



PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI CROSS-BORDER PADA PLATFORM MARKETPLACE DIGITAL BERDASARKAN HUKUM POSITIF INDONESIA

Rciahrd Jemiel Heng, Gunardi Lie

Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Tarumanagara

Abstrak

Eskalasi transaksi e-commerce cross-border di Indonesia telah mengimplikasikan tantangan yuridis yang signifikan terhadap perlindungan konsumen, menciptakan paradoks antara kemudahan bertransaksi dan kesulitan memperoleh pemulihan hukum. Penelitian hukum normatif ini, dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan dan konseptual, bertujuan untuk menganalisis konfigurasi proteksi hukum bagi konsumen serta membedah kedudukan dan pertanggungjawaban hukum platform marketplace digital dalam hukum positif Indonesia. Hasil analisis menunjukkan adanya suatu antinomi norma yang fundamental, yakni pertentangan antara doktrin safe harbor dalam UU ITE yang memberikan imunitas kepada platform, dengan prinsip akuntabilitas yang diamanatkan oleh UUPK dan PP PMSE. Disonansi regulasi ini menempatkan platform marketplace pada kedudukan yuridis sebagai intermedator, bukan penjual langsung, sehingga pertanggungjawaban hukum yang melekat padanya bersifat sekunder, derivatif, dan berlandaskan pada kelalaian prosedural, bukan pada cacat produk. Liabilitas ini pun secara substansial terlimitasi oleh mekanisme notice and take down dan dapat diekskulpasi oleh faktor kelalaian konsumen atau keadaan memaksa, yang pada akhirnya mengindikasikan adanya kekaburan norma yang memerlukan sinkronisasi legislatif dan interpretasi yudisial yang progresif untuk mewujudkan perlindungan konsumen yang efektif.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, E-Commerce Lintas Batas, Platform Marketplace, Pertanggungjawaban Hukum, Doktrin Safe Harbor.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menjadi penyokong utama bagi transformasi lanskap ekonomi global, menggeser paradigma perdagangan konvensional menuju ekosistem digital yang tak terbatas oleh ruang dan waktu (Matheus & Gunadi, 2024). Fenomena ini melahirkan model bisnis baru yang dikenal sebagai perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*), yang secara fundamental mengubah cara produsen, distributor, dan konsumen berinteraksi. Di tengah arus digitalisasi global, Indonesia memosisikan diri bukan hanya sebagai partisipan, melainkan sebagai kekuatan dominan di kawasan Asia Tenggara. Dengan nilai pasar *e-commerce* yang mencapai USD 52,93 miliar pada tahun 2023 dan diproyeksikan akan melonjak hingga USD 86,81 miliar pada tahun 2028, Indonesia menguasai 52% dari total pendapatan *e-commerce* di ASEAN.

Skala ekonomi digital ini, yang dipertegas oleh data Bank Indonesia yang mencatat nilai transaksi *e-commerce* menembus angka Rp454 triliun sepanjang tahun 2023, menandakan bahwa aktivitas ini telah berevolusi dari sekadar tren teknologi menjadi salah satu pilar fundamental perekonomian nasional (Bank Indonesia, 2023). Fenomena ini didorong oleh struktur demografi yang didominasi oleh generasi muda yang akrab dengan penetrasi internet dan ponsel pintar yang masif, serta meningkatnya adopsi digital oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai sarana untuk memperluas jangkauan pasar (Google et al., 2022). Besarnya skala dan volume transaksi ini secara inheren mentransformasi isu perlindungan konsumen dari domain hukum privat yang berfokus pada sengketa kontraktual individual menjadi isu kepentingan publik yang strategis.

Kegagalan sistem hukum dalam memberikan perlindungan yang efektif berpotensi mengikis kepercayaan konsumen, yang pada gilirannya dapat menghambat laju pertumbuhan ekonomi digital nasional dan mengancam stabilitas ekonomi secara sistemik (Panjaitan, 2021).

Seiring dengan matangnya ekosistem *e-commerce* domestik, globalisasi turut mendorong preferensi konsumsi masyarakat Indonesia ke ranah internasional melalui transaksi lintas batas (*cross-border e-commerce*). Transaksi ini, yang didefinisikan sebagai aktivitas jual beli di mana konsumen di Indonesia melakukan pembelian barang atau jasa dari pelaku usaha yang berkedudukan di luar negeri melalui platform *marketplace* digital, telah menjadi fenomena yang signifikan. Motivasi utama konsumen adalah untuk memperoleh akses terhadap produk yang tidak tersedia di pasar domestik, mencari kualitas yang lebih superior, atau mendapatkan harga yang lebih kompetitif, dengan kategori populer seperti fashion, aksesoris, dan elektronik mendominasi keranjang belanja (Payments Compliance Media Intelligence, 2024). Signifikansi segmen ini tercermin dari data yang menunjukkan bahwa sekitar 20% dari total penjualan *e-commerce* di Indonesia berasal dari transaksi lintas batas, menjadikannya komponen vital dalam ekosistem perdagangan digital (Payments Compliance Media Intelligence, 2024).

Pemerintah Indonesia telah merespons dinamika ini dengan serangkaian intervensi kebijakan, seperti revisi Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 menjadi Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023, yang antara lain melarang penjualan produk impor dengan nilai di bawah USD 100 dan membatasi transaksi pada platform

media sosial. Kebijakan ini, bersamaan dengan perubahan historis pada ambang batas *de minimis* untuk bea masuk, menunjukkan pengakuan pemerintah atas tantangan unik yang ditimbulkan oleh perdagangan lintas batas. Namun, respons regulasi tersebut cenderung berorientasi pada kebijakan perdagangan yang bersifat proteksionis untuk melindungi UMKM lokal, bukan sebagai instrumen perlindungan hukum konsumen. Hal ini menciptakan ketidaksielarasan regulasi, di mana instrumen yang digunakan pembatasan impor tidak secara langsung menjawab akar permasalahan hukum yang dihadapi konsumen, seperti ketiadaan mekanisme pemulihan kerugian yang efektif dan kesulitan penegakan hak (Nainggolan, 2021).

Kemudahan dan efisiensi yang ditawarkan oleh platform *marketplace* digital dalam transaksi lintas batas menghadirkan sebuah paradoks: semakin rendah friksi untuk melakukan transaksi, semakin tinggi friksi untuk mendapatkan penyelesaian sengketa. Di satu sisi, konsumen dapat dengan mudah membeli produk dari penjual di negara lain hanya dengan beberapa klik. Di sisi lain, kemudahan ini meniadakan berbagai jaring pengaman tradisional, seperti kemampuan untuk memeriksa barang secara fisik, berinteraksi langsung dengan penjual, dan berada dalam yurisdiksi hukum yang sama dan jelas. Akibatnya, konsumen dihadapkan pada berbagai bentuk kerentanan hukum yang signifikan (Sulistianingsih et al., 2023). Berbagai risiko ini termanifestasi dalam beragam permasalahan, mulai dari penerimaan barang yang tidak sesuai dengan deskripsi, penipuan, penyalahgunaan data pribadi, hingga kesulitan dalam mengajukan klaim garansi atau mendapatkan ganti rugi dari pelaku usaha asing (Rahmatullah & Subair, 2024). Realitas kerentanan ini bukanlah sekadar risiko teoretis, melainkan telah

menjadi masalah empiris yang terdokumentasi.

Berdasarkan data dari Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) secara konsisten menunjukkan bahwa sektor *e-commerce* menjadi salah satu sumber pengaduan konsumen tertinggi dalam beberapa tahun terakhir (Badan Perlindungan Konsumen Nasional, 2024). Kompleksitas permasalahan ini diperdalam oleh tantangan yurisdiksi, di mana perbedaan sistem hukum dan letak geografis antara konsumen dan pelaku usaha asing menciptakan hambatan yang nyaris tak teratasi bagi konsumen untuk menuntut hak-haknya melalui jalur hukum konvensional (Kristiyanti, 2008). Dengan demikian, desain platform yang sengaja dibuat "tanpa gesekan" untuk mendorong volume transaksi justru menciptakan lingkungan yang penuh gesekan bagi konsumen saat mereka berusaha mencari keadilan dan pemulihan atas kerugian yang diderita.

Kondisi faktual tersebut mengindikasikan adanya tantangan serius dalam kerangka hukum positif Indonesia. Instrumen hukum utama, yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), meskipun menyediakan landasan normatif yang kokoh mengenai hak-hak dasar konsumen dan kewajiban pelaku usaha, namun efektivitasnya menjadi terbatas ketika dihadapkan pada transaksi lintas batas. Keterbatasan yurisdiksi teritorial dan kesulitan praktis dalam mengeksekusi putusan terhadap pelaku usaha yang berada di luar negeri menjadikan UUPK kurang berdaya, sehingga menciptakan suatu bentuk kekaburan norma (*normative ambiguity*) dalam penerapannya pada konteks global (Miru, 2013).

Di sisi lain, kerangka hukum siber yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) sebagaimana telah diubah, justru

menghadirkan kompleksitas lebih lanjut. Pasal 15 ayat (3) UU ITE mengadopsi doktrin *safe harbor*, yang pada dasarnya membebaskan Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE), termasuk platform *marketplace*, dari tanggung jawab hukum atas konten atau tindakan melawan hukum yang dilakukan oleh penggunaanya (Sihombing & Mahatmanta, 2020). Prinsip ini, meskipun bertujuan untuk mendorong inovasi digital dengan membatasi liabilitas platform, berpotensi menciptakan benturan norma dengan semangat perlindungan konsumen.

Di tengah ketegangan antara dua rezim hukum ini, muncul Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE). Regulasi ini menandai pergeseran paradigma dengan meletakkan sejumlah kewajiban spesifik pada Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE), termasuk PPMSE asing yang aktif menargetkan pasar Indonesia, seperti kewajiban menunjuk perwakilan di Indonesia dan menyediakan layanan pengaduan konsumen (Wicaksana, 2022). Lahirnya PP PMSE menciptakan suatu konflik norma yang inheren dalam hukum positif Indonesia: antara imunitas platform yang dijamin oleh UU ITE dengan prinsip akuntabilitas yang didorong oleh UUPK dan PP PMSE. Ketidakjelasan mengenai kedudukan hukum platform *marketplace* apakah ia sekadar fasilitator netral yang dilindungi oleh doktrin *safe harbor*, atau merupakan bagian dari pelaku usaha yang memikul tanggung jawab atas transaksi yang terjadi di dalam ekosistemnya menjadi persoalan hukum fundamental (Saudira, 2024).

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penelitian ini menjadi krusial untuk menganalisis secara mendalam bagaimana pengaturan perlindungan hukum bagi konsumen

dalam transaksi *cross-border* pada platform *marketplace* digital menurut hukum positif Indonesia saat ini, serta untuk memperjelas bagaimana kedudukan dan bentuk pertanggungjawaban hukum platform *marketplace* terhadap kerugian yang dialami oleh konsumen.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, maka fokus penelitian ini diarahkan pada dua pokok permasalahan utama yang berkaitan dengan aspek yuridis penyelenggaraan transaksi lintas batas (*cross-border transaction*) melalui platform *marketplace* digital. Pertama, bagaimana bentuk pengaturan mengenai perlindungan hukum bagi konsumen Indonesia dalam transaksi jual beli lintas batas tersebut jika ditinjau dari perspektif hukum positif yang berlaku saat ini. Pertanyaan ini menjadi penting mengingat konsumen sering kali berada pada posisi yang lemah ketika berhadapan dengan kompleksitas sistem perdagangan digital yang melibatkan yurisdiksi lebih dari satu negara.

Kedua, bagaimana kedudukan serta bentuk pertanggungjawaban hukum yang seharusnya dipikul oleh platform *marketplace* digital apabila konsumen mengalami kerugian dalam transaksi lintas batas tersebut. Permasalahan ini relevan karena platform digital berperan bukan hanya sebagai fasilitator transaksi, melainkan juga sebagai pihak yang memikul tanggung jawab tertentu untuk memastikan adanya kepastian hukum, perlindungan terhadap hak-hak konsumen, serta mekanisme penyelesaian sengketa yang adil dan efektif sesuai dengan ketentuan hukum positif Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum normatif, yang juga dikenal sebagai penelitian hukum

normatif, yang secara fundamental memfokuskan kajian pada hukum sebagai sebuah bangunan sistem norma yang bersifat preskriptif (Marzuki, 2019). Penelitian hukum normatif secara definitif merupakan suatu proses untuk menemukan aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi, bukan bertujuan untuk menguji suatu hipotesis sebagaimana lazimnya dalam penelitian ilmu-ilmu social (Marzuki, 2019). Sifat preskriptif dalam penelitian ini termanifestasi melalui tujuannya untuk menghasilkan argumentasi, teori, atau konsep baru sebagai preskripsi dalam menyelesaikan masalah kekosongan atau kekaburan norma (*vagueness of norms*) terkait perlindungan konsumen dalam transaksi *cross-border* pada platform *marketplace* digital.

Guna membedah rumusan masalah secara sistematis dan mendalam, penelitian ini mengimplementasikan dua pendekatan utama yang saling melengkapi. Pertama, pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), yang dilakukan dengan menelaah secara komprehensif seluruh peraturan perundang-undangan dan regulasi yang memiliki relevansi dengan isu hukum yang diteliti, terutama UUPK, UU ITE, PP PMSE, serta ketentuan-ketentuan terkait dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer). Pendekatan ini esensial untuk memetakan kerangka regulasi yang ada (*existing legal framework*) dan mengidentifikasi sinkronisasi vertikal maupun horizontal antar peraturan guna menjawab rumusan masalah pertama.

Kedua, pendekatan konseptual (*conceptual approach*), yang beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum untuk menganalisis konsep-konsep hukum yang belum atau tidak diatur secara eksplisit dalam peraturan perundang-undangan (Marzuki, 2019).

Pendekatan ini secara spesifik digunakan untuk menjawab rumusan masalah kedua dengan cara membangun argumentasi hukum mengenai kedudukan dan model pertanggungjawaban hukum platform *marketplace* digital, dengan merujuk pada prinsip-prinsip hukum seperti *intermediary liability*, *safe harbor principle*, dan teori-teori tanggung jawab hukum lainnya yang relevan.

Sumber bahan hukum yang digunakan meliputi bahan hukum primer yang terdiri dari peraturan perundang-undangan yang bersifat mengikat; bahan hukum sekunder yang mencakup buku-buku teks, jurnal hukum ilmiah bereputasi, hasil penelitian terdahulu, dan artikel-artikel yang relevan dengan isu perlindungan konsumen dan *e-commerce*; serta bahan hukum tersier seperti kamus hukum dan ensiklopedia untuk memberikan penjelasan terminologis atas konsep-konsep dasar.

Seluruh bahan hukum tersebut dikumpulkan melalui teknik studi kepustakaan dan selanjutnya dianalisis secara kualitatif. Proses analisis data dilakukan dengan menggunakan metode penalaran hukum deduktif-induktif, di mana norma-norma umum dalam peraturan diidentifikasi (deduktif) untuk kemudian ditarik kesimpulan spesifik terkait kasus transaksi *cross-border*, serta menganalisis isu-isu partikular untuk membangun pemahaman konseptual yang lebih umum (induktif). Melalui alur analisis demikian, penelitian ini pada akhirnya bertujuan menghasilkan suatu preskripsi yang argumentatif dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah untuk menjawab permasalahan penelitian secara komprehensif (Marzuki, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengaturan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Indonesia dalam Transaksi Jual Beli

Cross-Border Melalui Platform Marketplace Digital Menurut Hukum Positif di Indonesia Saat Ini

1. UUPK

UUPK merupakan fondasi bagi perlindungan hak-hak konsumen di Indonesia. Meskipun dirumuskan pada era sebelum masifnya internet, prinsip-prinsip fundamental yang terkandung di dalamnya tetap relevan dan menjadi dasar bagi peraturan-peraturan yang lebih spesifik. UUPK mendefinisikan Konsumen sebagai setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, maupun pihak lain, dan tidak untuk diperdagangkan. Sementara itu, 'Pelaku Usaha' didefinisikan secara luas sebagai setiap orang perseorangan atau badan usaha yang melakukan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

UUPK secara tegas menggariskan hak-hak esensial konsumen yang diatur dalam Pasal 4, di antaranya adalah hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa; hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi yang dijanjikan; hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur serta hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian. Hak-hak ini menjadi landasan yuridis bagi konsumen untuk menuntut pemenuhan prestasi dari pelaku usaha dalam setiap transaksi.

Selaras dengan hak konsumen, UUPK juga menetapkan serangkaian kewajiban dan larangan bagi pelaku usaha. Pasal 7 mewajibkan pelaku usaha untuk beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya. Lebih spesifik, Pasal 8 dan 9 melarang pelaku usaha untuk memproduksi atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam

label, iklan, atau promosi, serta melarang penawaran produk secara tidak benar atau menyesatkan. Ketentuan-ketentuan ini menjadi dasar hukum yang krusial bagi konsumen untuk mengajukan gugatan, baik atas dasar wanprestasi maupun perbuatan melawan hukum, ketika terjadi ketidaksesuaian produk dalam transaksi *e-commerce*.

Lebih lanjut, UUPK memperkenalkan konsep tanggung jawab produk (*product liability*) melalui Pasal 19, yang menyatakan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Prinsip ini meletakkan beban tanggung jawab pada pelaku usaha untuk memastikan produk yang diedarkan aman dan sesuai dengan apa yang diperjanjikan, yang menjadi basis utama dalam tuntutan ganti rugi oleh konsumen.

2. UU ITE

UU ITE hadir sebagai pilar hukum yang melegitimasi aktivitas dalam ruang siber di Indonesia. UU ITE memberikan pengakuan hukum terhadap transaksi dan kontrak yang dilakukan secara elektronik, menyamakannya dengan kontrak konvensional. Hal ini memberikan kepastian hukum bahwa kesepakatan yang terjadi dalam platform *marketplace* memiliki kekuatan mengikat dan dapat dijadikan sebagai alat bukti yang sah di pengadilan.

UU ITE memperkenalkan beberapa definisi kunci yang menjadi dasar bagi regulasi turunan. Informasi Elektronik didefinisikan sebagai sekumpulan data elektronik yang memiliki makna, sedangkan Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan menggunakan media elektronik. Definisi yang paling relevan untuk konteks ini adalah Penyelenggara

Sistem Elektronik (PSE), yaitu setiap orang atau badan usaha yang menyediakan, mengelola, dan/atau mengoperasikan sistem elektronik. Definisi PSE ini menjadi cikal bakal dari pengaturan yang lebih spesifik mengenai *marketplace* sebagai salah satu bentuk PSE.

Secara khusus bagi transaksi lintas batas, Pasal 18 UU ITE meletakkan landasan yuridis yang penting. Pasal ini menganut asas kebebasan berkontrak (*freedom of contract*), di mana para pihak dalam transaksi elektronik internasional diberi kewenangan untuk memilih hukum yang akan berlaku bagi kontrak mereka (*choice of law*) serta memilih forum penyelesaian sengketa (*choice of forum*) (Ayu, 2018). Meskipun memberikan fleksibilitas, ketentuan ini dalam praktiknya seringkali menimbulkan persoalan ketika pilihan hukum dan forum tersebut ditentukan secara sepihak oleh pelaku usaha dalam klausula baku yang merugikan posisi konsumen.

3. PP PMSE

Sebagai respons atas pesatnya pertumbuhan *e-commerce*, pemerintah menerbitkan PP PMSE. Regulasi ini berfungsi sebagai *lex specialis* yang mengatur secara detail dan komprehensif ekosistem perdagangan digital di Indonesia, termasuk transaksi lintas batas (Wicaksana, 2022). PP PMSE menjadi instrumen hukum yang paling relevan dalam menentukan kedudukan dan tanggung jawab *marketplace*. Salah satu kontribusi terpenting dari PP PMSE adalah klasifikasi pelaku usaha PMSE yang diatur dalam Pasal 1. Regulasi ini secara tegas membedakan antara: (1) 'Pedagang' (*merchant*), yaitu pihak yang melakukan penawaran barang/jasa; (2) PPMSE, yaitu penyedia platform seperti *marketplace*; dan (3) 'Penyelenggara Sarana Perantara' (*intermediary services*), yaitu platform yang hanya berfungsi sebagai perantara komunikasi

tanpa terlibat dalam transaksi finansial. Diferensiasi ini sangat krusial karena menjadi dasar untuk memetakan jenis dan lingkup tanggung jawab yang berbeda bagi masing-masing pihak.

PP PMSE juga merinci serangkaian kewajiban spesifik yang harus dipenuhi oleh *marketplace*. Di antaranya adalah kewajiban untuk menyediakan informasi yang lengkap dan benar mengenai syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Selain itu, PPMSE diwajibkan untuk menyediakan layanan pengaduan bagi konsumen dan memfasilitasi penyelesaian sengketa (Gloria & Neltje, 2020). Kewajiban ini menempatkan *marketplace* tidak hanya sebagai penyedia platform pasif, tetapi juga sebagai entitas yang memiliki tanggung jawab prosedural untuk melindungi konsumen yang menggunakan layanannya. PP PMSE secara tegas memberlakukan yurisdiksinya terhadap pelaku usaha asing yang bertransaksi dengan konsumen domestik, dengan menetapkan imperatif kepatuhan terhadap seluruh norma hukum positif nasional sebagaimana diatur dalam Pasal 17 ayat (2).

Konsekuensi dari ketentuan ini meluas kepada *marketplace*, yang dibebani kewajiban untuk menyeleksi dan secara eksplisit dilarang mengakomodasi pedagang yang tidak memenuhi ketentuan hukum tersebut sesuai Pasal 17 ayat (1). Aspek pertanggungjawaban yuridis pun ditegaskan dalam Pasal 68 ayat (2), di mana pelaku usaha memikul tanggung jawab penuh atas setiap kerugian yang diderita konsumen akibat transaksi lintas batas. Dari perspektif perlindungan konsumen, PP PMSE menyediakan instrumen pemulihan hak yang konkret, yakni memberikan hak kepada konsumen untuk mengajukan penukaran atau pembatalan pembelian dalam jangka waktu minimum dua hari kerja pasca-penerimaan barang apabila

terjadi wanprestasi seperti ketidaksesuaian produk, cacat, atau kerusakan, sebagaimana diatur dalam Pasal 69 ayat (1) dan ayat (2). Sebagai implikasi langsung dari hak tersebut, Pasal 71 mengamanatkan *marketplace* untuk memfasilitasi mekanisme restitusi atau pengembalian dana yang efektif bagi konsumen yang melakukan pembatalan.

4. Undang-Undang No. 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi (UU PDP)

Setiap transaksi *e-commerce* secara inheren melibatkan pengumpulan, pemrosesan, dan seringkali transfer data pribadi konsumen. Menyadari risiko yang melekat pada aktivitas ini, Indonesia mengesahkan UU PDP. Regulasi ini menjadi relevan karena menempatkan platform *marketplace* dalam posisi sebagai 'Pengendali Data Pribadi' (*Data Controller*), yaitu pihak yang menentukan tujuan dan melakukan kontrol atas pemrosesan data pribadi. Sebagai Pengendali Data, *marketplace* dibebani serangkaian kewajiban hukum yang ketat. Kewajiban tersebut meliputi perolehan persetujuan yang sah (*valid consent*) dari konsumen sebelum memproses data mereka, kewajiban untuk menerapkan langkah-langkah keamanan teknis dan organisasional yang memadai untuk mencegah kebocoran data, serta kewajiban untuk memberitahukan secara tertulis kepada subjek data dan otoritas terkait jika terjadi kegagalan dalam pelindungan data pribadi (Pohan & Nasution, 2023).

Untuk transaksi lintas batas, UU PDP mengatur secara spesifik mengenai transfer data pribadi ke luar wilayah Indonesia. Pasal 56 UU PDP menetapkan bahwa Pengendali Data (dalam hal ini *marketplace*) harus memastikan bahwa negara tujuan transfer memiliki tingkat pelindungan data pribadi yang setara

atau lebih tinggi dari yang diatur dalam UU PDP. Jika syarat ini tidak terpenuhi, transfer hanya dapat dilakukan dengan adanya instrumen hukum lain yang mengikat atau persetujuan eksplisit dari subjek data setelah diinformasikan mengenai risikonya (Aulia, 2024). Ketentuan ini secara langsung berdampak pada operasional *marketplace* yang memfasilitasi transaksi dengan pedagang asing, di mana data konsumen Indonesia ditransfer ke yurisdiksi lain.

Evolusi kerangka hukum di Indonesia menunjukkan adanya respons legislatif yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Dimulai dari UUPK yang bersifat umum dan dirancang untuk perdagangan konvensional, kebutuhan akan legitimasi transaksi digital dijawab oleh UU ITE. Namun, UU ITE masih mendefinisikan Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) secara luas. Lonjakan masif *e-commerce* kemudian mendorong lahirnya PP PMSE, yang untuk pertama kalinya secara spesifik mengklasifikasikan *marketplace* sebagai PPMSE dan memisahkannya dari pedagang, lengkap dengan kewajiban-kewajiban yang jelas. Puncaknya, maraknya kasus kebocoran data berskala besar, seperti yang menimpa Tokopedia, menjadi katalisator percepatan pengesahan UU PDP, yang memberlakukan rezim tanggung jawab yang jauh lebih ketat pada platform sebagai pengendali data. Stratifikasi regulasi ini, meskipun menciptakan kerangka yang lebih komprehensif, juga berpotensi menimbulkan tumpang tindih dan kompleksitas baru bagi konsumen yang ingin menuntut haknya, karena kini mereka dapat mendasarkan gugatannya pada beberapa instrumen hukum sekaligus.

B. Kedudukan dan Bentuk Pertanggungjawaban Hukum Platform Marketplace Digital

Terhadap Kerugian yang Dialami oleh Konsumen dalam Transaksi *Cross-Border* Menurut Hukum Positif Indonesia

1. Kedudukan Hukum Platform *Marketplace* Digital Terhadap Kerugian yang Dialami oleh Konsumen dalam Transaksi *Cross-Border* Menurut Hukum Positif Indonesia

Hukum positif Indonesia, melalui PP PMSE, secara tegas mendefinisikan kedudukan hukum platform *marketplace*. Pasal 1 angka 11 PP PMSE mendefinisikan PPMSE sebagai "pelaku usaha penyedia sarana komunikasi elektronik yang digunakan untuk transaksi perdagangan". Definisi ini secara presisi menempatkan entitas seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan platform sejenisnya ke dalam kategori *marketplace*. Penegasan ini krusial karena secara yuridis membedakan peran dan tanggung jawab *marketplace* dari para pedagang (*merchant*) yang menggunakan platform tersebut untuk menawarkan produk mereka.

Dengan kedudukan ini, *marketplace* tidak diposisikan sebagai penjual atau pihak langsung dalam kontrak jual-beli yang terjadi antara konsumen dan *merchant*. Sebaliknya, *marketplace* bertindak sebagai pihak ketiga yang menyediakan infrastruktur digital, fasilitas pembayaran, dan sarana komunikasi yang memungkinkan terjadinya transaksi (Harjono, 2008). Implikasi hukumnya adalah bahwa tanggung jawab utama terkait pemenuhan prestasi kontrak (seperti kualitas dan kesesuaian barang) berada pada *merchant*, sementara tanggung jawab *marketplace* timbul dari perannya sebagai fasilitator dan penyedia sistem.

Globalisasi *e-commerce* berarti banyak platform *marketplace* yang beroperasi dan menargetkan konsumen Indonesia merupakan entitas asing yang tidak berbadan hukum di Indonesia. Untuk mengatasi kekosongan hukum

dan kesulitan penegakan hukum yang dapat timbul dari situasi ini, PP PMSE memperkenalkan sebuah mekanisme untuk "menarik" yurisdiksi Indonesia atas platform-platform tersebut. PP PMSE mengamanatkan bahwa PPMSE dari luar negeri yang secara aktif menawarkan layanan kepada konsumen di wilayah Indonesia dan memenuhi kriteria tertentu (misalnya, telah melakukan transaksi dalam jumlah signifikan atau menjangkau sejumlah besar konsumen di Indonesia) wajib menunjuk perwakilan yang berkedudukan di wilayah hukum Indonesia.

Kewajiban untuk memiliki kehadiran fisik atau perwakilan hukum (*physical presence*) di Indonesia ini merupakan manifestasi dari prinsip kedaulatan digital (*digital sovereignty*). Tujuannya adalah untuk memastikan adanya subjek hukum yang jelas dan dapat dijangkau di dalam negeri, yang dapat dimintai pertanggungjawaban dan menjadi alamat tujuan jika konsumen atau pemerintah hendak melayangkan gugatan atau sanksi. Kehadiran perwakilan ini secara teoretis mempermudah proses hukum bagi konsumen Indonesia, karena mereka tidak perlu lagi menempuh jalur yang rumit dan mahal untuk menggugat platform di negara asalnya.

Sebagai PPMSE, platform *marketplace* dibebani serangkaian kewajiban spesifik yang dirancang untuk melindungi kepentingan konsumen. Kewajiban-kewajiban ini melampaui sekadar penyediaan teknologi dan mencakup aspek-aspek substantif dari proses transaksi.

a) Pertama, kewajiban terkait informasi. PPMSE wajib memastikan bahwa para *merchant* yang menggunakan platformnya menyediakan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi, kualitas, dan jaminan barang dan/atau jasa yang ditawarkan (Barkatullah,

2007). Meskipun *marketplace* bukan sumber informasi tersebut, ia memiliki kewajiban untuk menyediakan sistem yang memungkinkan dan mendorong transparansi, serta menindak *merchant* yang memberikan informasi menyesatkan.

b) Kedua, kewajiban fasilitasi pengaduan. Pasal 27 PP PMSE secara eksplisit mewajibkan PPMSE untuk menyediakan layanan pengaduan bagi konsumen. Ini merupakan bentuk tanggung jawab prosedural pertama yang harus dipenuhi oleh *marketplace*. Fasilitas ini harus mencakup mekanisme yang jelas bagi konsumen untuk melaporkan masalah, seperti barang tidak diterima, barang rusak, atau penipuan, dan *marketplace* diharapkan dapat menjembatani komunikasi antara konsumen dan *merchant* untuk mencapai penyelesaian.

c) Ketiga, kewajiban perlindungan data pribadi lintas batas. Dalam transaksi yang melibatkan *merchant* asing, data pribadi konsumen Indonesia (seperti nama, alamat, dan nomor telepon) seringkali ditransfer ke luar negeri. Berdasarkan UU PDP, *marketplace* sebagai Pengendali Data memiliki kewajiban untuk memastikan bahwa *transfer* tersebut memiliki dasar hukum yang sah dan bahwa negara tujuan memiliki tingkat perlindungan data yang memadai. Kegagalan dalam memenuhi kewajiban ini dapat menjadi dasar pertanggungjawaban hukum tersendiri bagi *marketplace*, terlepas dari sengketa terkait produk itu sendiri.

Lebih lanjut, dari aspek transaksional, PPMSE dibebani obligasi yuridis untuk memfasilitasi mekanisme restitusi dana kepada konsumen dalam hal terjadi pembatalan kontrak pembelian, sebagaimana diamanatkan oleh Pasal 71 PP PMSE. Tanggung jawab ini meluas pada substansi produk yang diperdagangkan, di mana PPMSE turut memikul pertanggungjawaban hukum

bersama pelaku usaha atas kerugian yang timbul dari distribusi barang atau jasa digital (Pasal 68 ayat (2) PP PMSE), serta memiliki imperatif untuk melakukan kurasi dan memastikan platformnya steril dari perdagangan produk yang dilarang oleh peraturan perundang-undangan (Pasal 68 ayat (3) PP PMSE). Untuk menjamin akses terhadap keadilan, Pasal 72 ayat (3) PP PMSE memberikan hak kepada konsumen untuk mengajukan gugatan melalui badan penyelesaian sengketa atau pada lembaga peradilan yang berkedudukan di wilayah domisili konsumen. Pada level yang lebih fundamental, status PPMSE sebagai Penyelenggara Sistem Elektronik juga meletakkan kewajiban inheren untuk menjamin keandalan dan keamanan sistem yang diselenggarakannya, di mana mereka bertanggung jawab penuh atas operasional sistem tersebut kecuali dapat dibuktikan adanya keadaan memaksa (*force majeure*) atau kelalaian dari pihak pengguna, sesuai dengan prinsip yang digariskan dalam Surat Edaran Menkominfo Nomor 5 Tahun 2016.

2. Bentuk Pertanggungjawaban Hukum Platform Marketplace Digital Terhadap Kerugian yang Dialami oleh Konsumen dalam Transaksi Cross-Border Menurut Hukum Positif Indonesia

Dalam menganalisis pertanggungjawaban hukum pada transaksi *e-commerce* lintas batas, penting untuk melakukan diferensiasi yang jelas antara tanggung jawab yang melekat pada *merchant* asing dan tanggung jawab yang dibebankan kepada platform *marketplace*. Tanggung jawab utama atau primer atas pemenuhan prestasi kontrak jual-beli berada pada *merchant*. Ini mencakup tanggung jawab atas kualitas produk, kesesuaian barang

dengan deskripsi yang diberikan, serta pengiriman tepat waktu. Jika terjadi wanprestasi, seperti barang yang diterima cacat atau tidak sesuai, maka *merchant* asing adalah pihak yang secara langsung bertanggung jawab kepada konsumen (Purba et al., 2022).

Di sisi lain, tanggung jawab platform *marketplace* bersifat sekunder dan derivatif. Tanggung jawab ini tidak timbul dari kontrak jual-beli itu sendiri, melainkan dari pelanggaran terhadap kewajiban hukumnya sebagai PPMSE. Dengan kata lain, *marketplace* tidak bertanggung jawab atas cacatnya produk, tetapi dapat bertanggung jawab jika ia lalai dalam menjalankan kewajibannya sebagai penyedia platform yang aman dan terpercaya (Wulandari & Alam, 2018). Tanggung jawab ini berakar pada perannya sebagai fasilitator yang memiliki kontrol atas ekosistem transaksi.

Kerangka hukum Indonesia mengadopsi prinsip limitasi tanggung jawab yang dikenal secara internasional sebagai *safe harbor policy*. Prinsip ini memberikan perlindungan hukum bagi penyelenggara sistem elektronik, termasuk *marketplace*, dari tanggung jawab atas konten ilegal yang diunggah oleh pihak ketiga (pengguna), dengan syarat-syarat tertentu. Pasal 22 PP PMSE, yang diperkuat oleh peraturan turunan seperti Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 5 Tahun 2020, menyatakan bahwa PPMSE dapat dibebaskan dari tanggung jawab hukum atas konten ilegal (termasuk penawaran barang palsu, penipuan, atau konten terlarang lainnya) *apabila* mereka telah bertindak cepat untuk menghapus atau memblokir akses ke konten tersebut setelah menerima laporan atau mengetahuinya (*notice and take down mechanism*) (Chow & Triana, 2025).

Penerapan prinsip *safe harbor* ini secara fundamental mengubah model pertanggungjawaban *marketplace* dari yang bersifat absolut menjadi berbasis

pada kesalahan prosedural. Artinya, *marketplace* tidak secara otomatis bersalah karena adanya *merchant* penipu di platformnya. Namun, *marketplace* dapat dianggap bersalah dan bertanggung jawab secara hukum jika ia gagal menindaklanjuti laporan dari konsumen atau pihak berwenang secara memadai dan tepat waktu. Prinsip ini menciptakan keseimbangan antara mendorong inovasi platform digital dengan tetap memberikan mekanisme perlindungan bagi konsumen, meskipun dalam praktiknya seringkali menimbulkan perdebatan mengenai sejauh mana "tindakan cepat" tersebut harus dilakukan.

Ada sebuah diskoneksi yang signifikan antara posisi hukum *marketplace* yang dilindungi oleh prinsip *safe harbor* dan peran faktualnya dalam ekosistem perdagangan. Secara hukum, *marketplace* seringkali memosisikan diri sebagai perantara netral atau "papan pengumuman digital" yang pasif, sebuah argumen yang dikuatkan oleh rezim *notice-and-takedown*. Namun, dalam praktik bisnisnya, *marketplace* adalah fasilitator yang sangat aktif dan merupakan pengendali ekosistem. Mereka tidak hanya menyediakan platform, tetapi juga memproses pembayaran, mengelola sistem logistik melalui mitra, mengumpulkan dan menganalisis data perilaku konsumen secara masif, serta secara aktif mempromosikan *merchant* tertentu melalui algoritma. Oleh karena itu, gugatan konsumen yang ingin berhasil menembus "selubung" imunitas *safe harbor* ini harus mampu membuktikan bahwa kelalaian *marketplace* bersifat aktif dan sistemik, bukan sekadar kegagalan reaktif dalam satu kasus tunggal. Misalnya, dengan menunjukkan bahwa platform secara konsisten gagal menyaring *merchant* dengan rekam jejak buruk meskipun telah menerima banyak laporan sebelumnya.

Apabila *marketplace* terbukti gagal memenuhi kewajiban hukumnya, ia dapat dimintai pertanggungjawaban melalui beberapa jalur hukum.

a) Perdata

Pertanggungjawaban secara perdata menjadi jalur hukum yang paling lazim ditempuh oleh konsumen untuk memperoleh ganti rugi atau pemulihan hak ketika mengalami kerugian akibat layanan *marketplace*. Secara garis besar, terdapat dua dasar hukum utama yang dapat dijadikan pijakan gugatan.

Pertama adalah wanprestasi, yang muncul ketika *marketplace* gagal memenuhi kewajiban atau janji yang telah disepakati dalam syarat dan ketentuan layanan (*Terms of Service*) yang telah disetujui oleh konsumen pada saat pendaftaran atau penggunaan layanan. Contohnya, apabila *marketplace* menjanjikan mekanisme *escrow* atau jaminan pengembalian dana namun kemudian tidak melaksanakannya, tindakan tersebut dapat dikualifikasikan sebagai wanprestasi karena menyalahi kontrak yang telah disepakati kedua belah pihak.

Kedua adalah perbuatan melawan hukum (PMH), yang diatur dalam Pasal 1365 KUHPerdata, dan relevan ketika tidak terdapat hubungan kontraktual langsung antara konsumen dan *marketplace* terkait kerugian yang dialami. Dalam konteks PMH, konsumen harus mampu membuktikan empat unsur utama (Matheus & Gunadi, 2024): pertama, adanya perbuatan yang bertentangan dengan hukum, misalnya kelalaian *marketplace* dalam menyediakan sistem yang aman dan andal; kedua, terdapat kesalahan atau kelalaian dari pihak *marketplace*; ketiga, adanya kerugian nyata yang diderita oleh konsumen; dan keempat, terdapat hubungan kausal antara kelalaian *marketplace* dengan kerugian yang dialami. Kasus kebocoran data pribadi berskala besar menjadi contoh klasik di

mana gugatan berdasarkan PMH sangat relevan, karena kerugian yang timbul tidak selalu terkait dengan pelanggaran kontrak, melainkan timbul akibat tindakan atau kelalaian yang merugikan pihak lain secara hukum (Naufal, 2020).

b) Administratif

Selain gugatan perdata dari konsumen, *marketplace* juga tunduk pada pengawasan pemerintah. Kementerian terkait, seperti Kementerian Komunikasi dan Informatika atau Kementerian Perdagangan, berwenang menjatuhkan sanksi administratif jika PPMSE terbukti melanggar kewajiban yang diatur dalam PP PMSE atau UU PDP. Sanksi ini dapat bervariasi, mulai dari teguran tertulis, denda administratif, hingga sanksi terberat berupa pemutusan akses sementara atau permanen terhadap platform tersebut.

Namun, prinsip pertanggungjawaban hukum yang dilekatkan pada PPMSE tidak bersifat absolut, melainkan dimungkinkan adanya eskulpasi atau pembebasan. Menurut ketentuan yang digariskan dalam Surat Edaran Menkominfo Nomor 5 Tahun 2016, Bagian I, PPMSE dapat dibebaskan dari kewajiban mengganti kerugian sepanjang mampu membuktikan secara sah bahwa kausalitas kerugian tersebut bersumber dari kesalahan atau kelalaian yang dapat diatribusikan kepada pihak konsumen. Selain itu, dasar eskulpasi lainnya adalah adanya suatu keadaan memaksa (*force majeure*), yakni peristiwa di luar kendali wajar yang menyebabkan sistem tidak dapat beroperasi sebagaimana mestinya.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis hukum positif, penulis dapat menyimpulkan bahwa konfigurasi yuridis yang mengatur proteksi konsumen dalam

transaksi digital lintas batas di Indonesia bersifat stratifikatif namun mengandung antinomi norma yang signifikan. Disonansi regulasi ini berpusat pada pertentangan antara prinsip *safe harbor* dalam UU ITE yang cenderung memberikan imunitas pada platform, dengan imperatif akuntabilitas yang termaktub dalam PP PMSE dan UUPK. Kondisi ini menempatkan *marketplace* pada posisi yuridis sebagai mediator, bukan penjual langsung, sehingga pertanggungjawaban hukum yang melekat padanya bersifat sekunder dan derivatif. Liabilitas ini, yang dapat timbul dari ranah perdata maupun administratif, secara substansial dilimitasi oleh doktrin *safe harbor* yang menggeser paradigma tanggung jawab dari absolut menjadi berlandaskan pada kelalaian prosedural, serta dapat diekskulpasi oleh faktor kelalaian konsumen atau *force majeure*.

Menyikapi kompleksitas dan disharmoni tersebut, diperlukan intervensi multidimensional. Pada tataran legislatif, direkomendasikan adanya sinkronisasi peraturan guna meredefinisikan ruang lingkup *safe harbor* agar tidak menjadi imunitas absolut, serta mempertimbangkan pengadopsian model "kewajiban berhati-hati" (*duty of care*) yang menuntut pengawasan proaktif dari PPMSE. Dari sisi yudikatif, diperlukan interpretasi hukum yang progresif di mana hakim tidak hanya menilai kepatuhan prosedural *notice and take down*, tetapi juga mempertimbangkan peran faktual PPMSE sebagai pengendali ekosistem untuk menilai adanya kelalaian sistemik. Sementara itu, bagi pelaku usaha, disarankan untuk melampaui kepatuhan minimum dengan cara meningkatkan robustitas sistem proteksi internal, seperti verifikasi pedagang, penyederhanaan klaim, dan penyediaan mediasi sengketa yang efektif guna membangun kepercayaan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, E. (2024). Analisis Pasal 56 dalam Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 Tentang Pelindungan Data Pribadi dari Perspektif Kepastian Hukum. *UNES Law Review*, 7(1), 220-227.
- Ayu, I. K. (2018). Peran Pengadilan Negeri Indonesia dalam Penyelesaian Sengketa Transaksi Elektronik Internasional. *Legality: Jurnal Ilmiah Hukum*, 26(1), 40-52.
- Badan Perlindungan Konsumen Nasional. (2024). *Badan Perlindungan Konsumen Nasional, Laporan Tahunan Pengaduan Konsumen 2023*. Badan Perlindungan Konsumen Nasional.
- Bank Indonesia. (2023). *Laporan Perekonomian Indonesia 2023*. Bank Indonesia.
- Barkatullah, A. H. (2007). Urgensi Perlindungan Hak-hak Konsumen Dalam Transaksi Di E-Commerce. *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM*, 14(2), 247-270. <https://doi.org/10.20885/iustum.vol14.iss2.art8>
- Chow, K. W., & Triana, E. (2025). *Indonesia: E-commerce Platform Liability and Safe Harbor Provisions*. Reuters. <https://rouse.com/insights/news/2025/indonesia-e-commerce-platform-liability-and-safe-harbor-provisions>
- Gloria, G., & Neltje, J. (2020). Analisis Yuridis Pertanggungjawaban Hukum Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Terhadap Barang yang Tidak Sampai. *Jurnal Hukum Adigama*, 3(2), 944-966.
- Google, Temasek, & Bain & Company. (2022). *e-Conomy SEA 2022 Report: Through the Waves, Towards a Sea of Opportunity*. Google.
- Harjono. (2008). *Konstitusi Sebagai Rumah Bangsa: Pemikiran Hukum*. Konstitusi Press.
- Kristiyanti, C. T. S. (2008). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Sinar Grafika.
- Marzuki, P. M. (2019). *Penelitian Hukum: Edisi Revisi* (19th ed.). Prenada Media Group.
- Matheus, J., & Gunadi, A. (2024). Pembentukan Lembaga Pengawas Perlindungan Data Pribadi Di Era Ekonomi Digital: Kajian

Perbandingan Dengan KPPU. *JUSTISI*, 10(1), 20–35.

Miru, A. (2013). *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Konsumen*. RajaGrafindo Persada.

Nainggolan, B. (2021). *Jaminan Perlindungan Hukum Dalam Transaksi Elektronik Lintas Batas Negara*. Publika Global Media.

Naufal, R. A. (2020). *Tanggung Jawab PT Tokopedia dalam Kasus Kebocoran Data Pribadi Pengguna*. Universitas Islam Indonesia.

Panjaitan, H. (2021). *Hukum Perlindungan Konsumen: Reposisi dan Penguatan Kelembagaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Dalam Memberikan Perlindungan dan Menjamin Keseimbangan Dengan Pelaku Usaha*. Jala Permata Aksara.

Payments Compliance Media Intelligence. (2024). *Asia-Pacific E-Commerce Data Library: Indonesia Market Analysis*. Payments Compliance Media Intelligence.

Pohan, T. D., & Nasution, M. I. P. (2023). PERLINDUNGAN HUKUM DATA PRIBADI KONSUMEN DALAM PLATFORM E COMMERCE. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 1(3), 42–48. <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v1i3.336>

Purba, K. S., Hasugian, M. R. C. S., Kaban, B., Stefani, Y. I., & Brahmana, H. (2022). PERTANGGUNG JAWABAN HUKUM TERHADAP PELAKU PEMAKAIAN ALAT RAPID TEST BEKAS. *Mizan: Jurnal Ilmu Hukum*, 11(1), 57. <https://doi.org/10.32503/mizan.v11i1.2539>

Rahmatullah, R., & Subair, L. (2024). DAMPAK HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE CROSS-BORDER. *Jurnal To Ciung: Jurnal Ilmu Hukum*, 4(2), 17–29.

Saudira, R. A. (2024). Pertanggungjawaban Hukum Penyedia Platform Terhadap Barang Yang Melanggar Merek Dalam Perdagangan Online Marketplace (Studi Kasus: Penyelenggara Perdagangan Online Dan Isu Pemalsuan Produk). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(2), 5195–5210.

Sihombing, A., & Mahatmanta, M. N. (2020). *Safe Harbor 4.0: Exemption of Platform Providers Liability Under Indonesian Cyber Laws Sumber: Safe Harbor 4.0: Exemption of Platform*

Providers Liability Under Indonesian Cyber Laws / KlikLegal. KlikLegal. <https://kliklegal.com/safe-harbor-4-0-exemption-of-platform-providers-liability-under-indonesian-cyber-laws/>

Sulistianingsih, D., Utami, M. D., & Adhi, Y. P. (2023). Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi E-commerce sebagai Tantangan Bisnis di Era Global. *JURNAL MERCATORIA*, 16(2), 119–128. <https://doi.org/10.31289/mercatoria.v16i2.8042>

Wicaksana, B. (2022). Analisis Komitmen Dan Kemampuan Pelaku Usaha Marketplace Terhadap Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019. *Cendekia Niaga*, 6(2), 138–155.

Wulandari, B. T., & Alam, P. P. (2018). Tinjauan Yuridis Pertanggungjawaban Pelaku Usaha dalam Transaksi Jual Beli Melalui Marketplace. *Jurnal Paradigma Hukum Pembangunan*, 3(1), 3–18. <https://doi.org/https://doi.org/10.25170/paradigma.v3i01.1910>