barang diterima sesuai pesanan. Ini menunjukkan *marketplace* tidak bisa dianggap pasif, tapi juga aktif menjaga transaksi tetap adil.

Dengan adanya mekanisme ini, *marketplace* berfungsi ganda: mempermudah transaksi sekaligus ikut bertanggung jawab atas perlindungan konsumen. Fitur *refund*, *return*, dan layanan komplain menjadi bukti nyata bahwa *marketplace* juga memastikan hak-hak konsumen terpenuhi. Jadi, *marketplace* bukan sekadar tempat jual beli *online*, tapi bagian penting dari sistem perlindungan konsumen di era digital.

Rekomendasi untuk memperkuat perlindungan hukum dan penegakan tanggung jawab. Pertama, regulasi yang ada, seperti UU Perlindungan Konsumen, UU ITE, dan PP No. 80 Tahun 2019, sudah cukup kuat, tapi masih banyak masalah di lapangan. Supaya lebih efektif, pemerintah dan pihak terkait perlu memperkuat pengawasan terhadap *marketplace* dan penjual. Misalnya, memastikan penjual memberi informasi produk yang jelas dan jujur, menyediakan mekanisme *refund* atau *return*, serta *marketplace* ikut bertanggung jawab sebagai perantara. Aturan tambahan yang mengatur standar perlindungan konsumen di e-commerce juga bisa dibuat untuk menutup celah hukum.

Kedua, edukasi bagi konsumen dan penjual sangat penting. Banyak kasus sengketa terjadi karena konsumen tidak tahu haknya atau penjual tidak tahu kewajibannya. Jadi, program sosialisasi tentang hak konsumen, cara mengenali barang cacat, prosedur pengembalian, dan jalur penyelesaian sengketa bisa membantu mengurangi masalah. *Marketplace* juga bisa menyediakan panduan agar penjual dan pembeli paham aturan main dan tanggung jawab masing-masing.

Ketiga, mekanisme penyelesaian sengketa dan penegakan hukum harus berjalan lebih efektif. Selain *refund*, *return*, mediasi, atau arbitrase, lembaga seperti BPSK atau pengadilan harus bisa menangani kasus *e-commerce* dengan cepat dan adil. *Marketplace* pun sebaiknya memfasilitasi *Online Dispute Resolution* (ODR) agar konsumen bisa menyelesaikan masalah secara mudah. Dengan kombinasi aturan yang jelas, edukasi bagi pihak terkait, dan penegakan hukum yang efektif, perlindungan konsumen akan lebih kuat dan penjual lebih bertanggung jawab atas barang cacat di *e-commerce*.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* tidak cukup hanya dengan adanya aturan hukum, melainkan juga perlu didukung oleh penerapan yang nyata. Hambatan seperti kesulitan pembuktian, lemahnya pengawasan, serta celah regulasi seringkali membuat posisi konsumen masih kurang kuat. Di sisi lain, *marketplace* memiliki peran penting dalam memastikan transaksi berlangsung aman melalui kebijakan *refund*, *return*, maupun mekanisme penyelesaian sengketa. Karena itu, penguatan regulasi, peningkatan pengawasan, serta edukasi bagi konsumen dan pelaku usaha menjadi langkah utama agar tanggung jawab penjual dapat ditegakkan dan hak-hak konsumen tetap terlindungi dalam perkembangan perdagangan digital saat ini.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan. Penjual pada dasarnya memiliki kewajiban hukum yang jelas untuk memastikan barang yang diperjualbelikan tidak cacat dan sesuai dengan janji yang telah dibuat. Kewajiban ini diperkuat oleh sejumlah regulasi seperti KUHPerdata, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, UU ITE, PP No. 80 Tahun 2019, serta UU Perdagangan 2014. Prinsip-prinsip hukum seperti asas *pacta sunt servanda*, itikad baik, dan tanggung jawab mutlak turut menjadi dasar yang memperkokoh perlindungan konsumen dari kerugian yang timbul akibat kelalaian maupun tindakan tidak jujur penjual. Dalam konteks transaksi elektronik, tanggung jawab penjual menjadi lebih kompleks karena konsumen tidak memiliki kesempatan untuk memeriksa barang sebelum membeli. Hal ini membuat kejelasan deskripsi produk, akurasi informasi, serta kepastian mutu barang menjadi faktor yang sangat krusial. Penjual dituntut untuk memberikan transparansi penuh agar tidak terjadi ketidaksesuaian antara barang yang diiklankan dengan barang yang diterima oleh konsumen. Agar perlindungan hukum konsumen lebih optimal, diperlukan peran aktif dari semua pihak. Penjual harus menjaga integritas dengan memastikan barang yang dipasarkan sesuai standar kualitas, konsumen perlu meningkatkan kesadaran hukum serta menyimpan bukti transaksi, sedangkan pemerintah wajib memperkuat sistem pengawasan dan menutup kekosongan regulasi. Dengan langkah tersebut, transaksi *e-commerce* dapat berlangsung lebih aman, adil, serta

memberikan kepastian hukum bagi konsumen. Perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* sebenarnya telah memiliki dasar hukum yang cukup kuat melalui KUHPerdata, Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), UU ITE, dan PP No. 80 Tahun 2019. Aturan ini mengharuskan penjual bertanggung jawab apabila produk yang dijual cacat, tidak sesuai, atau menimbulkan kerugian. Jalur penyelesaian sengketa juga tersedia, baik nonlitigasi seperti *refund*, *return*, mediasi, arbitrase, maupun litigasi di pengadilan. Akan tetapi, pelaksanaannya di lapangan masih menghadapi kendala, terutama dalam hal pembuktian kerugian konsumen dan lemahnya pengawasan. Di sisi lain, *marketplace* memegang peran penting sebagai penghubung antara penjual dan pembeli. Perannya tidak sebatas menyediakan platform jual beli, tetapi juga menghadirkan kebijakan perlindungan seperti sistem *escrow*, pengembalian dana, retur barang, dan layanan pengaduan. Hal ini menunjukkan bahwa *marketplace* turut menjaga kepercayaan konsumen sekaligus memastikan penjual memenuhi tanggung jawabnya. Dengan demikian, perlindungan konsumen dalam *e-commerce* bukan hanya mengandalkan regulasi negara, melainkan juga keterlibatan aktif *marketplace*. Meski begitu, masih terdapat keterbatasan dalam penerapan perlindungan konsumen. Regulasi yang ada belum sepenuhnya menyesuaikan dengan kompleksitas transaksi digital, khususnya terkait keamanan data dan tanggung jawab dalam distribusi barang. Selain itu, pengawasan belum berjalan optimal karena keterbatasan sumber daya maupun teknologi. Akibatnya, konsumen sering berada pada posisi yang lemah ketika berhadapan dengan penjual ataupun platform. Untuk memperkuat perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce*, perlu adanya regulasi yang lebih tegas dan detail terkait kewajiban penjual maupun *marketplace*, termasuk pengawasan dan keamanan data. Edukasi bagi konsumen dan penjual juga sangat penting agar masing-masing memahami hak dan kewajibannya. Selain itu, mekanisme penyelesaian sengketa harus dibuat lebih cepat dan sederhana melalui pemanfaatan *Online Dispute Resolution* (ODR), dengan dukungan aktif *marketplace* sebagai fasilitator. Kerja sama antara pemerintah, *marketplace*, dan lembaga penyelesaian sengketa menjadi kunci agar hak-hak konsumen benar-benar terlindungi secara efektif di era digital.

Referensi

1. Adzkiya. (2023). Artikel pada *Jurnal Hukum Adzkiya*. Universitas Metro. Diakses 3 Oktober 2025, dari <https://ejournal.metrouniv.ac.id/adzkiya/article/view/777>
2. Aliansi Jurnal. (2023). Artikel pada *Aliansi: Jurnal Ilmiah Hukum*. APPHI. Diakses 3 Oktober 2025, dari <https://journal.appphi.or.id/index.php/Aliansi/article/view/107>
3. Bain & Company, Google, & Temasek. (2024). *e-Economy SEA 2024*. Singapore: Google-Temasek-Bain.
4. Commerce Law Journal. (2023). Artikel pada *Jurnal Hukum Perdagangan*. Universitas Mataram. Diakses 3 Oktober 2025, dari <https://journal.unram.ac.id/index.php/commercialaw/article/view/1364>
5. JAISS. (2023). Artikel pada *Jurnal Administrasi, Ilmu Sosial, dan Sains*. Universitas Al Azhar Indonesia. Diakses 3 Oktober 2025, dari <https://journal.uai.ac.id/index.php/JAISS/article/view/2091>
6. JEHSS. (2023). Artikel pada *Journal of Education, Humaniora, and Social Sciences*. Mahesa Institute. Diakses 3 Oktober 2025, dari <https://mahesainstitute.web.id/ojs2/index.php/jehss/article/view/2004>
7. JIHHP. (2023). Artikel pada *Jurnal Ilmiah Hukum dan Hak Asasi Manusia*. Dinasti Review. Diakses 3 Oktober 2025, dari <https://dinastirev.org/JIHHP/article/view/2775>
8. Jurnal Abioso. (2023). Artikel pada *Abioso: Jurnal Ilmu Hukum*. Universitas Kristen Indonesia. Diakses 3 Oktober 2025, dari <https://ejournal.hukumunkris.id/index.php/abioso/article/view/1156>
9. Jurnal Insan. (2023). Artikel pada *Jurnal Ilmiah Hukum*. Universitas Insan. Diakses 3 Oktober 2025, dari <https://www.jurnal.insan.ac.id/index.php/jl/article/view/412>
10. Jurnal Legalitas. (2023). Artikel pada *Jurnal Legalitas*. Universitas Negeri Gorontalo. Diakses 3 Oktober 2025, dari <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JL/article/viewFile/5796/1923>
11. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2025). *Laporan Pengaduan Konsumen Triwulan I Tahun 2025*. Jakarta: Direktorat Perlindungan Konsumen.
12. Legalitas. (2023). Artikel pada *Jurnal Legalitas*. Universitas Batanghari. Diakses 3 Oktober 2025, dari <https://legalitas.unbari.ac.id/index.php/Legalitas/article/view/1043>
13. PKN Journal. (2023). Artikel pada *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*. Universitas PGRI Yogyakarta. Diakses 3 Oktober 2025, dari <https://journal.upy.ac.id/index.php/pkn/article/view/6428>
14. Prosiding Senan. (2023). Artikel prosiding *Seminar Nasional Universitas Pamulang*. Diakses 3 Oktober 2025, dari <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/Senan/article/download/47484/22822/109882>
15. Prosiding Senasif. (2023). Artikel pada *Seminar Nasional Sistem Informasi*. Universitas Merdeka Malang. Diakses 3 Oktober 2025, dari <https://jurnalfti.unmer.ac.id/index.php/senasif/article/download/110/95/184>
16. REC Journal. (2023). Artikel pada *Jurnal Hukum REC*. Universitas Islam Jember. Diakses 3 Oktober 2025, dari <https://ejurnal.uij.ac.id/index.php/REC/article/view/82>
17. Refleksi Hukum. (2023). Artikel pada *Refleksi Hukum: Jurnal Ilmu Hukum*. Universitas Kristen Satya Wacana. Diakses 3 Oktober 2025, dari <https://ejournal.uksw.edu/refleksihukum/article/view/4267>
18. Satya Dharma. (2023). Artikel pada *Jurnal Satya Dharma*. IAHN Tampung Penyang. Diakses 3 Oktober 2025, dari <https://ejournal.iahntp.ac.id/index.php/satya-dharma/article/view/912>
19. UDA Journal. (2023). Artikel pada *Jurnal Universitas Darma Agung*. Diakses 3 Oktober 2025, dari <https://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/jurnaluda/article/view/5095>