

Perlindungan Hukum terhadap Konsumen atas Barang yang Tidak Sesuai Pesanan dalam Transaksi Jual Beli Online

Siti Atiyah¹, Munawir Hasan²

¹Fakultas Hukum, Universitas Pamulang, Serang, Indonesia

²Fakultas Hukum, Universitas Pamulang, Serang, Indonesia

Korespondensi: atiyahtyaa715@gmail.com¹, munawirhasan502@gmail.com²

Informasi Artikel

Riwayat artikel:

Received Aug 30th, 2026

Revised Sept 28th, 2026

Accepted Oct 7th, 2026

Keyword:

Consumer Protection; Online Sales;

Goods Not Matching the Order;

Breach of Contract; Business

Operator Liability.

ABSTRAK

Pertumbuhan transaksi jual beli online di Indonesia membawa persoalan baru, salah satunya penerimaan barang yang tidak sesuai dengan pesanan, baik dari segi jenis, ukuran, warna, kualitas, maupun jumlah. Konsumen berada pada posisi lemah karena tidak dapat memeriksa barang secara langsung sebelum membayar, sehingga perlindungan hukum yang memadai sangat diperlukan. Penelitian ini bertujuan menganalisis bentuk perlindungan hukum bagi konsumen, tanggung jawab pelaku usaha dan penyelenggara *marketplace*, serta mekanisme penyelesaian sengketa atas barang yang tidak sesuai pesanan. Penelitian menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual, melalui studi kepustakaan terhadap bahan hukum primer, sekunder, dan tersier yang dianalisis secara kualitatif-deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengiriman barang yang tidak sesuai pesanan merupakan wanprestasi menurut KUH Perdata sekaligus pelanggaran hak konsumen dan larangan bagi pelaku usaha menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Perlindungan diberikan secara preventif melalui kewajiban menyediakan informasi yang benar, jelas, dan jujur, serta secara represif melalui ganti rugi, sanksi administratif, dan sanksi pidana. Konsumen dapat menempuh penyelesaian melalui mekanisme internal platform, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, atau pengadilan. Pembahasan menunjukkan masih adanya hambatan berupa lemahnya pembuktian, rendahnya literasi hukum konsumen, dan belum tegasnya tanggung jawab penyelenggara *marketplace*. Penguatan regulasi, pengawasan, dan edukasi konsumen diperlukan agar perlindungan berjalan efektif.



© 2026 The Authors. Published by Punggawa Legacy Center. This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah secara mendasar cara masyarakat melakukan kegiatan ekonomi. Jual beli yang semula mensyaratkan pertemuan fisik antara penjual dan pembeli kini dapat dilakukan melalui platform digital, baik berupa pasar daring (*marketplace*), media sosial, maupun situs web milik pelaku usaha. Kemudahan akses internet, meluasnya penggunaan telepon pintar, serta berkembangnya layanan pembayaran dan logistik mendorong perdagangan melalui sistem elektronik tumbuh pesat di Indonesia. Pandemi COVID-19 turut mempercepat peralihan perilaku belanja masyarakat dari pola konvensional ke pola daring, dan kebiasaan tersebut bertahan hingga sekarang. Transaksi online menawarkan efisiensi waktu, ragam pilihan produk, dan harga yang kompetitif, sehingga menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan konsumen sehari-hari.

Barang yang tidak sesuai pesanan merupakan salah satu masalah yang paling sering dihadapi konsumen dalam transaksi jual beli online. Ketidaksesuaian tersebut dapat berwujud beragam bentuk, misalnya barang yang diterima berbeda jenis atau merek dari yang dipesan, ukuran atau warna yang

tidak sama, spesifikasi yang lebih rendah daripada yang diiklankan, jumlah yang kurang, kondisi barang bekas padahal dijanjikan baru, hingga paket yang berisi barang yang tidak bernilai. Penyebabnya pun bervariasi. Ketidaksesuaian dapat muncul karena kelalaian pelaku usaha dalam mengemas dan mengirim barang, kekeliruan pengelolaan stok, kesalahan jasa ekspedisi, atau itikad buruk pelaku usaha yang sengaja menampilkan informasi menyesatkan untuk menarik pembeli. Apa pun penyebabnya, konsumen menanggung kerugian berupa uang yang telah dibayarkan, waktu yang terbuang, biaya pengembalian barang, dan hilangnya kesempatan memperoleh barang yang sebenarnya dibutuhkan.

Dalam perspektif hukum, jual beli adalah perjanjian yang melahirkan hak dan kewajiban bagi para pihak. Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) mendefinisikan jual beli sebagai perjanjian ketika satu pihak mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak lain membayar harga yang telah dijanjikan. Penjual wajib menyerahkan barang sesuai dengan yang diperjanjikan, sedangkan pembeli wajib membayar harga. Apabila penjual menyerahkan barang yang tidak sesuai dengan kesepakatan, secara perdata perbuatan itu dapat dikualifikasikan sebagai wanprestasi (Subekti, 2005). Pada saat yang sama, hubungan antara pelaku usaha dan konsumen berada dalam ruang lingkup hukum perlindungan konsumen yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Undang-undang ini menempatkan hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur serta hak atas kompensasi, ganti rugi, atau penggantian sebagai hak dasar konsumen, sekaligus melarang pelaku usaha memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi penjualan barang tersebut.

Persoalan barang yang tidak sesuai pesanan juga berkaitan dengan kepercayaan (*trust*) yang menjadi fondasi ekonomi digital. Konsumen bersedia membayar di muka kepada pihak yang tidak dikenalnya secara langsung karena percaya bahwa barang yang akan diterima sesuai dengan yang ditawarkan. Apabila kepercayaan itu terus dilanggar tanpa pemulihan yang memadai, konsumen akan menarik diri dari transaksi online, dan kerugiannya tidak hanya dirasakan oleh konsumen tetapi juga oleh pelaku usaha yang jujur serta penyelenggara platform. Dengan demikian, perlindungan konsumen sesungguhnya juga berfungsi menjaga keberlangsungan perdagangan elektronik itu sendiri. Pandangan ini menegaskan bahwa kajian atas perlindungan hukum konsumen bukan hanya relevan bagi konsumen, melainkan bagi seluruh pemangku kepentingan dalam ekosistem perdagangan digital.

Persoalan praktis muncul ketika konsumen berupaya menuntut haknya. Pelaku usaha sering berada di wilayah yang berbeda dengan konsumen, identitasnya tidak selalu jelas, dan komunikasi hanya berlangsung melalui fitur obrolan. Bukti ketidaksesuaian barang kerap sulit dihadirkan, misalnya karena konsumen tidak merekam proses pembukaan paket. Nilai kerugian yang relatif kecil membuat konsumen enggan menempuh jalur peradilan yang memakan waktu dan biaya. Di sisi lain, penyelenggara *marketplace* sebagai perantara sering menyatakan bahwa mereka hanya menyediakan sarana, sehingga muncul pertanyaan mengenai sejauh mana platform turut bertanggung jawab atas kerugian konsumen. Ketidakjelasan ini memperlihatkan kesenjangan antara norma hukum yang dicita-citakan (*das sollen*) dan kenyataan yang dialami konsumen (*das sein*).

Urgensi penelitian ini terletak pada dua hal. Pertama, jumlah konsumen yang bertransaksi secara online terus bertambah, sehingga potensi sengketa karena barang yang tidak sesuai pesanan juga meningkat. Kedua, perubahan regulasi dalam beberapa tahun terakhir, termasuk perubahan UU ITE dan terbitnya peraturan turunan di bidang perdagangan elektronik, menuntut pemetaan ulang terhadap hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, dan tanggung jawab penyelenggara platform. Tanpa pemetaan yang jelas, konsumen tidak mengetahui jalur hukum yang tersedia, sedangkan pelaku usaha tidak memahami batas tanggung jawabnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif atau doktrinal, yaitu penelitian yang menempatkan hukum sebagai sistem norma yang mencakup asas, kaidah, peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, perjanjian, dan doktrin (Marzuki, 2017; Soekanto & Mamudji, 2015). Pendekatan yang digunakan terdiri atas dua jenis. Pertama, pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dengan menelaah seluruh peraturan yang berkaitan dengan jual beli, perlindungan konsumen, dan transaksi elektronik, yaitu KUH Perdata, UUPK, UU ITE beserta perubahannya, PP PMSE, Permendag Nomor 31 Tahun 2023, dan peraturan terkait penyelesaian sengketa. Bahan hukum yang digunakan terbagi menjadi tiga kelompok. Bahan hukum primer adalah bahan yang memiliki

otoritas, yakni Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik beserta perubahannya sampai dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024, Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2023 tentang Kitab Undang-Undang Hukum Pidana, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023, serta Peraturan Mahkamah Agung Nomor 4 Tahun 2019 tentang Tata Cara Penyelesaian Gugatan Sederhana. Landasan teoretis penelitian ini adalah teori perlindungan hukum. Hadjon (1987) membedakan perlindungan hukum menjadi dua bentuk, yaitu perlindungan hukum preventif yang bertujuan mencegah terjadinya sengketa, dan perlindungan hukum represif yang bertujuan menyelesaikan sengketa setelah pelanggaran terjadi. Rahardjo (2000) menjelaskan bahwa perlindungan hukum adalah upaya memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan oleh orang lain, dan perlindungan tersebut diberikan agar masyarakat dapat menikmati seluruh hak yang diberikan oleh hukum. Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*). Tahapannya meliputi identifikasi isu hukum, penelusuran bahan hukum melalui perpustakaan, basis data peraturan, dan portal jurnal ilmiah, kemudian inventarisasi dan klasifikasi bahan berdasarkan permasalahan

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hubungan Hukum Para Pihak dan Kualifikasi Barang yang Tidak Sesuai Pesanan

Transaksi jual beli online pada dasarnya tunduk pada asas-asas hukum perjanjian yang sama dengan jual beli konvensional. Kesepakatan lahir ketika konsumen menekan tombol pemesanan atau pembayaran atas penawaran yang ditampilkan penjual, dan kesepakatan itu dituangkan dalam kontrak elektronik. Pasal 18 ayat (1) UU ITE menegaskan bahwa transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak. Dengan demikian, syarat sah perjanjian dalam Pasal 1320 KUH Perdata, yaitu kesepakatan, kecakapan, hal tertentu, dan sebab yang halal, tetap menjadi tolok ukur (Subekti, 2005). Objek perjanjian dalam konteks ini adalah barang sebagaimana dideskripsikan pada halaman produk, termasuk jenis, merek, ukuran, warna, varian, jumlah, dan kondisinya. Deskripsi tersebut bukan sekadar materi promosi, melainkan bagian dari penawaran yang apabila diterima konsumen menjadi isi perjanjian (Barkatullah & Prasetyo, 2005).

Berdasarkan Pasal 1474 KUH Perdata, penjual memiliki dua kewajiban utama, yaitu menyerahkan barang dan menanggungnya. Menyerahkan barang berarti menyerahkan barang sesuai dengan yang diperjanjikan. Ketika yang diserahkan berbeda dari yang dipesan, kewajiban tersebut belum terpenuhi sebagaimana mestinya. Dalam doktrin hukum perjanjian, wanprestasi mencakup empat bentuk, yaitu tidak melaksanakan prestasi sama sekali, melaksanakan prestasi tetapi tidak sebagaimana mestinya, melaksanakan prestasi tetapi terlambat, dan melakukan sesuatu yang dilarang dalam perjanjian (Subekti, 2005). Pengiriman barang yang tidak sesuai pesanan termasuk bentuk kedua, yaitu melaksanakan prestasi tetapi tidak sebagaimana mestinya. Akibat hukumnya, konsumen sebagai kreditur dapat menuntut pemenuhan perjanjian, pemenuhan disertai ganti rugi, ganti rugi saja, pembatalan perjanjian, atau pembatalan disertai ganti rugi, sebagaimana diatur dalam Pasal 1243 dan Pasal 1267 KUH Perdata.

Hukum perlindungan konsumen memberikan dimensi tambahan terhadap persoalan ini. Pasal 4 huruf h UUPK menjamin hak konsumen untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Hak ini berpasangan dengan kewajiban pelaku usaha dalam Pasal 7 huruf g untuk memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian dalam keadaan yang sama. Selain itu, Pasal 4 huruf c menjamin hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang, sedangkan Pasal 7 huruf a dan huruf b mewajibkan pelaku usaha beritikad baik dan memberikan informasi yang benar, jelas, serta jujur.

Larangan bagi pelaku usaha yang relevan terdapat dalam Pasal 8 ayat (1) UUPK. Huruf e melarang barang yang tidak sesuai dengan mutu, tingkat, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang. Huruf f melarang barang yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi penjualan barang. Foto, video, judul produk, dan deskripsi pada lapak daring dapat dikategorikan sebagai keterangan, iklan, atau promosi penjualan, sehingga ketidaksesuaian antara tampilan penawaran dan barang yang dikirim memenuhi unsur larangan tersebut. Jika barang yang

dikirim ternyata bekas, rusak, atau cacat padahal ditawarkan sebagai barang baru, Pasal 8 ayat (2) UUPK juga relevan karena melarang pelaku usaha memperdagangkan barang demikian tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.

Dengan demikian, barang yang tidak sesuai pesanan melahirkan kualifikasi ganda. Dari sisi hukum perdata, perbuatan itu adalah wanprestasi yang bersumber dari perjanjian. Dari sisi hukum perlindungan konsumen, perbuatan itu merupakan pelanggaran terhadap hak konsumen dan larangan bagi pelaku usaha yang bersumber dari undang-undang. Muhammad (2014) menjelaskan bahwa perikatan dapat lahir dari perjanjian maupun dari undang-undang, dan kedua sumber ini dapat bertemu pada satu peristiwa yang sama. Kualifikasi ganda ini menguntungkan konsumen karena membuka beberapa dasar tuntutan sekaligus. Konsumen tidak hanya bergantung pada isi kontrak elektronik yang umumnya disusun sepihak oleh penjual atau platform, tetapi juga dapat bersandar pada norma undang-undang yang bersifat memaksa.

B. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dan Pelaku Usaha

1. Perlindungan Hukum Preventif Bagi Konsumen

Perlindungan hukum preventif bertujuan mencegah terjadinya pelanggaran dan sengketa (Hadjon, 1987). Dalam konteks barang yang tidak sesuai pesanan, bentuk perlindungan preventif yang paling mendasar adalah kewajiban pelaku usaha untuk menyajikan informasi yang benar. Pasal 9 UU ITE mewajibkan pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik untuk menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Ketentuan ini sejalan dengan Pasal 9 dan Pasal 17 UUPK yang melarang penawaran dan periklanan barang secara tidak benar atau menyesatkan. Semakin akurat deskripsi produk, semakin kecil peluang terjadinya perbedaan persepsi antara barang yang dibayangkan konsumen dan barang yang diterima.

PP PMSE dan peraturan pelaksanaannya memperinci kewajiban informasi tersebut. Pelaku usaha dalam perdagangan melalui sistem elektronik antara lain diwajibkan menyampaikan informasi yang benar mengenai identitas dan legalitas, persyaratan teknis barang, harga, serta mekanisme pengiriman dan pembayaran. PP PMSE juga memuat ketentuan bahwa pelaku usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi. Ketentuan ini penting karena memberi dasar normatif bagi hak retur yang secara spesifik menjawab persoalan barang tidak sesuai pesanan. Permendag Nomor 31 Tahun 2023 melengkapinya dengan pengaturan perizinan berusaha, periklanan, serta pembinaan dan pengawasan pelaku usaha, termasuk penyelenggara platform.

Bentuk perlindungan preventif berikutnya adalah pengendalian terhadap klausula baku. Banyak penjual dan platform mencantumkan syarat seperti barang yang sudah dibeli tidak dapat ditukar atau dikembalikan. Pasal 18 ayat (1) UUPK melarang pelaku usaha mencantumkan klausula baku yang menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha, yang menyatakan pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen, atau menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan. Pasal 18 ayat (3) menyatakan bahwa klausula baku yang demikian batal demi hukum. Konsekuensinya, pernyataan "barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan" tidak dapat dijadikan alasan oleh penjual untuk menolak tanggung jawab ketika barang yang dikirim ternyata tidak sesuai pesanan. Konsumen perlu mengetahui bahwa klausula semacam itu tidak mengikat.

Perlindungan preventif juga dilaksanakan melalui pembinaan dan pengawasan. Pasal 29 dan Pasal 30 UUPK menugaskan pemerintah untuk membina penyelenggaraan perlindungan konsumen dan mengawasi barang yang beredar, dengan melibatkan masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat. Pasal 4 huruf f UUPK juga menjamin hak konsumen atas pembinaan dan pendidikan konsumen. Di luar peraturan perundang-undangan, penyelenggara *marketplace* umumnya menerapkan kebijakan internal seperti penahanan dana pembayaran sementara sampai konsumen mengonfirmasi penerimaan barang, batas waktu komplain, dan fitur pengembalian dana. Kebijakan tersebut bersifat kontraktual dan mengikat berdasarkan Pasal 1338 KUH Perdata, tetapi tidak boleh bertentangan dengan UUPK. Ketentuan platform yang memberikan perlindungan lebih rendah daripada undang-undang, misalnya membatasi waktu komplain secara tidak wajar, dapat dipersoalkan melalui Pasal 18

UUPK. Dengan demikian, kebijakan platform merupakan lapisan perlindungan tambahan, bukan pengganti perlindungan hukum.

2. Perlindungan Hukum Represif dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Apabila pencegahan gagal dan konsumen telah menerima barang yang tidak sesuai, perlindungan represif bekerja melalui pertanggungjawaban pelaku usaha. Dalam ranah perdata, Pasal 19 ayat (1) UUPK menyatakan pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang yang diperdagangkan. Pasal 19 ayat (2) menjelaskan bentuk ganti rugi berupa pengembalian uang, penggantian barang sejenis atau setara nilainya, perawatan kesehatan, dan/atau pemberian santunan. Untuk kasus barang yang tidak sesuai pesanan, bentuk yang relevan adalah pengembalian uang atau penggantian barang sejenis atau setara nilainya. Pasal 19 ayat (3) menetapkan bahwa ganti rugi diberikan dalam tenggang waktu tujuh hari setelah tanggal transaksi.

Ketentuan tenggang waktu tujuh hari setelah tanggal transaksi menimbulkan persoalan penafsiran dalam transaksi online. Pada jual beli konvensional, tanggal transaksi dan tanggal penerimaan barang biasanya bertepatan, sedangkan pada transaksi online jeda keduanya dapat berlangsung beberapa hari atau lebih lama. Jika tujuh hari dihitung semata-mata sejak pembayaran, pelaku usaha dapat berdalih bahwa kewajiban ganti rugi telah gugur sebelum konsumen membuka pakatnya. Penafsiran teleologis mengarahkan bahwa tenggang waktu itu sepatutnya dipahami sebagai kewajiban pelaku usaha menanggapi tuntutan secara cepat, bukan batas hilangnya hak konsumen. Perlu dicatat pula bahwa Pasal 19 ayat (4) menyatakan pemberian ganti rugi tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai unsur kesalahan.

Dari segi prinsip tanggung jawab, Shidarta (2006) mengklasifikasikan beberapa prinsip, yaitu tanggung jawab berdasarkan kesalahan, praduga selalu bertanggung jawab, praduga tidak selalu bertanggung jawab, tanggung jawab mutlak, dan pembatasan tanggung jawab. UUPK condong pada prinsip praduga selalu bertanggung jawab. Pasal 28 UUPK menetapkan bahwa pembuktian ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi berdasarkan Pasal 19 ayat (4), Pasal 20, dan Pasal 21 merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha. Pembalikan beban pembuktian ini bermakna penting bagi konsumen online yang secara teknis sulit membuktikan kesalahan penjual. Pelaku usaha yang harus membuktikan bahwa ketidaksesuaian bukan akibat kesalahannya. Pasal 19 ayat (5) pun memberi pengecualian apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen, misalnya konsumen keliru memilih varian ketika memesan.

Selain tanggung jawab perdata, hukum memberikan sanksi administratif dan pidana. Pasal 60 UUPK memberi kewenangan kepada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) untuk menjatuhkan sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp200.000.000,00 terhadap pelanggaran antara lain Pasal 19 ayat (2) dan ayat (3). Dalam ranah pidana, Pasal 62 ayat (1) UUPK mengancam pelaku usaha yang melanggar Pasal 8 dengan pidana penjara paling lama lima tahun atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00. Pasal 28 ayat (1) UU ITE juga melarang penyebaran informasi bohong atau menyesatkan yang mengakibatkan kerugian materiel bagi konsumen dalam transaksi elektronik, dengan ancaman menurut Pasal 45A ayat (1) berupa pidana penjara paling lama enam tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00.

Penerapan sanksi pidana perlu dilakukan secara selektif. Kekeliruan pengemasan atau pengelolaan stok oleh penjual yang beritikad baik lazimnya cukup diselesaikan melalui pengembalian dana atau penggantian barang. Sanksi pidana lebih tepat diarahkan pada pelaku usaha yang sengaja memanipulasi informasi atau menghilangkan setelah menerima pembayaran, sejalan dengan gagasan bahwa hukum pidana merupakan upaya terakhir (*ultimum remedium*).

C. Tanggung Jawab Penyelenggara Marketplace dan Pihak Ekspedisi

Transaksi melalui *marketplace* melibatkan struktur hubungan hukum yang berlapis. Terdapat hubungan jual beli antara konsumen dan penjual (*merchant*), hubungan layanan antara penjual dan penyelenggara platform, serta hubungan layanan antara konsumen dan penyelenggara platform yang didasarkan pada syarat dan ketentuan penggunaan. Selain itu, jasa ekspedisi dan penyedia jasa pembayaran juga terlibat. PP PMSE membedakan pelaku usaha perdagangan melalui sistem elektronik

menjadi beberapa kategori, antara lain pedagang dan penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik (PPMSE) yang menyediakan sarana komunikasi elektronik untuk transaksi. Perbedaan ini menunjukkan bahwa pembentuk peraturan menyadari peran perantara platform, tetapi pengaturan mengenai batas tanggung jawabnya terhadap konsumen belum sepenuhnya tegas.

Penyelenggara platform kerap berargumen bahwa mereka hanya menyediakan sarana sehingga tidak terlibat dalam perjanjian jual beli. Argumen ini benar sejauh menyangkut prestasi penyerahan barang, karena pihak yang terikat untuk menyerahkan barang adalah penjual. Namun, platform tidak dapat serta-merta melepaskan diri dari tanggung jawab. Pasal 1 angka 3 UUPK mendefinisikan pelaku usaha secara luas sebagai setiap orang perseorangan atau badan usaha yang menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Penyelenggara *marketplace* yang memperoleh keuntungan dari komisi, biaya layanan, atau iklan jelas menjalankan kegiatan usaha, sehingga ia juga terikat kewajiban pelaku usaha, khususnya beritikad baik dan menyediakan layanan yang aman, nyaman, dan jujur bagi penggunaannya. Pendapat Barkatullah dan Prasetyo (2005) bahwa perlindungan konsumen dalam *e-commerce* memerlukan kejelasan pihak-pihak yang bertanggung jawab mendukung pandangan ini.

Peraturan di bidang perdagangan elektronik mengarah pada tanggung jawab yang bersifat proporsional. Semakin besar kendali platform atas transaksi, misalnya melalui verifikasi penjual, pengelolaan pembayaran, penyediaan logistik, penetapan kebijakan pengembalian barang, dan penyelesaian komplain, semakin besar pula tanggung jawab yang patut ditanggungsnya. Berbagai ketentuan dalam PP PMSE dan Permendag Nomor 31 Tahun 2023 antara lain membebaskan kewajiban kepada penyelenggara untuk menyediakan sarana pengaduan, menindaklanjuti laporan terhadap penawaran yang melanggar ketentuan, dan memenuhi persyaratan perizinan, sehingga platform tidak sepenuhnya berposisi pasif. Jika platform lalai menjalankan fungsi yang secara sukarela telah dijanjikannya kepada konsumen, maka konsumen dapat mendasarkan tuntutan pada perbuatan melawan hukum menurut Pasal 1365 KUH Perdata atau wanprestasi atas syarat layanan platform.

Pihak ekspedisi kerap dikaitkan dengan paket yang tertukar, rusak, atau hilang. Terhadap konsumen, penjual tetap bertanggung jawab karena penjual adalah pihak dalam perjanjian jual beli, dan penjual kemudian dapat menuntut ekspedisi berdasarkan perjanjian pengangkutan di antara mereka. Skema ini melindungi konsumen dari beban menelusuri kesalahan dalam rantai logistik yang tidak dapat ia kendalikan.

D. Hambatan dan Mekanisme Penyelesaian Sengketa Dalam dan Efektivitas Perlindungan Hukum

Efektivitas perlindungan konsumen masih menghadapi hambatan. Dengan menggunakan lima faktor efektivitas hukum dari Soekanto (2008), hambatan tersebut dapat dipetakan sebagai berikut. Dari faktor hukum, UUPK lahir pada tahun 1999, sebelum perdagangan elektronik berkembang seperti sekarang, sehingga banyak ketentuannya, misalnya tenggang waktu tujuh hari dalam Pasal 19 ayat (3), belum sepenuhnya menjawab karakter transaksi online. Pengaturan mengenai tanggung jawab penyelenggara *marketplace* juga tersebar di berbagai peraturan dan belum dirumuskan secara tegas dalam undang-undang. Hal ini menimbulkan ruang penafsiran yang dapat dimanfaatkan oleh pihak yang bertanggung jawab untuk menghindari.

Dari faktor penegak hukum dan kelembagaan, BPSK belum tersedia merata di seluruh kabupaten dan kota serta menghadapi keterbatasan anggaran dan sumber daya, sedangkan pelaku usaha online dapat berada di lokasi yang jauh dari konsumen. Aparat penegak hukum juga kerap memandang kasus barang tidak sesuai pesanan sebagai sengketa perdata bernilai kecil yang tidak layak diprioritaskan, padahal secara kumulatif kerugian konsumen dapat sangat besar. Dari faktor sarana dan fasilitas, pembuktian elektronik menjadi isu penting. Pasal 5 UU ITE mengakui informasi elektronik, dokumen elektronik, dan hasil cetaknya sebagai alat bukti hukum yang sah. Tangkapan layar percakapan, bukti pembayaran, halaman produk, dan video pembukaan paket (*unboxing*) dapat dijadikan alat bukti, tetapi konsumen sering tidak menyiapkannya sejak awal dan kerap kesulitan menunjukkan keaslian bukti tersebut.

Dari faktor masyarakat dan kebudayaan, tingkat literasi hukum konsumen masih terbatas. Banyak konsumen tidak mengetahui bahwa klausula "barang tidak dapat dikembalikan" tidak berlaku mutlak, tidak mengetahui keberadaan BPSK, atau menganggap kerugian terlalu kecil untuk diperjuangkan, sehingga banyak pelanggaran tidak dilaporkan dan pelaku usaha tidak memperoleh efek jera. Sebaliknya, sebagian konsumen menyalahgunakan mekanisme retur, sehingga perlindungan hukum harus tetap menjaga keseimbangan kepentingan pelaku usaha yang jujur.

Secara keseluruhan, perlindungan hukum yang tersedia sudah memadai secara normatif tetapi belum sepenuhnya efektif secara praktis. Hak konsumen telah diakui, kewajiban pelaku usaha dirumuskan, dan jalur pemulihan tersedia. Namun, efektivitasnya bergantung pada kemudahan akses, kecepatan proses, dan kepastian pelaksanaan. Berdasarkan teori perlindungan hukum Hadjon (1987), perlindungan preventif perlu diperkuat melalui edukasi, standarisasi informasi produk, dan pengawasan aktif, sedangkan perlindungan represif perlu dipermudah melalui layanan penyelesaian sengketa yang cepat dan terjangkau, termasuk pemanfaatan sarana daring. Penguatan kedua sisi ini penting agar tujuan UUPK, yakni meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya, dapat terwujud dalam ekosistem perdagangan digital.

Konsumen yang menerima barang tidak sesuai pesanan memiliki beberapa jalur penyelesaian. Jalur pertama adalah penyelesaian langsung dengan penjual melalui platform, dengan menyampaikan keberatan secara tertulis disertai foto atau video barang yang diterima, lalu mengajukan komplain melalui fitur pengembalian atau pusat resolusi. Jalur ini cepat dan murah serta paling realistis untuk sengketa bernilai kecil, tetapi putusan platform tidak bersifat eksekutorial.

Jalur kedua adalah penyelesaian di luar pengadilan melalui BPSK. Pasal 45 ayat (2) UUPK menyatakan bahwa penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa. Pasal 49 UUPK mengatur pembentukan BPSK di daerah tingkat II, dan Pasal 52 menetapkan tugas BPSK, antara lain melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen dengan cara konsiliasi, mediasi, atau arbitrase. Pasal 55 mengatur bahwa BPSK wajib mengeluarkan putusan paling lambat dua puluh satu hari kerja sejak gugatan diterima. Putusan BPSK bersifat final dan mengikat menurut Pasal 54 ayat (3), tetapi para pihak dapat mengajukan keberatan kepada pengadilan negeri dalam waktu empat belas hari kerja menurut Pasal 56 ayat (2). Pasal 45 ayat (3) UUPK menegaskan bahwa penyelesaian di luar pengadilan tidak menghilangkan tanggung jawab pidana.

Jalur ketiga adalah penyelesaian melalui pengadilan. Pasal 45 ayat (1) UUPK memberi hak kepada setiap konsumen yang dirugikan untuk menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan umum. Konsumen dapat mengajukan gugatan wanprestasi atau perbuatan melawan hukum. Untuk sengketa dengan nilai gugatan materiel yang relatif kecil, mekanisme gugatan sederhana yang diatur dalam Peraturan Mahkamah Agung Nomor 4 Tahun 2019 dapat menjadi pilihan karena prosesnya lebih singkat dan tidak mewajibkan pendampingan advokat; batas nilai gugatannya adalah paling banyak Rp500.000.000,00. Jika banyak konsumen mengalami kerugian yang sama akibat praktik satu pelaku usaha, Pasal 46 ayat (1) huruf b UUPK membuka peluang gugatan kelompok, sedangkan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat dapat mengajukan gugatan menurut huruf c.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan beberapa hal. Pertama, pengiriman barang yang tidak sesuai pesanan dalam transaksi jual beli online merupakan peristiwa hukum yang memiliki kualifikasi ganda. Dalam hukum perdata, perbuatan itu merupakan wanprestasi karena penjual melaksanakan prestasi tidak sebagaimana mestinya, sedangkan dalam hukum perlindungan konsumen, perbuatan itu melanggar hak konsumen dalam Pasal 4 dan kewajiban serta larangan bagi pelaku usaha dalam Pasal 7 dan Pasal 8 UUPK. Kualifikasi ganda ini memberikan dasar tuntutan yang lebih kuat bagi konsumen.

Kedua, perlindungan hukum bagi konsumen telah tersedia dalam bentuk preventif dan represif. Perlindungan preventif diwujudkan melalui kewajiban penyediaan informasi yang benar, jelas, dan jujur, larangan klausula baku yang mengalihkan tanggung jawab, kewajiban pemberian batas waktu pengembalian barang menurut PP PMSE, serta pembinaan dan pengawasan. Perlindungan represif diwujudkan melalui kewajiban ganti rugi berupa pengembalian uang atau penggantian barang, pembalikan beban pembuktian unsur kesalahan kepada pelaku usaha, sanksi administratif, dan sanksi pidana yang sebaiknya diterapkan secara selektif terhadap pelaku usaha yang beritikad buruk. Penyelenggara *marketplace* sebagai pelaku usaha jasa juga memikul tanggung jawab yang bersifat proporsional sesuai tingkat kendalinya atas transaksi.

Ketiga, konsumen dapat menyelesaikan sengketa melalui mekanisme internal platform, BPSK, gugatan melalui pengadilan termasuk gugatan sederhana, serta pelaporan pidana apabila terdapat unsur penipuan atau informasi menyesatkan. Meski demikian, pelaksanaan perlindungan hukum masih

terhambat oleh ketentuan UUPK yang belum menyesuaikan karakter transaksi elektronik, ketidaktegasan pengaturan tanggung jawab penyelenggara platform, keterbatasan kelembagaan penyelesaian sengketa, kesulitan pembuktian, dan rendahnya literasi hukum konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Barkatullah, A. H., & Prasetyo, T. (2005). *Bisnis e-commerce: Studi sistem keamanan dan hukum di Indonesia*. Pustaka Pelajar.
- Hadjon, P. M. (1987). *Perlindungan hukum bagi rakyat di Indonesia*. Bina Ilmu.
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek), Staatsblad 1847 Nomor 23.
- Kristiyanti, C. T. S. (2008). *Hukum perlindungan konsumen*. Sinar Grafika.
- Marzuki, P. M. (2017). *Penelitian hukum* (Edisi revisi). Kencana.
- Miru, A., & Yodo, S. (2004). *Hukum perlindungan konsumen*. RajaGrafindo Persada.
- Muhammad, A. (2014). *Hukum perdata Indonesia*. Citra Aditya Bakti.
- Nasution, A. Z. (2014). *Hukum perlindungan konsumen: Suatu pengantar*. Diadit Media.
- Peraturan Mahkamah Agung Nomor 4 Tahun 2019 tentang Perubahan atas Peraturan Mahkamah Agung Nomor 2 Tahun 2015 tentang Tata Cara Penyelesaian Gugatan Sederhana.
- Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
- Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
- Rahardjo, S. (2000). *Ilmu hukum*. Citra Aditya Bakti.
- Shidarta. (2006). *Hukum perlindungan konsumen Indonesia* (Edisi revisi). Grasindo.
- Soekanto, S. (2008). *Faktor-faktor yang mempengaruhi penegakan hukum*. RajaGrafindo Persada.
- Soekanto, S., & Mamudji, S. (2015). *Penelitian hukum normatif: Suatu tinjauan singkat*. RajaGrafindo Persada.
- Subekti, R. (2005). *Hukum perjanjian*. Intermasa.
- Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2023 tentang Kitab Undang-Undang Hukum Pidana.
- Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Nomor 4843.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3821.