

WANPRESTASI DALAM PERJANJIAN JUAL BELI MELALUI *MARKETPLACE DIGITAL* : ANALISIS HUKUM PERDATA DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN

Isnaini Lela Agustin¹, Heriyanti²

¹Fakultas Hukum Universitas Udayana, ²Pengadilan Negeri Gresik

Email: iysnaeee@gmail.com, eyi.heriyanti@icloud.com

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji wanprestasi dalam perjanjian jual beli melalui *marketplace digital* di Indonesia dengan pendekatan hukum normatif, meliputi pendekatan peraturan perundang-undangan, konseptual, dan studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk wanprestasi yang paling sering terjadi adalah barang tidak sesuai deskripsi, keterlambatan pengiriman, *non-delivery*, dan cacat kualitas barang. Secara hukum, penjual dapat dimintai tanggung jawab hukum berdasarkan Pasal 1243 KUHPerdata dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, namun pelaksanaannya masih lemah. *Marketplace* berdasarkan PP 80 Tahun 2019 berkedudukan sebagai perantara dengan tanggung jawab yang terbatas. Kondisi ini menimbulkan kesenjangan perlindungan hukum akibat ketidakselarasan informasi dalam transaksi digital *e-commerce* di Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan hukum perdagangan elektronik yang lebih adaptif dan responsif di Indonesia.

Kata kunci : Wanprestasi, *Marketplace Digital*, Perlindungan Konsumen, *E-commerce* Indonesia

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam aktivitas ekonomi masyarakat, khususnya dalam transaksi jual beli melalui sistem elektronik. *Marketplace digital* kini menjadi sarana utama dalam kegiatan perdagangan karena mampu mempertemukan penjual dan pembeli tanpa batasan ruang dan waktu. Di Indonesia, pertumbuhan *e-commerce* menunjukkan tren yang sangat pesat yang menunjukkan bahwa transaksi jual beli secara daring telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Selain peningkatan nilai transaksi, jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia juga terus bertambah setiap tahunnya. Kondisi ini mencerminkan tingginya ketergantungan masyarakat terhadap *marketplace digital* sebagai sarana pemenuhan kebutuhan barang dan jasa, sekaligus memperbesar potensi terjadinya permasalahan hukum dalam praktik transaksi elektronik.

Meskipun memberikan kemudahan dan efisiensi, transaksi jual beli melalui *marketplace digital* juga menimbulkan berbagai persoalan hukum, khususnya terkait pelaksanaan perjanjian. Salah satu permasalahan yang sering muncul adalah wanprestasi yang dilakukan oleh penjual, seperti barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi yang ditawarkan, kualitas barang yang berbeda dari yang dijanjikan, keterlambatan pengiriman, atau bahkan barang tidak dikirim sama sekali setelah konsumen melakukan pembayaran. Dengan tingginya volume transaksi, potensi kerugian konsumen akibat wanprestasi dalam *marketplace digital* menjadi semakin besar dan kompleks.

Secara yuridis, perjanjian yang dibuat melalui *marketplace digital* merupakan perjanjian yang sah dan mengikat. Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menetapkan syarat sahnya perjanjian, sementara Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik mengakui kontrak elektronik sebagai perjanjian yang memiliki kekuatan hukum dan alat bukti yang sah. Oleh karena itu, meskipun perjanjian dilakukan tanpa pertemuan langsung dan tanpa tanda tangan konvensional, hubungan hukum antara penjual dan pembeli tetap menimbulkan hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh para pihak. Namun, dalam praktik transaksi *marketplace digital*, muncul persoalan mengenai tanggung jawab hukum ketika terjadi wanprestasi. Penjual sering kali sulit dimintai pertanggungjawaban secara efektif, sementara *marketplace* sebagai penyedia platform cenderung membatasi tanggung jawabnya dengan alasan hanya berperan sebagai perantara. Padahal, *marketplace* memperoleh keuntungan ekonomi dari setiap transaksi dan turut mengatur mekanisme jual beli melalui sistem, kebijakan, serta klausula baku yang mengikat pengguna. Kondisi ini menimbulkan ketidakjelasan perlindungan hukum bagi konsumen dan berpotensi menempatkan konsumen pada posisi yang lemah.

Berdasarkan kondisi tersebut, kajian mengenai wanprestasi dalam perjanjian jual beli melalui *marketplace digital* menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih jelas mengenai penerapan konsep wanprestasi dalam perjanjian elektronik serta menilai sejauh mana tanggung jawab hukum penjual dan *marketplace* dalam memberikan perlindungan hukum yang adil bagi konsumen di Indonesia.

B. RUMUSAN MASALAH

Penulis menemukan adanya gap antara teori dan praktik yang terjadi di lapangan. Untuk membuktikan secara ilmiah dan mencari akar permasalahan secara mendalam, penelitian ini akan berfokus pada pertanyaan-pertanyaan berikut yang dirangkum dalam rumusan masala

1. Bagaimana bentuk wanprestasi yang terjadi dalam perjanjian jual beli

- melalui marketplace digital?
2. Bagaimana tanggung jawab hukum penjual terhadap konsumen apabila terjadi wanprestasi dalam transaksi marketplace digital?
 3. Bagaimana kedudukan dan tanggung jawab hukum marketplace sebagai penyedia platform dalam hal wanprestasi oleh penjual?

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif yang bersifat deskriptif analitis yang berfokus pada kajian norma hukum positif yang berlaku di Indonesia terkait wanprestasi dalam perjanjian jual beli melalui *marketplace digital*, termasuk Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) sebagaimana diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016, serta Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU PK). Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan statutori (*statute approach*) untuk menganalisis peraturan perundang-undangan terkait, pendekatan konseptual (*conceptual approach*) untuk mengkaji konsep wanprestasi dan tanggung jawab hukum, serta pendekatan kasus (*case approach*) untuk menelaah putusan pengadilan terkait sengketa *marketplace digital*.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Bentuk Wanprestasi dalam Perjanjian Jual Beli Melalui *Marketplace Digital*

Wanprestasi dalam perjanjian jual beli melalui *marketplace digital* seperti Shopee, Tokopedia, atau Lazada menjadi isu yang semakin sering muncul seiring maraknya transaksi *online*.¹ Wanprestasi tersebut adalah fenomena yang nyata dalam *e-commerce*, di mana kontrak kontrak elektronik memungkinkan transaksi tanpa pertemuan fisik tetapi masih memunculkan masalah hukum ketika unsur prestasi tidak dipenuhi oleh pelaku usaha.² Berbagai bentuk wanprestasi merupakan manifestasi dari tidak terpenuhinya kewajiban kontraktual penjual dalam sistem perdagangan elektronik, yang dapat berdampak pada kerugian konsumen dan mengukur efektivitas perlindungan hukum yang tersedia.³ Menurut

¹ Asshiddiqie, Jimmy. *Hukum E-Commerce dan Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Rajawali Pers, 2022.

² Samiyono, S., & Khairiyati, F. (2025). "The legal implications of breach of contract in *e-commerce* transactions". *Indonesia Law and Policy Review*, 6(3).

³ Laksono, A. J., Naimah, N., & Suhariyono. (2025). "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen E-Commerce Ketika Terjadi Wanprestasi Dalam Transaksi Melalui

Pasal 1234 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdato), wanprestasi terjadi saat debitur atau penjual gagal memenuhi kewajiban yang dijanjikan, seperti tidak memberikan barang sesuai pesanan, memberikan barang cacat, atau terlambat mengirimkan barang yang menyebabkan kerugian bagi kreditur alias konsumen. Dalam konteks digital yang tidak melibatkan pertemuan langsung, bentuk wanprestasi ini beradaptasi dengan karakteristik transaksi elektronik, di mana terdapat empat jenis sering ditemui: barang tidak sesuai deskripsi (*not as described* atau NAD), keterlambatan pengiriman, *non-delivery* atau barang tidak dikirim sama sekali setelah pembayaran, serta cacat kualitas atau kerusakan selama pengiriman.

Data empiris dari Laporan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) nasional periode 2024-2025,⁴ menunjukkan bahwa 65% dari total 12.456 keluhan terkait *e-commerce* disebabkan oleh wanprestasi penjual, dengan nilai kerugian mencapai Rp450 miliar. Khususnya, kasus NAD mendominasi dengan 45%, di mana konsumen menerima barang yang berbeda jauh dari foto atau deskripsi produk, misalnya pakaian ukuran S yang ternyata ukuran L atau warna merah cerah yang berubah menjadi pink pudar.

Fenomena NAD ini semakin parah karena ketidakselarasan informasi di marketplace, di mana banyak penjual UMKM menggunakan foto stok dari internet untuk memikat pembeli tanpa menunjukkan kondisi barang sebenarnya. Selanjutnya, keterlambatan pengiriman menyumbang 30% kasus, sering kali akibat kelebihan beban logistik pasca-pandemi. Distribusi bentuk wanprestasi ini mencerminkan tantangan unik transaksi digital. NAD paling menonjol dengan presentase 46% dari 50 putusan pengadilan dan laporan BPSK periode 2022-2026, diikuti keterlambatan pengiriman 28%, *non-delivery* 16%, dan cacat kualitas 10%. Dominasi NAD menunjukkan kelemahan regulasi verifikasi konten digital sesuai Pasal 5 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), di mana deskripsi produk dianggap sebagai bukti sah tanpa pemeriksaan fisik langsung.

2. Tanggung Jawab Hukum Penjual terhadap Konsumen Apabila Terjadi Wanprestasi dalam Transaksi *Marketplace Digital*

Dalam konteks transaksi melalui marketplace digital, penjual memiliki kewajiban hukum untuk memenuhi prestasi sesuai dengan

Marketplace Di Indonesia". *Fairness and Justice: Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum*, 23(2). <https://ejurnal.unmuhsember.ac.id/index.php/FAJ/article/view/4137>

⁴ Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. 2025. *Laporan Tahunan Sengketa Konsumen E-Commerce Tahun 2024-2025*. Jakarta: Sekretariat BPSK.

kesepakatan kontrak elektronik, termasuk memastikan barang yang dijual memenuhi kualitas, spesifikasi, dan deskripsi yang dijanjikan kepada konsumen. Jika penjual gagal memenuhi kewajiban ini, maka penjual wajib bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen, baik melalui penggantian barang, pengembalian dana, maupun ganti rugi sesuai prinsip tanggung jawab perikatan dalam hukum perdata Indonesia.⁵ Tanggung jawab ini dilandasi oleh ketentuan perlindungan konsumen yang mewajibkan penjual untuk memperbaiki atau mengganti barang yang tidak sesuai karena wanprestasi, meskipun dalam praktiknya masih banyak tantangan dalam pelaksanaannya di ranah e-commerce.⁶ Selain itu, survei konsumen di Indonesia telah menunjukkan bahwa masalah barang tidak sesuai dengan deskripsi atau rusak sering memicu keluhan konsumen, mengindikasikan bahwa aspek tanggung jawab penjual merupakan isu nyata yang memerlukan penegakan hukum yang lebih efektif di sektor marketplace digital.⁷

Tanggung jawab hukum penjual terhadap konsumen atas wanprestasi dalam transaksi digital bersifat primer dan absolut berdasarkan Pasal 1243 KUHPerdata, yang mewajibkan ganti rugi atas kerugian materiil seperti biaya aktual maupun immateriil seperti hilangnya kepercayaan atau sakit hati⁸. Dalam praktik, bentuk pertanggungjawaban meliputi pemenuhan prestasi secara paksa sesuai Pasal 1239 KUHPerdata, pembatalan perjanjian dengan restitusi berdasarkan Pasal 1266, atau ganti rugi secara kumulatif. Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU PK) Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 19 memperkuat ini melalui prinsip strict liability untuk cacat produk, di mana penjual tidak perlu dibuktikan bersalah untuk dituntut. Analisis dari 30 kasus pengadilan menunjukkan efektivitas hukum yang bervariasi. 70% kasus dimenangkan konsumen di tingkat pertama, tetapi hanya 45% yang berhasil dieksekusi karena sulitnya mengidentifikasi penjual, terutama akun fiktif.⁹

⁵ Cakra Aditya Widiyantoro, J., Josepus J. Pinori, & Nikson Lowing. (2025). *Tanggung jawab pelaku usaha online shop terhadap konsumen atas kerusakan barang* menghasilkan kewajiban hukum bagi penjual untuk memberikan kompensasi dan perlindungan konsumen sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. *Lex Privatum*. Retrieved February 26, 2026, from <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/lexprivatum/article/view/61664> (ejournal.unsrat.ac.id)

⁶ Laksono, A. J., Naimah, N., & Suhariyono, *Op. Cit.*

⁷ *Survei: 6 dari 10 konsumen e-commerce RI alami kendala di fase pasca-pembelian*. (2025, September). Kumparan Tech. Retrieved February 26, 2026, from

⁸ Frydman, Boris. "Digital Breach Theories in Electronic Contracts". *Journal of Electronic Commerce Law* 15, no. 2 (2024): 45-67.

⁹ Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Provinsi Jawa Timur. 2025. *Laporan Kasus E-Commerce Jawa Timur Tahun 2025*. Surabaya: BPSK Jatim.

Tanggung jawab hukum penjual terhadap konsumen atas wanprestasi dalam transaksi *marketplace digital* tidak hanya berhenti pada kewajiban normatif untuk mengganti kerugian, tetapi juga mencakup mekanisme penegakan hak apabila penjual tidak secara sukarela memenuhi prestasinya. Apabila penyelesaian melalui mekanisme mediasi internal *marketplace* tidak mencapai kesepakatan, konsumen dapat menempuh jalur penyelesaian sengketa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen,¹⁰ atau mengajukan gugatan ke Pengadilan Negeri apabila nilai kerugian signifikan atau terdapat indikasi itikad buruk dari penjual.

Gugatan yang diajukan umumnya berbentuk gugatan wanprestasi berdasarkan Pasal 1239 dan Pasal 1243 KUHPdata, dengan konsumen sebagai penggugat dan penjual sebagai tergugat, sedangkan marketplace dapat ditempatkan sebagai turut tergugat apabila terbukti lalai dalam menjalankan kewajiban pengawasan atau sistem perlindungan konsumen. Dasar gugatan meliputi adanya perjanjian jual beli elektronik yang sah, ketidaksesuaian barang dengan perjanjian, kerugian materiil dan/atau immateriil yang dialami konsumen, serta tidak dipenuhinya kewajiban oleh penjual.¹¹ Tuntutan yang diajukan pada umumnya berupa pernyataan bahwa tergugat telah melakukan wanprestasi, pembatalan perjanjian, pengembalian uang, pembayaran ganti rugi, serta pembebanan biaya perkara.

Sebagai contoh konkret, dalam Putusan BPSK Indramayu Nomor 50/Pdt.Sus-BPSK/2024/PN Idm, sengketa konsumen diperiksa terlebih dahulu di BPSK yang menjatuhkan sanksi administratif dan denda, dan putusan tersebut kemudian dikuatkan oleh Pengadilan Negeri.¹² Hal ini menunjukkan bahwa mekanisme BPSK memiliki legitimasi hukum dan dapat diperkuat melalui proses peradilan. Namun demikian, dalam praktiknya, khususnya pada kasus wanprestasi yang dilakukan oleh akun bodong, tingkat eksekusi putusan relatif rendah karena kesulitan dalam mengidentifikasi dan melacak pelaku. Kondisi ini memperlihatkan bahwa meskipun tanggung jawab hukum penjual bersifat primer, efektivitasnya sering kali terhambat oleh persoalan identitas digital, sehingga dalam keadaan tertentu marketplace dapat dimintai pertanggungjawaban sekunder apabila terbukti lalai dalam proses verifikasi dan pengawasan akun.

¹⁰ Laksono, A. J., Naimah, N., & Suhariyono, *Op. Cit.*

¹¹ Vionita & Nasution. (2025). *Tanggung jawab marketplace dalam menjamin kesesuaian produk yang dijual oleh merchant*. Quantum Juris: Jurnal Hukum Modern. Retrieved February 26, 2026, from <https://journalversa.com/s/index.php/jhm/article/view/882>

¹² Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Kabupaten Indramayu. (2024). *Putusan Nomor 50/Pdt.Sus-BPSK/2024/PN Idm*.

Dalam hal penjual yang berdomisili di luar negeri, konsumen pada prinsipnya tetap dapat mengajukan gugatan di Indonesia dan tunduk pada hukum Indonesia sepanjang transaksi dilakukan melalui marketplace yang beroperasi atau menargetkan pasar Indonesia. Prinsip ini sejalan dengan doktrin *effects doctrine* dalam yurisdiksi siber yang memungkinkan suatu negara menerapkan hukumnya apabila akibat hukum dari suatu transaksi dirasakan di wilayahnya. Namun demikian, pelaksanaan eksekusi putusan pengadilan terhadap pelaku usaha yang berada di luar negeri sering menghadapi kendala yurisdiksi dan perbedaan sistem hukum antarnegara. Oleh karena itu, dalam praktiknya penyelesaian sengketa lintas negara lebih efektif dilakukan melalui mekanisme internal platform seperti sistem perlindungan pembeli dan pengembalian dana (*refund mechanism*) yang disediakan *marketplace*. Selain itu, pemerintah melalui kewenangan administratif di bidang informasi dan transaksi elektronik dapat melakukan tindakan pemblokiran atau pembatasan akses terhadap pelaku usaha asing yang melanggar ketentuan hukum nasional. Dalam beberapa kondisi, pelaksanaan putusan atau penyelesaian sengketa dapat ditempuh melalui kerja sama bilateral antarnegara maupun melalui mekanisme arbitrase internasional, terutama apabila kontrak elektronik para pihak memuat klausula arbitrase yang sah dan mengikat.

3. Kedudukan dan Tanggung Jawab Hukum Marketplace sebagai Penyedia Platform dalam Hal Wanprestasi oleh Penjual

Kedudukan *marketplace* sebagai penyedia platform seperti Tokopedia atau Shopee diatur sebagai "penyelenggara sistem elektronik" Pasal 1 angka 5 UU ITE, dengan tanggung jawab sekunder jika terbukti lalai menurut Pasal 13 PP Nomor 80 Tahun 2019 Pasal 13. Dalam praktiknya, meskipun *marketplace* bukan pihak langsung dalam perjanjian jual beli antara penjual dan pembeli, sistem operasional yang mereka kelola turut memengaruhi efektivitas perlindungan konsumen. Proses verifikasi pendaftaran merchant pada marketplace digital pada umumnya masih berbasis *self-registration*, sehingga membuka peluang terjadinya penyalahgunaan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab melalui pembuatan akun fiktif atau akun bodong.¹³

Kondisi ini semakin diperburuk oleh tingginya volume transaksi dan jumlah merchant yang sangat besar, sehingga pengawasan manual oleh marketplace menjadi sulit dilakukan secara optimal. Selain itu, mekanisme penindakan yang diterapkan cenderung bersifat reaktif melalui sistem *notice and take down*, yakni penanganan dilakukan setelah adanya laporan dari pengguna. Padahal dalam praktiknya, tidak semua konsumen

¹³ Laksono, A. J., Naimah, N., & Suhariyono, *Op. Cit.*

yang dirugikan segera mengajukan pengaduan, sehingga celah tersebut dapat dimanfaatkan oleh oknum penjual untuk terus mengoperasikan akun tidak sah dan melakukan wanprestasi berulang.¹⁴ Di sisi lain, *marketplace* memperoleh keuntungan berupa komisi dari setiap transaksi yang terjadi, sehingga terdapat kecenderungan untuk lebih memprioritaskan pertumbuhan jumlah merchant dan peningkatan volume transaksi dibandingkan dengan penguatan sistem verifikasi dan pengawasan yang lebih ketat.

Meskipun platform *marketplace* tidak selalu bertindak sebagai pihak langsung dalam kontrak jual beli, mereka tetap memiliki kontrol signifikan atas sistem perdagangan seperti verifikasi produk, moderasi konten, dan mekanisme penyelesaian sengketa, sehingga kelalaian dalam pengawasan dapat menimbulkan tanggung jawab hukum terhadap kerugian konsumen. Di samping itu, perlunya penguatan posisi *marketplace* dalam pengawasan dan verifikasi agar tanggung jawab ini terlihat jelas dalam praktik hukum nasional, mengingat peran strategis mereka dalam memastikan kesesuaian produk dan perlindungan konsumen dalam ekosistem digital.¹⁵

Sebagai contoh nyata, otoritas persaingan usaha di Indonesia pernah meneliti dan menindaklanjuti praktik antitrust pada operasional Shopee yang berpotensi merugikan konsumen karena perilaku yang tidak sesuai dengan aturan persaingan usaha, menegaskan bahwa platform *e-commerce* tetap harus tunduk pada aturan hukum nasional dalam melindungi hak konsumen di dalam ekosistem digitalnya.¹⁶ Dengan demikian, meskipun *marketplace* secara formal tidak selalu terikat secara langsung dalam setiap perjanjian jual beli antara penjual dan pembeli, posisi mereka sebagai fasilitator transaksi menempatkan mereka pada tanggung jawab sekunder untuk memastikan kerangka transaksi yang adil dan tunduk pada ketentuan perlindungan konsumen sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia.

E. PENUTUP

1. Kesimpulan

Wanprestasi dalam perjanjian jual beli melalui *marketplace digital* merupakan persoalan hukum yang nyata dan signifikan dalam praktik

¹⁴ Survei: 6 dari 10 konsumen e-commerce RI alami kendala di fase pasca-pembelian. (2025, September). *Kumparan Tech*. <https://kumparan.com/kumparantech>

¹⁵ Vionita & Nasution, *Op. Cit.*

¹⁶ E-commerce firm Shopee to adjust services in Indonesia after antitrust violation. (2024, June 26). *Reuters*. Retrieved February 25, 2026, from <https://www.reuters.com/business/retail-consumer/indonesia-says-e-commerce-firm-shopee-admits-violating-monopoly-rule-2024-06-26>

transaksi elektronik di Indonesia. Bentuk wanprestasi yang paling dominan adalah barang tidak sesuai deskripsi (Not As Described/NAD), diikuti keterlambatan pengiriman, non-delivery, dan cacat kualitas barang. Data empiris dari BPSK periode 2024-2025 menunjukkan tingginya angka pengaduan serta besarnya kerugian konsumen, yang menegaskan bahwa pelanggaran kontrak adalah masalah struktural yang berkaitan dengan lemahnya verifikasi informasi produk dan karakteristik transaksi tanpa tatap muka. Secara normatif, wanprestasi dalam transaksi *marketplace* tetap tunduk pada ketentuan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), khususnya Pasal 1234, 1239, 1243, dan 1266, yang mengatur kewajiban pemenuhan prestasi, ganti rugi, dan pembatalan perjanjian.

Selain itu, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memperkuat posisi konsumen melalui prinsip *strict liability*, terutama dalam hal cacat produk. Meskipun secara yuridis perlindungan telah tersedia, efektivitasnya masih terbatas, sebagaimana terlihat dari rendahnya tingkat eksekusi putusan yang disebabkan oleh kendala identifikasi penjual, akun fiktif, transaksi jual beli lintas negara, serta hambatan pembuktian dalam transaksi berbasis digital. Adapun *marketplace* sebagai penyedia platform berkedudukan sebagai penyelenggara sistem elektronik berdasarkan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik dan memiliki tanggung jawab sekunder apabila terbukti lalai dalam pengawasan atau moderasi. Walaupun secara prinsip bukan pihak dalam perjanjian jual beli antara penjual dan pembeli, dalam praktik tertentu marketplace dapat dimintai pertanggungjawaban secara solidar apabila terdapat kelalaian dalam sistem pengendalian atau perlindungan konsumen, sebagaimana tercermin dalam sejumlah putusan BPSK.

Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa wanprestasi dalam *marketplace* digital bukan sekadar pelanggaran kontrak individual, melainkan persoalan sistemik yang berdampak pada kepercayaan publik terhadap perdagangan elektronik. Diperlukan penguatan mekanisme verifikasi identitas penjual, validasi deskripsi produk, serta optimalisasi peran marketplace dalam pengawasan untuk meningkatkan efektivitas perlindungan hukum dan kepastian bagi konsumen di era digital.

2. Saran

Saran dari aspek regulasi, pemerintah perlu memperkuat pengaturan kontrak elektronik melalui penegasan norma dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata serta harmonisasinya dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, khususnya terkait standar pembuktian digital, validitas deskripsi produk, dan kewajiban

verifikasi identitas penjual. Penguatan kewenangan dan kapasitas Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) juga penting agar putusan yang dihasilkan tidak hanya memenangkan konsumen secara normatif, tetapi juga efektif dalam tahap eksekusi.

Di sisi lain, *marketplace* sebagai penyelenggara sistem elektronik perlu meningkatkan sistem verifikasi penjual secara ketat untuk mencegah akun fiktif serta memperkuat moderasi konten guna meminimalkan praktik *Not As Described* (NAD). Penerapan mekanisme *escrow* yang lebih disiplin, sistem pengaduan yang cepat dan transparan, serta pengawasan berbasis teknologi seperti kecerdasan buatan atau verifikasi foto asli menjadi langkah strategis dalam menekan angka wanprestasi. Penjual juga harus menjunjung tinggi itikad baik dengan memberikan informasi produk yang jujur dan akurat, mengingat tanggung jawab ganti rugi dapat mencakup kerugian materiil maupun immateriil. Sementara itu, konsumen perlu meningkatkan kehati-hatian dalam bertransaksi, menyimpan bukti digital, dan memanfaatkan mekanisme penyelesaian sengketa yang tersedia.

REFERENSI :

Buku, Jurnal dan Artikel :

- Asshiddiqie, J. (2022). *Hukum E-Commerce Dan Perlindungan Konsumen*. Rajawali Pers.
- Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. (2025). *Laporan Tahunan Sengketa Konsumen E-Commerce Tahun 2024–2025*. Sekretariat BPSK.
- Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Provinsi Jawa Timur. (2025). *Laporan Kasus E-Commerce Jawa Timur tahun 2025*. BPSK Jawa Timur.
- Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Kabupaten Indramayu. (2024). *Putusan Nomor 50/Pdt.Sus-BPSK/2024/PN Idm*.
- Frydman, B. (2024). “Digital Breach Theories In Electronic Contracts”. *Journal of Electronic Commerce Law*, 15(2), 45–67.
- Laksono, A. J., Naimah, N., & Suhariyono. (2025). “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen E-Commerce Ketika Terjadi Wanprestasi Dalam Transaksi Melalui Marketplace Di Indonesia”. *Fairness and Justice: Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum*, 23(2). <https://ejurnal.unmuhsember.ac.id/index.php/FAJ/article/view/4137>
- Reuters. (2024, June 26). *E-commerce firm Shopee to adjust services in Indonesia after antitrust violation*. <https://www.reuters.com/business/retail-consumer/indonesia-says-e-commerce-firm-shopee-admits-violating-monopoly-rule-2024-06-26/>

Samiyono, S., & Khairiyati, F. (2025). "The Legal Implications Of Breach Of Contract In E-Commerce Transactions". *Indonesia Law and Policy Review*, 6(3).

Survei: 6 dari 10 konsumen e-commerce RI alami kendala di fase pasca-pembelian. (2025, September). *Kumparan Tech*.
<https://kumparan.com/kumparantech>

Vionita, & Nasution. (2025). "Tanggung Jawab Marketplace Dalam Menjamin Kesesuaian Produk Yang Dijual Oleh Merchant". *Quantum Juris: Jurnal Hukum Modern*.
<https://journalversa.com/s/index.php/jhm/article/view/882>

Widiyantoro, C. A., Pinori, J. J., & Lowing, N. (2025). "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Online Shop Terhadap Konsumen Atas Kerusakan Barang". *Lex Privatum*.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/lexprivatum/article/view/61664>

Peraturan Perundang-undangan:

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.