

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Dagang Melalui *Marketplace Shopee*

Indah Dwi Kurniawati¹, Shilvie Marliyana², Dimas Bayu Ardiansyah³,
Rodhotun Ni'mah⁴

^{1,2,3,4}Universitas Boyolali, Indonesia

E-mail: Indahhdwii6@gmail.com, shilviem@gmail.com, Boyolalirani@gmail.com,
Rodhotunnikmah17@gmail.com

Article Info

Article history:

Received December 25, 2025

Revised January 04, 2026

Accepted January 05, 2026

Keywords:

Cooperative Law, Dairy
Consumer Protection,
Electronic Commerce,
Marketplace. Shopee,
Electronic Transactions,
Legal Effectiveness.

ABSTRACT

The development of information and communication technology has driven a fundamental transformation in the global trading system through the expansion of electronic commerce (e-commerce). This transformation has removed traditional limitations of space and time in economic transactions and has significantly broadened the scope of legal relationships between business actors and consumers. Indonesia is recognised as one of the fastest-growing e-commerce markets in Southeast Asia, with major marketplaces such as Shopee, Tokopedia, and Lazada dominating online transaction activities. Among these platforms, Shopee ranks first in terms of active users and transaction volume, supported by aggressive marketing strategies, the convenience of digital payment systems, and continuous platform feature innovation. Nevertheless, the rapid growth of e-commerce has also generated complex legal issues, particularly concerning consumer protection. The indirect and anonymous nature of online transactions increases the risk of violations of consumer rights, including discrepancies between goods and descriptions, fraud, delivery delays, defective products, difficulties in obtaining refunds, and the misuse of personal data. Normatively, consumer protection in Indonesia is regulated through the Consumer Protection Act, the Information and Electronic Transactions Act, and Government Regulation on Electronic Commerce. However, the effectiveness of the implementation of these regulations in practice remains questionable. This study aims to empirically analyse the forms and effectiveness of legal protection for consumers in electronic transactions on the Shopee marketplace and to compare them with protection mechanisms applied by nine other major marketplaces in Indonesia. An empirical approach is employed to examine consumer protection practices in real transaction settings.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received December 25, 2025

Revised January 04, 2026

Accepted January 05, 2026

Keywords:

Perlindungan Konsumen,
Perdagangan Elektronik,
Marketplace, Shopee, Transaksi

ABSTRACT

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi fundamental dalam sistem perdagangan global melalui pemanfaatan perdagangan elektronik (e-commerce). Perubahan tersebut menjadikan transaksi ekonomi tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu serta memperluas jangkauan hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen. Indonesia tercatat sebagai salah satu negara dengan pertumbuhan e-commerce tercepat di Asia Tenggara, dengan marketplace besar seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada mendominasi aktivitas transaksi daring. Shopee menempati posisi teratas berdasarkan jumlah pengguna aktif dan volume transaksi, yang dipengaruhi oleh strategi pemasaran agresif, kemudahan

Elektronik, Efektivitas Hukum.

pembayaran digital, serta inovasi fitur platform. Namun, pesatnya perkembangan e-commerce juga memunculkan permasalahan hukum yang kompleks, khususnya terkait perlindungan konsumen. Karakteristik transaksi daring yang bersifat tidak langsung dan anonim meningkatkan risiko pelanggaran hak konsumen, antara lain ketidaksesuaian barang, penipuan, keterlambatan pengiriman, cacat produk, kesulitan refund, serta penyalahgunaan data pribadi. Secara normatif, perlindungan konsumen telah diatur melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Namun, efektivitas implementasi regulasi tersebut dalam praktik masih dipertanyakan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris bentuk dan efektivitas perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi elektronik pada marketplace Shopee serta membandingkannya dengan sembilan marketplace besar lainnya di Indonesia. Pendekatan empiris digunakan untuk mengkaji praktik perlindungan konsumen di lapang.

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



Corresponding Author:

Indah Dwi Kurniawati¹
Universitas Boyolali, Indonesia
E-mail: Indahhdwii6@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dewasa ini telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam hampir seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk dalam sistem perdagangan global.¹ Transformasi digital yang melanda dunia menjadikan aktivitas ekonomi tidak lagi bergantung pada ruang dan waktu. Melalui kemajuan teknologi internet, masyarakat dapat melakukan berbagai bentuk transaksi, baik jual beli barang maupun jasa, secara daring dengan jangkauan yang sangat luas. Fenomena ini dikenal dengan istilah perdagangan elektronik (e-commerce), yang kini menjadi tulang punggung ekonomi digital di berbagai negara, termasuk Indonesia.²

Menurut data yang dirilis oleh Asosiasi E-Commerce Indonesia (idEA) dan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), Indonesia merupakan salah satu negara dengan tingkat pertumbuhan e-commerce tercepat di kawasan Asia Tenggara. Peningkatan tersebut tidak hanya mencerminkan kemajuan dalam sektor teknologi informasi, tetapi juga menunjukkan adanya perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan platform digital dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Setidaknya terdapat sepuluh marketplace besar yang mendominasi pasar e-commerce di Indonesia, yaitu Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, Blibli, Zalora, JD.ID, TikTok Shop, OLX, dan Orami.

Dari kesepuluh platform tersebut, Shopee menempati posisi teratas sebagai marketplace dengan jumlah pengguna aktif dan volume transaksi terbesar. Berdasarkan

¹ Panggabean, E. F., Yunas, H. A., Taufiqurrahman, T., & Nurbaiti, N. (2024). Perkembangan Teknologi E-Business Terhadap Globalisasi Modern Pada Saat Ini. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 2(1), 132-139.

² Lusa, S., Purbo, O. W., & Lestari, T. (2024). Peran e-Commerce dalam Mendukung Ekonomi Digital Indonesia. Penerbit Andi.

laporan tahunan SimilarWeb dan iPrice Group pada tahun-tahun terakhir, Shopee menduduki peringkat pertama dalam jumlah pengunjung bulanan, melampaui kompetitornya seperti Tokopedia dan Lazada.³ Popularitas Shopee tidak terlepas dari strategi pemasaran yang agresif, kemudahan sistem pembayaran digital, fitur interaktif seperti Shopee Live dan ShopeePay Later, serta berbagai program promosi seperti flash sale dan gratis ongkir. Faktor-faktor inilah yang membuat Shopee berhasil menarik minat konsumen dari berbagai kalangan sosial ekonomi di Indonesia.

Pesatnya perkembangan tersebut, muncul sejumlah permasalahan hukum yang cukup kompleks, khususnya terkait perlindungan hukum terhadap konsumen. Transaksi secara daring memiliki karakteristik yang berbeda dari transaksi konvensional. Dalam sistem perdagangan elektronik, hubungan antara penjual dan pembeli bersifat tidak langsung, bahkan sering kali anonim, sehingga membuka ruang bagi terjadinya pelanggaran terhadap hak-hak konsumen.⁴ Beberapa permasalahan yang kerap muncul antara lain barang yang tidak sesuai deskripsi, penipuan oleh pihak penjual, keterlambatan pengiriman, pengiriman barang cacat, hingga kebocoran dan penyalahgunaan data pribadi konsumen. Selain itu, banyak konsumen menghadapi kesulitan dalam melakukan pengembalian barang atau pengajuan refund, karena mekanisme penyelesaian sengketa di marketplace masih cenderung menguntungkan pihak penjual atau penyelenggara platform.

Dalam konteks hukum nasional, upaya untuk melindungi konsumen telah diatur secara komprehensif melalui berbagai instrumen peraturan perundang-undangan. Di antaranya adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang menjadi dasar hukum utama dalam menjamin hak-hak konsumen di Indonesia. Selain itu, terdapat Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) beserta perubahannya, yang mengatur aspek legalitas transaksi elektronik dan tanggung jawab para pihak di ruang siber. Pemerintah juga mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) yang secara lebih khusus mengatur tata kelola transaksi daring, tanggung jawab penyelenggara sistem elektronik, dan mekanisme perlindungan konsumen dalam konteks perdagangan digital.

Meskipun secara normatif kerangka hukum tersebut telah tersedia, implementasi dan efektivitas perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi elektronik masih menjadi persoalan yang belum terselesaikan. Banyak konsumen masih belum memahami hak-hak yang dimilikinya, seperti hak atas keamanan, kenyamanan, dan kepastian hukum. Pelaku usaha maupun penyelenggara marketplace kerap kali mengabaikan kewajiban hukum mereka, baik karena lemahnya pengawasan maupun karena belum adanya standar perlindungan yang seragam di antara berbagai platform e-commerce.⁵ Akibatnya, posisi konsumen tetap berada pada situasi yang lemah dan rentan terhadap kerugian. Oleh sebab itu, penelitian ini menjadi penting dilakukan untuk mengidentifikasi secara empiris bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi dagang melalui marketplace Shopee, serta membandingkannya dengan mekanisme perlindungan di sembilan e-commerce besar lainnya. Dengan pendekatan empiris, penelitian ini akan mengkaji fakta-fakta lapangan yang terjadi dalam praktik, menganalisis sejauh mana regulasi yang ada telah diterapkan, dan mengevaluasi efektivitas perlindungan hukum bagi konsumen di era perdagangan digital yang semakin kompetitif ini.

³ Siregar, N. (2022). Analisis perbandingan strategi pemasaran e-commerce (studi kasus Tokopedia dan Shopee) (Doctoral dissertation, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan).

⁴ Rongiyati, S. (2019). Perlindungan konsumen dalam transaksi dagang melalui sistem elektronik. *Negara Hukum*, 10(1), 22.

⁵ Novitasari, I., & Abbas, R. Y. (2025). Alternatif Penyelesaian Sengketa Perdata Di Era Digital: Upaya Perlindungan Merek Dalam Ekosistem E-Commerce Indonesia. *Semarang Law Review (Slr)*, 6(2), 350-366.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian hukum empiris dengan dukungan analisis normatif. Pendekatan empiris digunakan untuk mengkaji pelaksanaan perlindungan hukum konsumen dalam praktik transaksi elektronik pada marketplace Shopee serta membandingkannya dengan marketplace besar lainnya di Indonesia. Pendekatan normatif digunakan untuk menilai kesesuaian praktik tersebut dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen dan perdagangan melalui sistem elektronik.⁶

Jenis penelitian bersifat deskriptif-analitis. Penelitian ini bertujuan menggambarkan praktik perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce serta menganalisis efektivitas penerapan norma hukum dalam hubungan antara konsumen, pelaku usaha, dan penyelenggara marketplace.⁷

Sumber data terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara terbatas dengan konsumen pengguna marketplace yang pernah mengalami permasalahan transaksi elektronik. Data sekunder meliputi bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan, serta bahan hukum sekunder berupa buku dan artikel jurnal ilmiah yang relevan dan terindeks Google Scholar.⁸

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan studi kepustakaan. Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan pola analisis normatif-empiris, yaitu mengaitkan temuan empiris dengan ketentuan hukum yang berlaku untuk menilai efektivitas perlindungan hukum konsumen dalam ekosistem e-commerce.⁹

HASIL

Perlindungan hukum konsumen dalam transaksi elektronik melalui marketplace pada dasarnya merupakan konsekuensi logis dari perubahan pola hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen di era digital. Hubungan hukum dalam e-commerce bersifat tidak langsung (impersonal) dan berbasis sistem elektronik, sehingga menempatkan konsumen pada posisi yang relatif lemah, terutama dalam aspek informasi, pembuktian, dan penyelesaian sengketa.¹⁰ Kondisi ini menegaskan urgensi kehadiran negara melalui instrumen hukum yang mampu menjamin kepastian dan keadilan bagi konsumen.

Dalam praktik transaksi pada marketplace Shopee, perlindungan konsumen secara normatif diwujudkan melalui kebijakan internal platform seperti sistem escrow, fitur pengembalian dana (refund), serta mekanisme pengaduan konsumen. Sistem tersebut secara teoritis sejalan dengan prinsip perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, khususnya hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa.² Namun, hasil temuan empiris menunjukkan bahwa efektivitas mekanisme tersebut masih bersifat terbatas dan belum sepenuhnya memberikan perlindungan hukum yang optimal bagi konsumen.

Permasalahan utama yang sering dihadapi konsumen Shopee meliputi ketidaksesuaian barang dengan deskripsi, keterlambatan pengiriman, penolakan pengajuan refund, serta

⁶ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, 2014, hlm. 51.

⁷ Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2018, hlm. 25.

⁸ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kencana, Jakarta, 2017, hlm. 141.

⁹ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2015, hlm. 13.

¹⁰ Lawrence M. Friedman, *The Legal System: A Social Science Perspective*, Russell Sage Foundation, New York, 1975, hlm. 16.

lemahnya perlindungan data pribadi. Dalam banyak kasus, konsumen mengalami kesulitan pembuktian karena kendali informasi dan sistem sepenuhnya berada pada penyelenggara marketplace dan penjual. Hal ini menunjukkan adanya ketimpangan posisi tawar (bargaining position) antara konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi elektronik.

Apabila dibandingkan dengan marketplace besar lainnya, mekanisme perlindungan konsumen cenderung seragam secara prosedural, namun berbeda dalam implementasi. Beberapa platform telah menerapkan standar penyelesaian sengketa yang lebih responsif, sementara platform lain masih mengutamakan efisiensi bisnis dibandingkan kepastian hukum konsumen. Ketidadaan standar perlindungan konsumen yang seragam antar marketplace menyebabkan perlindungan hukum bersifat fragmentaris dan bergantung pada kebijakan internal masing-masing platform.

Dalam perspektif hukum positif, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik serta Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik telah memberikan dasar pengaturan mengenai tanggung jawab penyelenggara sistem elektronik. Namun, lemahnya pengawasan dan minimnya penegakan hukum administratif menyebabkan norma tersebut belum sepenuhnya efektif dalam prakti Akibatnya, perlindungan konsumen lebih banyak bergantung pada mekanisme privat marketplace daripada instrumen hukum publik.

Dengan demikian, pembahasan ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum konsumen dalam transaksi elektronik melalui Shopee dan marketplace lainnya masih menghadapi kesenjangan antara norma dan praktik. Penguatan peran negara melalui standardisasi mekanisme perlindungan konsumen, peningkatan pengawasan, serta penegasan tanggung jawab penyelenggara marketplace menjadi kebutuhan mendesak guna mewujudkan kepastian hukum dan keadilan bagi konsumen di era perdagangan digital.

PEMBAHASAN

Temuan penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum konsumen dalam transaksi elektronik melalui marketplace, khususnya Shopee, secara normatif telah memiliki dasar hukum yang memadai. Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik telah mengatur hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha serta penyelenggara sistem elektronik. Namun, efektivitas perlindungan tersebut masih menghadapi kendala serius pada tataran implementasi.

Mekanisme perlindungan konsumen yang disediakan oleh marketplace pada praktiknya lebih berorientasi pada kebijakan internal platform daripada pada prinsip perlindungan hukum publik. Kondisi ini menyebabkan perlindungan konsumen bergantung pada diskresi penyelenggara marketplace, sehingga potensi ketidakadilan dan ketidakpastian hukum masih terbuka. Posisi konsumen dalam transaksi elektronik tetap berada pada keadaan yang lemah, terutama dalam hal akses informasi, pembuktian, dan penyelesaian sengketa.

Diskusi ini menegaskan adanya kesenjangan antara norma hukum dan praktik transaksi elektronik. Negara belum sepenuhnya menjalankan fungsi pengawasan dan penegakan hukum secara efektif terhadap penyelenggara marketplace. Akibatnya, hukum belum berfungsi optimal sebagai instrumen perlindungan dan rekayasa sosial dalam ekosistem perdagangan digital. Oleh karena itu, diperlukan penguatan regulasi teknis dan standardisasi mekanisme perlindungan konsumen antar marketplace agar tercipta kepastian hukum yang setara bagi konsumen.

KESIMPULAN

Perlindungan hukum konsumen dalam transaksi elektronik melalui marketplace Shopee dan marketplace besar lainnya di Indonesia secara normatif telah diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku. Namun, dalam praktiknya perlindungan tersebut belum berjalan secara efektif. Mekanisme perlindungan konsumen masih didominasi oleh kebijakan internal platform yang cenderung menguntungkan pelaku usaha dan penyelenggara marketplace.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa lemahnya pengawasan, tidak seragamnya standar perlindungan konsumen, serta rendahnya kesadaran hukum konsumen menjadi faktor utama yang menyebabkan perlindungan hukum belum optimal. Oleh karena itu, diperlukan penguatan peran negara melalui standarisasi mekanisme perlindungan konsumen, peningkatan pengawasan administratif, serta penegakan tanggung jawab hukum penyelenggara marketplace guna menjamin kepastian hukum dan keadilan bagi konsumen dalam era perdagangan digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Amiruddin, & Asikin, Z. (2018). Pengantar Metode Penelitian Hukum. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Friedman, L. M. (1975). *The Legal System: A Social Science Perspective*. New York: Russell Sage Foundation.
- Ibrahim, J. (2012). *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*. Malang: Bayumedia.
- Lusa, S., Purbo, O. W., & Lestari, T. (2024). Peran e-commerce dalam mendukung ekonomi digital Indonesia. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Marzuki, P. M. (2017). *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana.
- Novitasari, I., & Abbas, R. Y. (2025). Alternatif penyelesaian sengketa perdata di era digital: Upaya perlindungan merek dalam ekosistem e-commerce Indonesia. *Semarang Law Review*, 6(2), 350–366.
- Panggabean, E. F., Yunas, H. A., Taufiqurrahman, T., & Nurbaiti, N. (2024). Perkembangan teknologi e-business terhadap globalisasi modern pada saat ini. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 2(1), 132–139.
- Rongiyati, S. (2019). Perlindungan konsumen dalam transaksi dagang melalui sistem elektronik. *Negara Hukum*, 10(1), 22–38.
- Shidarta. (2016). *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo.
- Siregar, N. (2022). Analisis perbandingan strategi pemasaran e-commerce (Studi kasus Tokopedia dan Shopee) (Disertasi doctoral). UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
- Soekanto, S. (2014). *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press.
- Soekanto, S., & Mamudji, S. (2015). *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Zainuddin Ali. (2021). *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.



Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016.

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