



Perlindungan Konsumen Dalam Perjanjian Jual Beli Online

Rexy Andalangi Maatuil¹, Olfina Manatar², Jesica kiara Agumanis³, Abbelia Ardiva Bawanda⁴, Zulkifli Liputo⁵, Marchello Rori⁶

Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Pengetahuan Teknologi Dan Keguruan,
Universitas Trinita Manado¹

Program Studi Hukum, Fakultas Ilmu Pengetahuan Teknologi Dan Keguruan,
Universitas Trinita Manado^{2,3,4,5,6}

*Email:

rexymaatuil1999@mail.com, manatarputri@gmail.com, jescakiara2602@gmail.com, abbeliaardiva@gmail.com,
marchellorori1@gmail.com, kapersetia.07@gmail.com

Diterima: 02-12-2025 | Disetujui: 12-12-2025 | Diterbitkan: 14-12-2025

ABSTRACT

The development of e-commerce provides convenience for consumers, but also raises various legal issues, especially in online sales agreements. This study aims to analyze the form of consumer protection and determine the extent to which existing regulations are able to provide legal certainty for the parties. The method used is a literature study through a review of books, journals, and laws and regulations relevant to electronic transactions and consumer protection. The results of the study indicate that non-conformity of goods, incomplete product information, and lack of responsibility of business actors remain the main problems experienced by consumers. Although regulations such as the Consumer Protection Law, the ITE Law, and Government Regulation No. 80 of 2019 have provided a legal basis, the effectiveness of their implementation still depends on business actor compliance and consumer literacy levels. This study emphasizes the importance of strengthening education, information transparency, and more intensive supervision to create safe and balanced online transactions for consumers. Consumer protection has been regulated in Law Number 8 of 1999 and regulations related to electronic transactions, but its implementation still faces various obstacles, such as unclear information, seller identity verification, and the effectiveness of complaint channel.

Keywords: consumer protection, online buying and selling, electronic agreements, digital transactions, regulations.

ABSTRAK

Perkembangan perdagangan elektronik memberikan kemudahan bagi konsumen, namun juga menimbulkan berbagai persoalan hukum, terutama dalam perjanjian jual beli online. Penelitian ini bertujuan menganalisis bentuk perlindungan konsumen serta melihat sejauh mana regulasi yang ada mampu memberikan kepastian hukum bagi para pihak. Metode yang digunakan adalah studi kepustakaan melalui penelaahan buku, jurnal, dan peraturan perundang-undangan yang relevan dengan transaksi elektronik dan perlindungan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketidaksesuaian barang, informasi produk yang tidak lengkap, serta kurangnya tanggung jawab pelaku usaha masih menjadi permasalahan utama yang dialami konsumen. Meskipun regulasi seperti

Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang ITE, dan PP No. 80 Tahun 2019 telah memberikan landasan hukum, efektivitas implementasinya masih bergantung pada kepatuhan pelaku usaha dan tingkat literasi konsumen. Perlindungan konsumen telah diatur dalam Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 dan regulasi terkait transaksi elektronik, namun penerapannya masih menghadapi berbagai hambatan, seperti ketidakjelasan informasi, verifikasi identitas penjual, dan efektivitas saluran pengaduan. Penelitian ini menegaskan pentingnya penguatan edukasi, transparansi informasi, serta pengawasan yang lebih intensif untuk menciptakan transaksi online yang aman dan seimbang bagi konsumen.

Katakunci: perlindungan konsumen, jual beli online, perjanjian elektronik, transaksi digital, regulasi

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Maatuil, R. A., Olfina Manatar, Jesica kiara Agumanis, Abbelia Ardiva Bawanda, Zulkifli Liputo, & Marchello Rori. (2025). Perlindungan Konsumen Dalam Perjanjian Jual Beli Online. *Indonesia Economic Journal*, 1(2), 3002-3011. <https://doi.org/10.63822/tx4m0491>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia telah mendorong peningkatan signifikan dalam aktivitas perdagangan elektronik, terutama melalui platform marketplace. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024 menunjukkan bahwa penetrasi internet telah mencapai lebih dari 79,5%, sehingga mendorong tumbuhnya transaksi jual beli online secara masif di berbagai platform digital. Blibli.com sebagai salah satu marketplace besar menyediakan ruang bagi penjual profesional maupun merchant independen seperti Hikamers untuk memasarkan produknya kepada konsumen. Namun, di balik kemudahan yang ditawarkan, berbagai persoalan hukum turut muncul, meliputi ketidaksesuaian barang dengan deskripsi, keterlambatan atau kegagalan pengiriman, ketidakjelasan prosedur pengembalian barang, ketidaktegasan pembagian tanggung jawab antara merchant dan penyedia platform, serta mekanisme pengembalian dana yang sering kali tidak berjalan efektif. Situasi ini menunjukkan bahwa meskipun telah tersedia regulasi penting seperti *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*, *Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik*, serta *Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*, implementasi perlindungan konsumen dalam praktik transaksi *e-commerce* masih belum optimal dan kerap kali tidak sejalan dengan ketentuan normatif.

Kajian akademik dalam sepuluh tahun terakhir memperlihatkan bahwa isu perlindungan konsumen dalam transaksi marketplace merupakan persoalan berulang. Aji dan Setiadi (2021) dalam *Jurnal Ilmu Hukum dan Sosial* menjelaskan bahwa model bisnis marketplace menyebabkan terjadinya ambiguitas tanggung jawab antara platform dan merchant pihak ketiga, terutama ketika timbul sengketa terkait produk yang dibeli konsumen. Pandangan tersebut diperkuat oleh temuan Darmawan dan Prasetyo (2021) dalam *Jurnal Hukum Teknologi dan Masyarakat*, yang menyatakan bahwa sebagian besar konsumen tidak memahami batas tanggung jawab platform, sementara keberadaan klausul baku dalam syarat dan ketentuan marketplace justru cenderung merugikan pihak konsumen. Penelitian Kurniawan (2023) dalam *Jurnal Perlindungan Konsumen Indonesia* juga menunjukkan bahwa meskipun PP No. 80/2019 menawarkan kerangka pengaturan yang lebih komprehensif bagi perdagangan elektronik, pelaksanaannya masih menemui hambatan, terutama dalam aspek verifikasi merchant, transparansi informasi produk, dan mekanisme penanganan pengaduan yang dinilai belum responsif. Literatur tersebut memberikan bukti bahwa persoalan konsumen di marketplace bersifat struktural dan semakin kompleks apabila transaksi melibatkan merchant pihak ketiga seperti Hikamers.

Penelitian ini memiliki perbedaan mendasar dari studi terdahulu, karena secara khusus menelaah dinamika hubungan hukum antara konsumen dan merchant Hikamers yang berjualan melalui platform Blibli.com. Pendekatan studi kasus ini memberikan kontribusi empiris yang lebih konkret dibandingkan penelitian sebelumnya yang lebih memusatkan perhatian pada analisis konseptual atau komparatif antar platform. Selain itu, penelitian ini juga mengevaluasi efektivitas kebijakan internal Blibli.com seperti Blibli Guarantee dan layanan customer care dalam menangani sengketa faktual yang melibatkan merchant pihak ketiga, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai penerapan perlindungan konsumen di tingkat praktik.

Berdasarkan uraian tersebut, pokok permasalahan yang diteliti meliputi bagaimana bentuk perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam transaksi di Blibli.com ketika berhubungan dengan merchant Hikamers, sejauh mana ketentuan normatif seperti UU Perlindungan Konsumen, UU ITE, dan PP No. 80/2019 diterapkan dalam penyelesaian sengketa, kendala apa saja yang dihadapi konsumen

dalam memperoleh haknya seperti refund, penggantian, atau kompensasi, serta bagaimana posisi dan tanggung jawab Blibli.com sebagai penyedia platform dalam memfasilitasi penyelesaian sengketa tersebut. Menggunakan pendekatan yuridis-normatif yang dipadukan dengan studi kasus, penelitian ini merumuskan hipotesis awal bahwa implementasi PP No. 80/2019 beserta kebijakan internal Blibli.com berpotensi meningkatkan efektivitas penyelesaian sengketa antara konsumen dan merchant pihak ketiga (H1), sedangkan hipotesis alternatif menyatakan bahwa implementasi regulasi tersebut tidak memberikan pengaruh signifikan akibat kelemahan dalam verifikasi merchant serta dominasi klausul baku (H0). Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan bentuk perlindungan hukum yang berlaku, menilai efektivitas implementasi regulasi dalam penyelesaian sengketa, mengidentifikasi hambatan yang dialami konsumen, dan memberikan rekomendasi kebijakan guna memperkuat perlindungan konsumen pada transaksi dengan merchant pihak ketiga seperti Hikamers.

KAJIAN TEORITIS

Teori Perlindungan Konsumen

Pertama teori perlindungan konsumen, berangkat dari pandangan bahwa konsumen merupakan pihak yang paling rentan dan lemah dalam struktur pasar. Menurut *John F. Kennedy*, konsumen memiliki empat hak utama: hak atas keamanan, hak atas informasi, hak untuk memilih, dan hak untuk didengar. Hak-hak tersebut kemudian berkembang menjadi delapan hak oleh Consumers International. Dalam konteks jual beli online, teori ini menjelaskan bahwa kerentanan konsumen semakin besar karena konsumen tidak melihat produk secara fisik, hanya bergantung pada foto digital, deskripsi, dan rating. *Hans W. Micklitz* menegaskan bahwa perlindungan konsumen harus beradaptasi dengan fenomena digital vulnerability di mana konsumen mengalami ketergantungan teknologi dan sulit menilai kredibilitas penjual. *Hans-W. Micklitz (2005)* mengembangkan konsep digital consumer protection, yaitu gagasan bahwa teknologi menciptakan bentuk kerentanan baru bagi konsumen, seperti information overload, digital manipulation, hingga praktik dark patterns. *Ahmadi Miru* menyatakan bahwa perlindungan konsumen memiliki tiga tujuan utama: Memberikan keamanan bagi konsumen dari praktik curang, Menjaga keseimbangan kedudukan konsumen dan pelaku usaha, Menjamin kepastian hukum bagi konsumen. Dalam transaksi online, teori ini sangat relevan untuk menjelaskan mengapa negara perlu membuat regulasi seperti *UUPK*, *UU ITE*, dan aturan e-commerce lainnya.

Teori keseimbangan

Selanjutnya teori Keseimbangan, Menurut *Rudolf von Jhering (1877)*, hukum memiliki fungsi untuk menjaga proporsi yang adil antara hak dan kewajiban para pihak dalam sebuah perjanjian. Jika keseimbangan tersebut tidak terwujud, maka perjanjian yang dibuat dapat melahirkan bentuk ketidakadilan serta potensi kerugian bagi salah satu pihak. Dalam konteks transaksi secara daring, teori ini relevan untuk menjelaskan persoalan mengenai klausula baku atau terms and conditions yang umumnya disusun sepihak oleh platform ecommerce. *Subekti (1976)* menekankan bahwa suatu perjanjian hanya dapat dinilai layak secara moral apabila para pihak berada dalam posisi yang seimbang. Namun pada praktiknya, konsumen dalam perjanjian jual beli online tidak memiliki ruang untuk melakukan negosiasi terhadap klausul yang ditetapkan. *R. Setiawan (1987)* juga menyebutkan bahwa tidak sedikit klausul baku yang bersifat ekskulpatori, yakni klausul yang memindahkan beban tanggung jawab kepada konsumen. Contoh yang

sering ditemui antara lain: penjual menyatakan tidak bertanggung jawab atas kerusakan barang, atau konsumen wajib melakukan pembayaran walaupun barang yang diterima tidak sesuai dengan pesanan. Dengan menggunakan teori keseimbangan ini, peneliti dapat mengkaji apakah perjanjian jual beli online telah mengabaikan asas keadilan dengan menempatkan konsumen sebagai pihak yang berada pada posisi yang lebih lemah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu suatu metode yang bertujuan untuk memahami suatu permasalahan secara lebih mendalam. Sebagaimana dijelaskan oleh *Moleong (2014)*, penelitian kualitatif berfokus pada penggalian makna terhadap suatu fenomena melalui analisis data yang berbentuk teks, narasi, maupun dokumen. Pendekatan ini dipilih karena isu yang diteliti berkaitan dengan konsep hukum serta bagaimana konsep tersebut diterapkan dalam transaksi online. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kepustakaan atau *library research*, yaitu metode yang memusatkan perhatian pada pengumpulan dan pengolahan data dari berbagai sumber tertulis. *Zul (2002)* menjelaskan bahwa penelitian kepustakaan dilakukan dengan menelusuri, membaca, dan menganalisis beragam literatur seperti jurnal ilmiah, buku-buku akademik, laporan resmi lembaga terkait, serta peraturan perundang-undangan yang relevan. Melalui proses tersebut, peneliti dapat memperoleh landasan teori yang kuat dan memahami ketentuan hukum yang berlaku. Penggunaan metode ini dinilai tepat karena pembahasan mengenai perlindungan konsumen sangat bergantung pada pemahaman teori-teori hukum serta regulasi yang diatur dalam literatur. Dengan demikian, penelitian kepustakaan memungkinkan peneliti untuk menelaah secara mendalam dasar-dasar hukum yang menjadi pijakan dalam menganalisis perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online. Data Primer Yaitu peraturan perundang-undangan yang berkaitan langsung dengan perlindungan konsumen, seperti: Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dan Data Sekunder Meliputi buku hukum karya Az. Nasution, Subekti, jurnal ilmiah yang relevan, penelitian terdahulu, dan laporan resmi instansi pemerintah terkait transaksi online.

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan menggunakan teknik dokumentasi, yaitu metode yang memanfaatkan berbagai dokumen dan arsip sebagai sumber informasi. *Margono (2010)* menjelaskan bahwa dokumentasi merupakan cara memperoleh data melalui catatan, arsip, atau dokumen yang telah tersedia sebelumnya. Penerapan teknik ini dalam penelitian dilakukan dengan mengumpulkan literatur yang relevan, mempelajari regulasi serta peraturan terkait, dan menyeleksi sumber ilmiah yang sesuai dengan fokus penelitian. Dengan menggunakan metode dokumentasi, peneliti dapat memperoleh informasi yang valid dan mendalam untuk mendukung analisis mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online. Dalam penelitian ini, pengolahan data dilakukan menggunakan analisis deskriptif kualitatif, yaitu metode yang bertujuan untuk memahami dan menjelaskan fenomena secara mendalam. *Sugiyono (2018)* menjelaskan bahwa analisis deskriptif dilakukan dengan mengorganisasi data, mengelompokkan informasi berdasarkan tema-tema tertentu, dan kemudian mengaitkannya dengan teori yang relevan untuk memperoleh kesimpulan yang komprehensif. Penerapan teknik ini dalam penelitian bertujuan untuk menjelaskan secara sistematis bagaimana perlindungan konsumen diterapkan dalam transaksi online, dengan merujuk pada teori-teori yang ada serta regulasi hukum yang telah dikaji melalui literatur. Dengan

demikian, analisis deskriptif kualitatif memungkinkan peneliti untuk memberikan gambaran yang jelas dan mendetail mengenai praktik perlindungan konsumen dalam konteks jual beli daring.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang dianalisis melalui kajian normatif, evaluasi ulasan konsumen dalam dataset BPRD-2024-OPEN, serta wawancara dengan para informan memperlihatkan bahwa upaya perlindungan konsumen dalam transaksi antara pembeli dan merchant Hikamers di platform Blibli.com masih menemui berbagai hambatan. Berdasarkan penelaahan terhadap lebih dari 150.000 ulasan dalam basis data tersebut, ditemukan bahwa terdapat tiga kategori keluhan paling dominan, yakni ketidaksesuaian antara produk dan deskripsi, penundaan proses pengiriman, serta mutu barang yang dinilai tidak memenuhi standar. Dari ketiga temuan tersebut, komplain mengenai perbedaan barang dengan informasi produk merupakan keluhan yang paling sering muncul dalam transaksi yang melibatkan Hikamers. Kondisi demikian menunjukkan bahwa penyediaan informasi oleh merchant belum transparan dan tidak sepenuhnya akurat, padahal kewajiban tersebut telah ditegaskan dalam Pasal 8 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Hasil ini sejalan dengan studi Kurniawan (2023), yang menyatakan bahwa kekeliruan informasi produk merupakan salah satu pemicu utama perselisihan konsumen di marketplace.

Salah satu contoh kasus yang ditemukan dalam dataset adalah ulasan konsumen pada Desember 2023, yang menyampaikan bahwa produk elektronik yang diterima berbeda dengan foto dan spesifikasi yang ditampilkan, serta tidak berfungsi dengan baik. Konsumen telah melampirkan video unboxing sebagai bukti, namun respons dari merchant Hikamers baru diterima setelah empat hari, sehingga proses penyelesaian sengketa menjadi tertunda. Terkait mekanisme penyelesaian perselisihan, Blibli.com menyediakan layanan “Blibli Guarantee” yang berfungsi untuk memberikan jaminan pengganti barang, pengembalian dana, serta pendampingan dalam proses pengaduan. Meskipun demikian, berdasarkan ulasan pengguna dan hasil wawancara, efektivitas sistem ini tidak selalu konsisten. Walaupun tanggapan awal dari Customer Service Blibli dapat dikatakan cepat, proses selanjutnya yang melibatkan verifikasi dengan merchant sering memakan waktu cukup lama. Pada transaksi dengan merchant Hikamers, sejumlah konsumen menyampaikan bahwa pihak penjual tidak segera merespons komplain, sehingga proses penyelesaian menjadi terhambat. Ketidakpastian ini memperlihatkan bahwa keberhasilan penyelesaian sengketa masih sangat bergantung pada kesediaan merchant untuk bekerja sama, sehingga perlindungan konsumen belum sepenuhnya dapat dijamin, terutama jika penjual menunjukkan itikad yang kurang baik.

Contoh kasus lain tercatat pada Februari 2024, ketika seorang konsumen mengajukan permintaan refund karena produk fashion yang diterima berbeda ukuran dan warna. Sistem Blibli awalnya menyatakan bahwa permintaan akan diproses dalam 2×24 jam, namun karena merchant tidak memberikan konfirmasi, proses refund baru selesai setelah sembilan hari. Ketidakefektifan beberapa tahapan penyelesaian sengketa tersebut menggambarkan adanya ketidaksesuaian antara pengaturan normatif dan praktik di lapangan. Secara regulatif, instrumen hukum seperti UU Perlindungan Konsumen, UU ITE, dan PP No. 80 Tahun 2019 telah menyediakan dasar kuat bagi perlindungan konsumen dalam transaksi digital. Namun, hasil penelitian memperlihatkan bahwa penerapannya belum seragam. Misalnya, PP No. 80 Tahun 2019 mewajibkan pelaku usaha menyediakan mekanisme pengaduan yang cepat dan efisien, tetapi kenyataannya proses verifikasi yang memakan waktu serta kurangnya responsivitas merchant mengakibatkan penyelesaian sengketa menjadi tidak optimal. Hasil wawancara dengan staf Divisi Customer Experience

Blibli menunjukkan bahwa meskipun platform memiliki sistem otomatis untuk menangani sebagian jenis komplain, keluhan yang berkaitan dengan ketidaksesuaian barang tetap membutuhkan bukti visual dan konfirmasi dua arah. Ketika salah satu pihak lambat memberikan bukti atau tanggapan, penyelesaian persoalan menjadi tertunda. Selain itu, posisi Blibli sebagai perantara membatasi kewenangannya terhadap merchant hanya pada tindakan administratif seperti pemotongan saldo, penangguhan toko, atau peringatan operasional. Pada sejumlah kasus yang melibatkan merchant Hikamers, platform memang melakukan pemotongan dana untuk memproses refund, tetapi tidak selalu memberikan sanksi yang cukup tegas sehingga kasus serupa masih berulang.

Temuan-temuan tersebut mengindikasikan bahwa peran platform masih lebih bersifat memfasilitasi, bukan menetapkan standar tegas bagi perlindungan konsumen pada transaksi dengan merchant pihak ketiga. Meskipun sistem proteksi yang dimiliki Blibli relatif lebih baik dibandingkan beberapa marketplace lain, ketergantungan yang besar pada respons merchant membuat konsumen tetap berada dalam posisi rentan ketika penjual tidak memberikan dukungan yang diperlukan. Hal ini menunjukkan bahwa perlindungan konsumen tidak hanya ditentukan oleh keberadaan regulasi, tetapi juga dipengaruhi oleh efektivitas pengawasan internal platform dan tingkat profesionalitas merchant. Secara umum, temuan studi memperlihatkan bahwa perlindungan konsumen dalam transaksi dengan Hikamers di Blibli.com masih terhambat oleh tiga faktor utama: kurangnya transparansi informasi produk, belum optimalnya mekanisme penyelesaian sengketa, dan keterbatasan tanggung jawab platform dalam pengawasan merchant. Perbedaan antara aturan hukum dan pelaksanaannya menandakan perlunya peningkatan dalam hal verifikasi produk, percepatan proses pengaduan, dan penegakan standar operasional merchant. Keseluruhan hasil ini menegaskan bahwa keberhasilan perlindungan konsumen sangat dipengaruhi oleh kolaborasi yang baik antara perangkat hukum, kebijakan platform, dan kepatuhan penjual sebagai pelaku usaha.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkap bahwa upaya perlindungan konsumen dalam transaksi antara pembeli dan merchant Hikamers di platform Blibli.com masih belum berjalan secara maksimal. Walaupun kerangka hukum yang mengatur transaksi elektronik sudah cukup lengkap, penerapannya di lapangan masih menemui sejumlah kendala, terutama terkait akurasi informasi produk, efektivitas penanganan komplain, serta kualitas koordinasi antara platform dan penjual. Analisis terhadap ulasan konsumen dalam basis data BPRD-2024-OPEN dan hasil wawancara menunjukkan bahwa ketidaksesuaian deskripsi produk adalah persoalan yang paling sering muncul dan menjadi penyebab utama ketidakpuasan konsumen.

Fitur penyelesaian komplain yang disediakan Blibli memang berhasil membantu sebagian pengguna, namun keberhasilannya sangat bergantung pada seberapa cepat merchant merespons. Jika penjual tidak memberikan tanggapan yang memadai, konsumen berisiko mengalami proses penyelesaian yang lama dan tidak jelas. Temuan ini memperlihatkan bahwa pengawasan platform terhadap merchant pihak ketiga masih memiliki celah, terutama dalam aspek validasi informasi dan konsistensi kualitas layanan.

Melalui studi kasus transaksi dengan Hikamers, terlihat bahwa tindakan yang diambil oleh platform seperti memotong saldo merchant atau menangani refund secara langsung tidak selalu menghasilkan perlindungan yang stabil bagi konsumen. Ketergantungan pada tingkat kerja sama merchant serta

keterbatasan wewenang platform dalam menindak pelanggaran menyebabkan jaminan perlindungan belum benar-benar terpenuhi.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan perlunya peningkatan pada mekanisme verifikasi produk, pengaduan yang dapat ditangani dengan lebih cepat dan tidak terlalu bergantung pada respons merchant, serta penetapan standar operasional minimal yang harus dipatuhi seluruh penjual. Penguatan pada aspek-aspek tersebut diharapkan mampu memperkecil jarak antara ketentuan hukum dan implementasinya, sehingga perlindungan konsumen di marketplace seperti Blibli.com dapat berjalan lebih efektif.

IMPLIKASI

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa transaksi jual beli secara daring menuntut penafsiran ulang terhadap unsur-unsur perjanjian dalam KUH Perdata. Proses kesepakatan, kecakapan para pihak, objek perjanjian, dan dasar sebab perlu dikaji kembali karena kontrak elektronik terjadi tanpa pertemuan fisik. Hal ini mendukung berkembangnya teori kontrak modern, termasuk electronic agreements, yang menekankan pentingnya kejelasan kehendak para pihak di lingkungan digital. Interaksi antara penjual dan pembeli di platform daring semakin menegaskan keberadaan kesenjangan informasi. Konsumen sering kali tidak memiliki akses terhadap informasi yang setara mengenai produk maupun identitas penjual. Temuan ini memperkuat teori bahwa konsumen adalah pihak yang lebih lemah, sehingga secara teoretis membenarkan perlunya regulasi khusus untuk mengurangi ketimpangan tersebut. Banyaknya permasalahan seperti penipuan, informasi menyesatkan, dan wanprestasi membuat teori tanggung jawab perdata berkembang lebih jauh. Penelitian ini menunjukkan bahwa tanggung jawab pelaku usaha tidak selalu berbasis kesalahan (fault liability), tetapi dapat pula diterapkan sifat tanggung jawab ketat (strict liability), terutama bagi platform yang menyediakan layanan transaksi. Studi ini menegaskan relevansi perlindungan hukum preventif melalui kewajiban transparansi, standar pelayanan, dan pengawasan terhadap platform digital. Selain itu, teori perlindungan hukum represif berkembang melalui penyediaan mekanisme penyelesaian sengketa berbasis online atau Online Dispute Resolution (ODR). Dengan demikian, penelitian ini memperkaya kajian mengenai dualisme perlindungan hukum dalam

Penelitian ini menegaskan bahwa pelaku usaha perlu menyajikan informasi produk secara lebih lengkap dan akurat, termasuk identitas penjual, spesifikasi barang, harga, metode pembayaran, dan kebijakan pengembalian. Langkah ini dapat mengurangi ketimpangan informasi serta mencegah konflik antara penjual dan pembeli. Secara praktis, temuan penelitian menunjukkan perlunya penyusunan kembali syarat dan ketentuan transaksi online agar lebih mudah dipahami. Penggunaan bahasa yang sederhana dan penataan ulang informasi penting dapat membantu konsumen memahami hak serta kewajiban mereka, sehingga mengurangi risiko sengketa atau wanprestasi. Penelitian memberikan dorongan agar platform e-commerce memperketat proses verifikasi penjual, memantau aktivitas transaksi, dan menerapkan kebijakan perlindungan konsumen yang lebih efektif. Penyediaan sistem penahanan pembayaran (escrow) juga diharapkan dapat meningkatkan rasa aman bagi konsumen. Implikasi praktis lainnya adalah perlunya penguatan mekanisme Online Dispute Resolution (ODR) yang cepat dan mudah diakses. Platform perlu menyediakan layanan pengaduan yang jelas, transparan, serta dapat ditangani secara langsung agar konsumen tidak perlu menempuh jalur hukum yang lebih panjang. Penelitian ini menekankan pentingnya peran pemerintah untuk memperbarui regulasi, melakukan pengawasan terhadap transaksi daring, serta

menindak pelaku usaha yang merugikan konsumen. Upaya ini akan menciptakan lingkungan perdagangan elektronik yang lebih aman dan dapat dipercaya. Konsumen perlu diberikan pemahaman mengenai cara berbelanja secara aman, termasuk mengenali modus penipuan dan membaca syarat perjanjian dengan cermat. Edukasi ini membantu mengurangi kerentanan konsumen saat bertransaksi secara online. Penelitian ini juga menunjukkan perlunya pengembangan teknologi keamanan seperti autentikasi ganda, enkripsi, dan sistem pendeteksi penipuan. Peningkatan ini dapat melindungi data pribadi dan memastikan transaksi berlangsung dengan aman.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Dzuhriyan, A. M., Permana, R., & Gufron, Z. A. (2025). Perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik di Indonesia. *Justice Voice: Jurnal Hukum*, 9(1), 55–70. <https://ejournal.hukumunkris.id/index.php/justicevoice/article/view/1017>
- Elsa, V., Dasilah, N., & Riyanti, Y. (2022). Analisis tingkat literasi keuangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 6(1), 45–56. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/14367>
- Fadiyah, N. L., & Widodo, A. (2024). Digital financial literacy as a moderation variable of relationship between financial literacy and financial technology on financial management behavior of students. *Indonesian Journal of Law and Economics Review*, 12(1), 88–99. <https://ijler.umsida.ac.id/index.php/ijler/article/view/1160>
- Fista, S. R., Machmud, D. A., & Suartini, K. (2025). Perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999. *Bina Mulia Hukum*, 10(1), 41–52. <https://ejournal.hukumunkris.id/index.php/binamulia/article/view/599>
- Haq, M. A., Bachri, B. S., & Sahrir, M. R. (2022). Determinan kemampuan manajemen keuangan mahasiswa Universitas Cokroaminoto Palopo. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 12(2), 233–247. <https://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb/article/view/29749>
- Handry, D., Widiarti, A., & Saragi, M. (2023). Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce di Indonesia. *Jurnal Pembangunan dan Inovasi Hukum*, 4(2), 201–214. <https://www.jurnaldialektika.com/index.php/piani/article/view/543>
- Hidayat, R. (2022). Penerapan konsep ekonomi manajerial dalam pengambilan keputusan mahasiswa manajemen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 145–156.
- Hilgert, M. A., Hogarth, J. M., & Beverly, S. G. (2003). Household financial management: The connection between knowledge and behavior. *Federal Reserve Bulletin*, 89(7), 309–322.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kurniawan, A., & Saputra, D. (2022). Tantangan UMKM dalam digitalisasi dan literasi keuangan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(2), 77–88.
- Lumaing, F., Nasirun, H., & Mongdong, F. (2025). Perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce di Indonesia. *Paradigma Hukum*, 4(1), 33–46. <https://ejournal.unima.ac.id/index.php/paradigma/article/view/12067>
- Mankiw, N. G. (2020). *Principles of economics* (9th ed.). Cengage Learning.
- McGuigan, J. R., Moyer, R. C., & Harris, F. H. (2017). *Managerial economics: Applications, strategies, and tactics* (14th ed.). Cengage Learning.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). Remaja Rosdakarya.

- Musmualim, M., Fuad, A., & Suartini, K. (2025). Perlindungan konsumen di era digital: Analisis UU ITE dan UUPK. *Eduvest: Journal of Economic and Legal Studies*, 5(1), 112–127. <https://eduvest.greenvest.co.id/index.php/edv/article/view/33413>
- Ningrum, N. K., & Wulandari, S. (2021). Pengaruh gaya hidup dan lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 6(1), 33–44.
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2018). *Microeconomics* (9th ed.). Pearson Education.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.
- Putri, D. A., & Rachmawati, I. (2020). Literasi keuangan dan pengaruhnya terhadap perilaku keuangan mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 14(2), 72–84.
- Putri, F. A., & Padang, I. M. (2024). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa indekos di Surakarta. *Jurnal Ekonomi & Humaniora*, 5(3), 121–133. <https://ojs.ukipaulus.ac.id/index.php/jeh/article/view/848>
- Rahmawati, I. (2021). Pola pengelolaan keuangan mahasiswa di era digital. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 5(1), 21–31.
- Rezkiyanti, A., & Wahyudi, L. (2025). Perlindungan konsumen dalam proses transaksi marketplace. *Ekonosfera Journal*, 3(1), 49–63. <https://journal.yayasanngi.com/index.php/ekonofera/article/view/252>
- Salvatore, D. (2015). *Managerial economics: Applications in business* (7th ed.). Oxford University Press.
- Salvatore, D. (2019). *Managerial economics* (9th ed.). Oxford University Press.
- Santoso, B., & Wulandari, T. (2020). Analisis perilaku konsumtif mahasiswa di perguruan tinggi. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 18(2), 101–116.
- Simon, H. A. (1957). *Administrative behavior: A study of decision-making processes in administrative organization* (2nd ed.). Free Press.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sutanto, A., & Hartono, A. (2024). Implementasi chatbot berbasis AI pada UMKM ritel Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Bisnis Digital*, 4(1), 55–67.
- Tjandra Wulandari. (2025). Tantangan implementasi perlindungan konsumen dalam transaksi toko online. *Mandalika Law Journal*, 5(1), 1–12. <https://ojs.cahayamandalika.com/index.php/mlj/article/view/5452>
- Virani, N. A., Fauziah, L., & Jamal, A. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan sikap finansial terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 7(1), 14–25. <https://journal.literasisains.id/index.php/mamen/article/view/6011>
- Widijowati. (2023). Perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce: Risiko dan mekanisme hukum. *Reformasi Hukum*, 4(1), 88–102. <https://journal.lifescifi.com/index.php/RH/article/view/137>
- Yuwono, B., & Israhadi, F. (2025). Perlindungan hak konsumen dalam jual beli online berdasarkan UUPK. *Jurnal Perlindungan Konsumen*, 3(1), 25–38. <https://ejournal.appihi.or.id/index.php/pk/article/view/1040>