



PERTANGGUNGJAWABAN MARKETPLACE TOKOPEDIA ATAS KERUGIAN KONSUMEN AKIBAT KELALAIAN MITRA LOGISTIK

Ratna Lidia Astuti^a, Annalisa Yahanan^b, Muhammad Syahri Ramadhan^c

^a Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya, Email: ratnalidiaastuti48@gmail.com

^b Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya, Email: annalisay@fh.unsri.ac.id

Abstrak:

Perkembangan perdagangan melalui sistem elektronik melalui platform *marketplace* seperti Tokopedia memberikan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi bagi konsumen dalam melakukan transaksi. Namun, di balik kemudahan tersebut muncul permasalahan hukum, khususnya kerugian konsumen akibat kelalaian mitra logistik dalam proses pengiriman barang. Salah satu kerugian yang kerap terjadi adalah barang tidak sampai kepada konsumen meskipun pembayaran telah dilakukan sesuai perjanjian. Kondisi ini menimbulkan persoalan mengenai bentuk perlindungan hukum bagi konsumen serta batas tanggung jawab *marketplace* terhadap kelalaian pihak ketiga dalam ekosistem transaksi digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan serta mengkaji tanggung jawab hukum Tokopedia berdasarkan Putusan Mahkamah Agung Nomor 553 K/Pdt.Sus-BPSK/2025. Penelitian ini menggunakan metode hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan, konseptual, dan pendekatan kasus. Bahan hukum primer, sekunder, dan tersier dianalisis secara kualitatif dengan teknik penarikan kesimpulan secara induktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun perlindungan konsumen telah diatur dalam berbagai peraturan perundang-undangan, dalam praktiknya konsumen masih berada pada posisi yang lemah akibat kompleksitas hubungan hukum antara konsumen, *marketplace*, dan mitra logistik. Dalam perspektif hukum perlindungan konsumen, *marketplace* sebagai penyelenggara sistem elektronik yang menyediakan layanan terintegrasi, termasuk pengiriman barang, seharusnya memikul tanggung jawab mutlak (*strict liability*) atas kerugian konsumen tanpa perlu pembuktian unsur kesalahan sepanjang terdapat hubungan kausal antara layanan dan kerugian yang timbul.

Kata Kunci: Marketplace; Perlindungan Konsumen; Tanggung Jawab Hukum.

Abstract:

The development of electronic commerce through marketplace platforms such as Tokopedia provides convenience, speed, and efficiency for consumers in conducting transactions. However, behind this convenience arises legal issues, particularly consumer losses due to negligence of logistics partners in the delivery process. One frequent loss is the failure of goods to reach consumers even though payment has been made according to the agreement. This condition raises questions regarding the form of legal protection for consumers and the limits of marketplace liability for third-party negligence in the digital transaction ecosystem. This study aims to analyze legal protection for consumers who have suffered losses and examine Tokopedia's legal responsibility based on Supreme Court Decision Number 553 K/Pdt.Sus-BPSK/2025. This study uses a normative legal method with a statutory, conceptual, and case approach. Primary, secondary, and tertiary legal materials are analyzed qualitatively using an inductive conclusion-drawing technique. The results show that although consumer protection has been regulated in various laws and regulations, in practice consumers are still in a weak position due to the complexity of the legal relationship between consumers, marketplaces, and logistics partners. From a consumer protection law perspective, the marketplace as an electronic system provider that provides integrated services, including delivery of goods, should bear absolute responsibility (*strict liability*) for

consumer losses without the need to prove the element of fault as long as there is a causal relationship between the service and the loss that arises.

Keywords: Marketplace; Consumer Protection; Legal Responsibility.

LATAR BELAKANG

Kegiatan jual beli pada dasarnya dilakukan di pasar tradisional, supermarket, maupun tempat perdagangan lainnya, di mana penjual dan pembeli bertatap muka secara langsung untuk melangsungkan proses transaksi dan negosiasi harga.¹ Namun, seiring perkembangan zaman serta semakin padatnya kesibukan dan aktivitas masyarakat, kegiatan berbelanja secara konvensional dianggap menyita waktu kerja maupun waktu istirahat. Kehadiran transaksi daring kemudian menjadi bentuk baru dalam aktivitas jual beli yang memanfaatkan teknologi.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam sistem transaksi perdagangan, baik di tingkat nasional maupun global. Peningkatan jumlah pengguna internet dalam beberapa tahun terakhir turut mendorong pertumbuhan berbagai sektor di Indonesia, termasuk kegiatan jual beli secara online melalui marketplace.² Marketplace merupakan platform digital yang berperan sebagai sarana untuk mempertemukan penjual dan pembeli agar dapat melakukan transaksi secara elektronik melalui jaringan internet. Keberadaan marketplace memberikan sejumlah keuntungan bagi pelaku usaha, seperti memperluas pangsa pasar, menyederhanakan proses transaksi, serta meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional bisnis.

Pertumbuhan marketplace semakin pesat seiring dengan kecenderungan masyarakat yang mengutamakan kemudahan dan efisiensi dalam berbagai aspek kehidupan. Marketplace menjadi wujud konkret dari era digitalisasi yang memberikan kemudahan bagi konsumen untuk membeli barang maupun jasa secara praktis melalui media elektronik.³ Pemanfaatan teknologi modern dalam sistem marketplace telah menggeser pola transaksi yang sebelumnya dilakukan secara tatap muka dan konvensional menjadi interaksi virtual berbasis internet, di mana kesepakatan antara konsumen dan pelaku usaha dilaksanakan secara elektronik pada seluruh tahapan transaksi, mulai dari pemesanan, verifikasi, hingga pengiriman barang.⁴ Kehadiran marketplace membawa dampak positif dan negatif. Dari sisi positif, konsumen memperoleh

¹ Medi Terania and Gunardi Lie, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui Platform Marketplace Di Indonesia" 3, no. 4 (2025): 16–21.

² Fitri Yani et al., "Perlindungan Hukum Konsumen Pada Platform Marketplace Shopee Terhadap Paket Yang Hilang Oleh Jasa Pengantar Barang" 7, no. 2 (2025): 10–21.

³ Muhammad Fadly Nasution et al., "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E- Commerce Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen" 4, no. 2 (2025): 1931–38.

⁴ Fenny Bintarawati and Daud Rismana, "Efektifitas Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Bagi Pengguna E-Commerce Di Era Ekonomi Digital" 20 (2024): 102–12.

keleluasaan dalam memilih produk sesuai kebutuhan dan preferensi, termasuk menentukan jenis serta kualitas barang atau jasa yang diinginkan, disertai kemudahan akses, kecepatan layanan, dan kepraktisan dalam proses pembelian.⁵

Walaupun menawarkan berbagai kemudahan, sistem jual beli secara online tetap memiliki sejumlah keterbatasan. Tidak adanya pertemuan langsung antara penjual dan pembeli menyebabkan konsumen tidak dapat memeriksa kondisi barang secara fisik sebelum transaksi dilakukan. Selain itu, kerap ditemukan ketidakjelasan terkait informasi produk, legalitas pelaku usaha, serta jaminan keamanan dan perlindungan data pribadi dalam proses transaksi. Risiko dalam jual beli online pun cenderung tidak seimbang karena konsumen umumnya diwajibkan melakukan pembayaran terlebih dahulu, sementara barang yang dibeli belum tentu diterima, mengingat jaminan yang diberikan sering kali hanya terbatas pada proses pengiriman dan bukan pada kepastian penerimaan barang.⁶

Dalam transaksi online, perjanjian antara penjual dan pembeli tidak terikat oleh batasan ruang dan waktu, yang pada dasarnya tetap merujuk pada ketentuan Pasal 1457 KUH Perdata mengenai jual beli, yaitu kewajiban penjual untuk menyerahkan barang dan kewajiban pembeli untuk membayar harga yang telah disepakati. Selain kedua pihak tersebut, terdapat pula peran marketplace sebagai penyedia sarana perdagangan berbasis internet yang berfungsi layaknya pusat perbelanjaan digital. Untuk memasarkan produknya, pelaku usaha harus melalui tahapan seperti pendaftaran akun, pengunggahan katalog, serta pengelolaan pesanan konsumen.⁷

Melalui fasilitas yang disediakan platform, penjual dapat menawarkan berbagai barang dan jasa secara lebih luas.⁸ Salah satu Marketplace terbesar di Indonesia adalah Tokopedia, yang tidak hanya mempertemukan penjual dan pembeli, tetapi juga berkembang menjadi ekosistem digital yang mencakup layanan pembayaran dan financial technology, dukungan bagi UMKM, promosi digital, hingga kerja sama dengan mitra logistik guna memastikan distribusi barang kepada konsumen berjalan dengan baik.⁹ Selain itu, terdapat pula perusahaan Logistik yang bekerja sama dengan marketplace dalam mendistribusikan barang kepada

⁵ Ibrahim Nainggolan, "Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Atas Kerugian Konsumen E-Commerce," *Sanksi (Seminar Nasional Hukum, Sosial Dan Ekonomi)* 3, no. 1 (2024): 365–70.

⁶ Yusuf Arif Utomo et al., "TANGGUNG GUGAT SHOPEE SEBAGAI ONLINE MARKETPLACE PROVIDER DALAM PENGIRIMAN BARANG," *Jurnal Bina Mulia Hukum* 4, no. 2 (2020): 350.

⁷ Muhammad Septian D. Putra; Septira P. M., "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Tidak Sesuai Pesanan Melalui Marketplace" 5, no. 1 (2025): 237.

⁸ Filep Wamafma, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce* (Purwokerto: Amerta Media, 2020).

⁹ Veta Lidya Delimah Pasaribu, *E Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Informasi Teknologi* (Cilacap: Media Pustaka Indo, 5914).

konsumen. Dalam mekanisme ini, penjual pada umumnya tidak menanggung ongkos kirim secara langsung karena biaya tersebut biasanya difasilitasi atau dibebankan melalui sistem marketplace, yang juga menyediakan beragam pilihan layanan pengiriman sesuai kebutuhan pengguna.¹⁰ Logistik sendiri merupakan kegiatan usaha yang berorientasi pada pengelolaan perpindahan barang dari titik asal hingga ke tujuan akhir guna memenuhi kebutuhan konsumen.¹¹

Meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap pengiriman barang menyebabkan permintaan layanan logistik di Indonesia terus bertumbuh, sehingga peran perusahaan logistik menjadi semakin krusial dalam menunjang transaksi antara penjual dan pembeli.¹² Penyedia jasa memiliki kewajiban menjamin keamanan barang hingga tiba di tujuan, sedangkan pengguna jasa berkewajiban membayar sesuai kesepakatan, sehingga timbul hubungan hukum yang melahirkan tanggung jawab bagi perusahaan logistik.¹³ Akan tetapi, kerja sama logistik berbasis pihak ketiga juga memunculkan persoalan baru mengenai batas pertanggungjawaban apabila terjadi keterlambatan, kehilangan, atau kerusakan barang.¹⁴ Dalam konteks ini, muncul pertanyaan apakah tanggung jawab sepenuhnya dibebankan kepada mitra logistik sebagai pelaksana pengiriman, ataukah Tokopedia sebagai penyelenggara platform turut memikul tanggung jawab atas kerugian konsumen.

Tidak dapat disangkal bahwa dalam proses pengiriman barang kerap timbul hambatan yang berpotensi merugikan konsumen. Meskipun transaksi jual beli online menawarkan kemudahan dan efisiensi, sistem ini tetap mengandung risiko, terutama karena bertumpu pada kepercayaan dan itikad baik antara para pihak. Kerugian yang dapat dialami konsumen selama proses distribusi antara lain barang tidak sampai, barang rusak atau cacat, barang tidak sesuai kesepakatan, maupun perbedaan antara produk yang diterima dan deskripsi pada laman

¹⁰ Pratiwi et al., "Tinjauan Yuridis Pertanggungjawaban Hukum Jasa Pengiriman Yang Lalai Terhadap Pengiriman Barang Dari Transaksi Jual Beli Di Martekplace Shopee," *Jurnal Legalitas* 1, no. 2 (2023): 104–14, <https://doi.org/10.58819/jle.v1i2.99>.

¹¹ Hendrik Hidayat, Rifki Muhendra, and Oki Widhi Nugroho, "Analisis Paket Damage Dan Perbaikan Kualitas Produk Pada Jasa Logistik Menggunakan Metode PDCA Dan FMEA (Studi Kasus: PT Ninja Xpress)," *JENIUS : Jurnal Terapan Teknik Industri* 4, no. 2 (2023): 284–95, <https://doi.org/10.37373/jenius.v4i2.669>.

¹² Ida Bagus Indra Kusuma and Kadek Agus Sudiarawan, "Pertanggungjawaban Perusahaan Ekspedisi Atas Hilangnya Barang Milik Konsumen," *Ethics and Law Journal: Business and Notary* 3, no. 1 (2025): 1–7, <https://doi.org/10.61292/eljbn.259>.

¹³ Fitri Yani, et al, *Op Cit*, Hlm. 11

¹⁴ Aisyah Ayu Musyafah, Hardanti Widya Khasna, and Bambang Eko Turisno, "Perlindungan Konsumen Jasa Pengiriman Barang Dalam Hal Terjadi Keterlambatan Pengiriman Barang," *Law Reform* 14, no. 2 (2018): 151, <https://doi.org/10.14710/lr.v14i2.20863>.

penjualan.¹⁵ Penelitian ini secara khusus menyoroti kerugian berupa tidak diterimanya barang akibat kelalaian mitra logistik atau kurir.

Data dari Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga menunjukkan bahwa pengaduan terkait perdagangan melalui sistem elektronik menempati posisi tertinggi pada semester I tahun 2024, yakni 1.725 layanan atau sekitar 89% dari total pengaduan, dengan sektor elektronik dan kendaraan bermotor sebagai yang paling banyak diadukan.¹⁶ Situasi tersebut jelas merugikan konsumen yang telah memenuhi kewajiban pembayaran, namun tidak memperoleh hak atas keamanan, kenyamanan, dan kepastian penerimaan barang, sehingga secara hukum berhak menuntut kompensasi.¹⁷

Permasalahan semakin kompleks karena konsumen kerap berada pada posisi tawar yang lebih lemah dan menghadapi asimetri informasi, sementara platform marketplace sering kali memosisikan diri sebagai fasilitator, meskipun dalam praktiknya turut mengelola sistem pembayaran, promosi, hingga logistik. Dalam perspektif hukum, dikenal asas pertanggungjawaban berdasarkan kesalahan serta prinsip *presumption of innocence*, yang menempatkan beban pembuktian kesalahan secara proporsional.¹⁸

Salah satu kasus yang relevan adalah Putusan Mahkamah Agung Nomor 553 K/Pdt.Sus-BPSK/2025 yang melibatkan konsumen Deden Gumilar melawan Tokopedia, bermula dari pembelian telepon genggam melalui platform tersebut dengan jasa pengiriman J&T Express dan ID Express, di mana barang tidak diterima sesuai estimasi waktu. Sengketa ini diputus oleh BPSK Indramayu yang menghukum Tokopedia untuk mengganti kerugian, namun putusan tersebut dibatalkan oleh Pengadilan Negeri Indramayu dan kemudian dikuatkan oleh Mahkamah Agung Republik Indonesia dengan pertimbangan bahwa dana konsumen telah dikembalikan serta terdapat kekeliruan prosedural di tingkat BPSK. Putusan ini menimbulkan persoalan yuridis mengenai batas tanggung jawab platform terhadap kelalaian mitra logistik, khususnya dalam kerangka hukum perlindungan konsumen dan konsep strict liability. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana putusan tersebut memberikan kejelasan

¹⁵ Utomo et al., "TANGGUNG GUGAT SHOPEE SEBAGAI ONLINE MARKETPLACE PROVIDER DALAM PENGIRIMAN BARANG."

¹⁶ Ditjen PKTN, 'Laporan Layanan Pengaduan Konsumen Semester I Tahun 2024' <<https://ditjenpktn.kemendag.go.id/standar-layanan-infopublik/akses-infopublik-online>> accessed 30 Oktober 2025

¹⁷ Dian Kemala Dewi and Jenda Ingan Mahuli, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Di Era Ekonomi Digital: Analisis Terhadap Tanggung Jawab Pelaku Usaha Platform E-Commerce," *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society* 5, no. 2 (2025): 48–60, <https://doi.org/10.58939/afosj-las.v5i2.1028>.

¹⁸ Rochati Mahfiroh, "Perlindungan Hukum Terhadap Barang Kiriman Konsumen Pengguna Jasa Go-Send Instant Courier Melalui Tokopedia," *Jurnal Lex Renaissance* 5, no. 1 (2020): 235–49, <https://doi.org/10.20885/jlr.vol5.iss1.art15>.

mengenai kedudukan hukum platform e-commerce dalam ekosistem transaksi digital, terutama terkait pembebanan tanggung jawab atas kelalaian pihak ketiga, di tengah belum adanya pengaturan yang komprehensif mengenai tanggung jawab platform digital di Indonesia. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berjudul “Pertanggungjawaban Tokopedia atas Kerugian Konsumen akibat Kelalaian Mitra Logistik”.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode hukum normatif, fokus utama adalah menganalisis berbagai sumber tertulis seperti undang-undang, buku-buku hukum, dan artikel ilmiah. Pendekatan ini melibatkan kajian mendalam terhadap literatur hukum yang relevan dengan masalah penelitian serta peraturan perundang-undangan. Analisis normatif memanfaatkan sumber-sumber kepustakaan sebagai data utama untuk penelitian.

ANALISIS DAN DISKUSI

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen yang Dirugikan akibat Kelalaian Mitra Logistik

1. Kategori Kelalaian Mitra Logistik dalam Proses Pengiriman Barang

Konsumen sebagai pihak yang menggunakan jasa pengiriman perlu memperoleh perlindungan atas kepentingannya dalam perjanjian yang terjalin antara pengirim dan pelaku usaha, karena pelaksanaan perjanjian tersebut tidak selalu berjalan sesuai dengan kehendak para pihak. Dalam praktik pengiriman, kerap terjadi kondisi yang menyebabkan barang tidak sampai kepada konsumen sebagaimana telah diperjanjikan. Keadaan ini dapat dipicu oleh berbagai faktor, antara lain kelalaian pihak perantara dalam menjalankan tanggung jawabnya serta kurangnya kedisiplinan para pekerja dalam menangani barang kiriman.¹⁹

Kelalaian mitra logistik dalam pengiriman barang adalah kegagalan dalam melaksanakan kewajiban operasional secara cermat sehingga terjadi penundaan, kehilangan, kerusakan, atau penyampaian barang yang tidak sesuai dengan kontrak pengiriman. Kelalaian ini dapat muncul dari berbagai faktor, termasuk kesalahan manusia dalam *handling* barang, kegagalan sistem informasi pencatatan dan pelacakan,

¹⁹ Arifki Fajar Afanggi and Astika Nurul Hidayah, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Yang Dirugikan Karena Hilangnya Barang Akibat Kelalaian Jasa Pengiriman,” *Jurnal Serambi Hukum* 17, no. 01 (2024): 31–41.

serta kurangnya pengawasan manajemen dalam pengiriman barang. Kelalaian mitra logistik umumnya terbagi dalam bentuk Sebagai berikut:

a. Keterlambatan Pengiriman (*Overtime* Pengiriman)

Keterlambatan pengiriman (*Over time*) terjadi apabila barang atau paket yang dikirim telah diterima oleh penerima, namun waktu kedatangannya melebihi estimasi atau batas waktu pengiriman yang telah ditetapkan.²⁰

b. Paket Hilang/Tidak Diterima

Hilangnya paket merupakan bentuk kelalaian yang serius karena secara langsung mengakibatkan konsumen kehilangan hak atas barang yang dibelinya.²¹

c. Kerusakan Barang

Kerusakan barang dapat terjadi apabila proses penanganan, penyimpanan, maupun pengangkutan tidak dilakukan dengan pengawasan yang memadai, sehingga barang yang diterima konsumen berada dalam kondisi rusak atau tidak lagi layak digunakan.²²

2. Kerugian Konsumen akibat Kelalaian Mitra Logistik

Kerugian yang timbul akibat kelalaian pihak logistik pada dasarnya dapat dibedakan ke dalam dua jenis, yakni kerugian materiil dan kerugian immateriil. Masing-masing jenis kerugian tersebut memiliki ciri khas serta landasan hukum yang berbeda, namun keduanya sama-sama menimbulkan kewajiban pertanggungjawaban hukum bagi pelaku usaha yang menyebabkan kerugian.²³

Kerugian materiil merupakan bentuk kerugian yang dapat dihitung secara ekonomi dan umumnya berhubungan langsung dengan berkurangnya nilai atau manfaat suatu barang.²⁴ Dalam layanan pengiriman, kerugian materiil dapat berupa hilangnya barang selama proses distribusi, kerusakan fisik akibat kurangnya kehati-hatian dari

²⁰ C. M. Hersanto, N. T. R Adiningrum, and D. L. Sumarna, "Analisis Penyebab Keterlambatan Pengiriman Barang Pada Express Menggunakan Metode Six Sigma," *Logistik* 16, no. 1 (2023): 42–53.

²¹ Elfrida Ratnawati Irwan Midian Manurung, "Perlindungan Konsumen Terhadap Pengguna Jasa Pengiriman Barang (Ekspedisi) Terkait Kehilangan Paket," *Jurnal EMBA* 5, no. 4 (2023): 153–57.

²² Chitra Imelda, "Analisis Sosial Dan Perlindungan Hukum Pelaku Usaha Jasa Logistik Terhadap Kerusakan Barang Milik Konsumen Di Bandara Sultan Mahmud Badaruddin II Ditinjau Dari Perspektif Pelayanan Publik," *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa* 2, no. 2 (2025): 335–43, <https://doi.org/10.59837/jpnmb.v2i2.497>.

²³ Andini Kariza, et al, *Op Cit*, hlm. 10085

²⁴ Rai Mantili, "Ganti Kerugian Immateriil Terhadap Perbuatan Melawan Hukum Dalam Praktik: Perbandingan Indonesia Dan Belanda," *Jurnal Ilmiah Hukum De'Jure* 4, no. 2 (2019): 298–321.

pihak logistik, maupun keterlambatan pengiriman yang mengakibatkan barang tidak lagi memiliki nilai jual atau fungsi ekonomi.²⁵ Pada kondisi tertentu, keterlambatan pengiriman bahkan dapat menimbulkan kerugian yang signifikan, terutama apabila barang yang dikirim bersifat mudah rusak atau hanya dapat digunakan dalam jangka waktu tertentu.

Di sisi lain, kerugian immateriil lebih berkaitan dengan aspek psikologis dan sosial. Kerugian immateriil tersebut tercermin dari rasa kecewa, ketidaknyamanan, serta tekanan psikologis akibat tidak diterimanya barang yang telah dibeli dalam jangka waktu lama tanpa kepastian yang jelas. Konsumen harus berulang kali mengajukan komplain dan menempuh mekanisme penyelesaian sengketa hingga ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Indramayu, yang pada praktiknya menimbulkan beban emosional dan mengganggu rasa aman serta kepercayaan konsumen dalam bertransaksi secara elektronik.

Kerugian immateriil juga timbul akibat tidak terpenuhinya hak konsumen atas pelayanan yang baik, kepastian informasi, dan perlakuan yang adil sebagaimana dijamin dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Walaupun tidak dapat diukur secara pasti dengan nilai uang, kerugian immateriil tetap memiliki dasar hukum karena berhubungan erat dengan prinsip keadilan serta perlindungan terhadap martabat dan kenyamanan individu sebagai bagian dari hak asasi manusia.²⁶

Kerugian yang timbul akibat keterlambatan pengiriman, hilangnya barang, atau kerusakan barang termasuk dalam ranah wanprestasi apabila dapat dibuktikan bahwa pengangkut tidak memenuhi prestasi sesuai dengan isi perjanjian. Di sisi lain, Pasal 1365 KUH Perdata menyatakan bahwa setiap perbuatan yang bertentangan dengan hukum dan menimbulkan kerugian bagi pihak lain mewajibkan pelakunya untuk memberikan ganti rugi.²⁷

Berdasarkan ketentuan tersebut, penyedia jasa logistik yang lalai dalam menerapkan prinsip kehati-hatian dapat dimintai pertanggungjawaban atas dasar wanprestasi. Oleh karena itu, baik melalui hubungan hukum yang bersifat kontraktual

²⁵ Moh. K. Aripin et al., "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Keterlambatan Pengiriman Barang Dalam Jual Beli Online Pada E-Commerce," *Jurnal Sosial Dan Sains* 4, no. 5 (2024): 500, <https://www.academia.edu/download/117627859/1444.pdf>.

²⁶ *Ibid*, hlm. 500

²⁷ Aripin et al., "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Keterlambatan Pengiriman Barang Dalam Jual Beli Online Pada E-Commerce."

maupun nonkontraktual, konsumen memiliki landasan hukum yang kuat untuk menuntut pemenuhan hak-haknya.

Berdasarkan Pasal 19 ayat (1) dan ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), pelaku usaha berkewajiban memberikan kompensasi yang layak atas kerugian yang dialami konsumen, baik berupa pengembalian uang, penggantian barang, maupun pemberian jasa yang sebanding.²⁸ Ketentuan tersebut memberikan ruang untuk menampung tuntutan ganti rugi atas kerugian yang bersifat materiil maupun immateriil sebagai akibat dari kelalaian pelaku usaha.

Namun demikian, pelaksanaannya di lapangan masih belum berjalan secara efektif, karena banyak perusahaan jasa logistik belum memiliki mekanisme yang jelas dan terukur dalam menilai serta memberikan kompensasi atas kerugian yang bersifat immateriil. Padahal, prinsip keadilan dalam hukum perdata menghendaki agar setiap kerugian, baik yang bersifat ekonomis maupun non-ekonomis, memperoleh pemulihan yang layak dan proporsional. Dalam praktik, konsumen kerap mengalami hambatan ketika mengajukan laporan atas kehilangan atau kerusakan barang kepada perusahaan jasa logistik, karena respons yang diberikan sering kali lambat atau bahkan tidak memadai terhadap pengaduan yang disampaikan.²⁹

Di samping itu, kendala utama dalam pemberian ganti rugi kepada konsumen terletak pada sulitnya proses pembuktian serta masih rendahnya tingkat kesadaran masyarakat untuk memperjuangkan hak-haknya. Banyak konsumen belum memahami jalur dan mekanisme hukum yang dapat ditempuh, sementara perusahaan ekspedisi kerap memanfaatkan kondisi tersebut dengan menerapkan kebijakan sepihak yang cenderung merugikan konsumen.³⁰

Berdasarkan catatan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) pada tahun 2025, tercatat sebanyak 133 pengaduan yang berkaitan dengan aktivitas belanja daring. Aduan di bidang belanja online dan ekonomi digital tersebut mencerminkan adanya persoalan yang bersifat struktural. Permasalahan yang paling sering dikeluhkan meliputi barang yang tidak sesuai dengan pesanan, barang yang tidak dikirimkan, proses pengembalian dana yang rumit, hingga praktik penipuan.

²⁸ Edy Prasetyo, Arief Budiono, and Jan Alizea Sybelle, "Pertanggung Jawaban Hukum Pihak Ekspedisi Pengiriman Terhadap Barang Hilang Atau Rusak," *Jurnal Penegakan Hukum Dan Keadilan* 5, no. 1 (2024): 29–43, <https://doi.org/10.18196/jphk.v5i1.18825>.

²⁹ Harly C. J. Salmon, *Op Cit*, hlm. 35

³⁰ Andini Kariza, et al, *Op Cit*, hlm. 10091

3. Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen

Penyedia jasa memiliki kewajiban untuk menjamin agar barang yang dikirim atau penumpang yang diangkut dapat tiba di tempat tujuan dengan aman, sedangkan pengguna jasa berkewajiban memenuhi pembayaran sesuai dengan kesepakatan yang telah disetujui sebelumnya. Kesepakatan timbal balik tersebut melahirkan tanggung jawab bagi perusahaan jasa angkutan untuk memastikan keselamatan barang atau orang yang menjadi objek pengangkutan hingga sampai ke tujuan.³¹

Namun dalam pelaksanaannya, kegiatan pengiriman tidak selalu berlangsung sesuai dengan yang diharapkan. Walaupun barang telah dikirim sesuai kesepakatan para pihak, pada praktiknya dapat terjadi berbagai kendala, seperti barang tidak sampai ke tujuan, mengalami keterlambatan, hilang, ataupun mengalami kerusakan selama proses pengangkutan.³²

Kondisi ini jelas menimbulkan kerugian bagi pengguna jasa, mengingat konsumen telah melaksanakan kewajibannya dengan membayar sesuai perjanjian, tetapi tidak memperoleh hak-haknya, antara lain rasa aman, kenyamanan, serta jaminan keselamatan selama menggunakan layanan. Apabila keadaan demikian terjadi, maka berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku, konsumen berhak memperoleh ganti rugi atas ketidaksesuaian antara barang atau jasa yang diterima dengan apa yang telah diperjanjikan.

Hal ini didasarkan pada posisi konsumen sebagai unsur penting dalam kegiatan usaha. Oleh karena itu, diperlukan adanya perlindungan hukum yang adil dan seimbang bagi kedua belah pihak, baik pelaku usaha maupun konsumen, guna mewujudkan praktik bisnis yang sehat. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen hadir sebagai instrumen hukum untuk memberikan kepastian hukum serta menjamin perlindungan atas hak-hak konsumen.

Upaya perlindungan terhadap konsumen yang mengalami kerugian akibat hilangnya barang dapat dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif. Perlindungan hukum yang bersifat preventif ditujukan untuk mencegah terjadinya kerugian sejak awal, antara lain melalui penyediaan informasi yang memadai mengenai perusahaan mitra logistik, pelaksanaan

³¹ Fitri Yanti, et al, *Op Cit*, hlm. 11

³² Dian Anggi et al., "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Penggunaan Jasa Pengiriman Barang Berdasarkan Hukum Positif Di Indonesia Dian Anggi Rahayu Kurnianingsih Hutajulu¹, Samirah Novel², Widya Tri Lestari³, Dwi Desi Yayi Tarina 4," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 11, no. 6.c (2025): 41–53.

seluruh ketentuan layanan secara konsisten sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati, serta dorongan kepada konsumen untuk terlebih dahulu menelusuri kredibilitas dan kejelasan aktivitas perusahaan jasa pengiriman yang akan digunakan. Selain itu, konsumen juga perlu memastikan penggunaan layanan pengiriman yang dilengkapi dengan asuransi, sehingga apabila terjadi kehilangan atau kerusakan barang, kerugian tersebut dapat dimintakan pertanggungjawaban secara jelas.

Sementara itu, perlindungan hukum represif dilakukan setelah terjadinya kerugian, yaitu dengan pemberian sanksi kepada pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen. Bentuk perlindungan ini dapat berupa penerapan sanksi sebagaimana diatur dalam Pasal 62 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, termasuk pengenaan sanksi administratif berupa kewajiban membayar ganti rugi sesuai dengan nilai barang yang hilang atau rusak. Sanksi represif dapat diterapkan sepanjang perjanjian yang dibuat oleh para pihak tidak memuat klausula eksonerasi yang secara tidak sah membatasi atau mengurangi tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen.³³

Penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 45 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dapat dilakukan melalui dua mekanisme utama, yaitu penyelesaian di luar pengadilan dan melalui proses peradilan.

a. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan

1) Penyelesaian secara damai oleh para pihak sendiri

Berdasarkan Pasal 45 ayat (2) UUPK, sengketa konsumen dapat diselesaikan secara damai di luar Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sepanjang tidak bertentangan dengan ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Dalam konteks transaksi marketplace, penyelesaian sengketa juga dapat ditempuh melalui berbagai mekanisme alternatif di luar BPSK, yaitu:

i. Pusat Layanan Konsumen *E-Commerce (Customer Service)*

Konsumen dapat menyampaikan pengaduan melalui layanan pelanggan *e-commerce* yang tersedia dalam berbagai kanal, seperti

³³ Arifki Fajar Afanggi & Astika Nurul Hidayah, *Op Cit*, hlm. 36

telepon, surat elektronik, *fitur live chat*, maupun aplikasi *e-commerce*.

ii. *E-Commerce Official Store*

Selain melalui layanan pelanggan, konsumen juga dapat mengajukan keluhan secara langsung kepada toko resmi (*official store*) yang bersangkutan melalui halaman toko pada platform *e-commerce*.

2) Penyelesaian Sengketa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)

Penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan melalui lembaga yang berwenang, yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), dengan mekanisme mediasi, konsiliasi, atau arbitrase.

b. Penyelesaian Sengketa di Pengadilan

Apabila penyelesaian secara damai tidak tercapai, sengketa konsumen dapat dilanjutkan melalui jalur pengadilan, baik melalui gugatan perdata biasa, gugatan kelompok (*class action*), gugatan oleh LSM (*legal standing*), maupun proses pidana. Konsumen berhak mengajukan gugatan ke Pengadilan Negeri di tempat domisilinya.

Tanggung Jawab Hukum Tokopedia terhadap Kerugian Konsumen akibat Kelalaian Mitra Logistik

1. Tanggung Jawab Hukum Tokopedia sebagai Marketplace

Tokopedia sebagai penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik memiliki peran strategis dalam memfasilitasi hubungan hukum antara penjual dan pembeli. Secara klasifikasi, Tokopedia termasuk marketplace murni yang pada dasarnya hanya menyediakan sarana elektronik sebagai perantara tanpa bertindak sebagai penjual langsung.³⁴ Namun, dalam praktiknya kerap muncul permasalahan seperti barang tidak sesuai deskripsi, cacat, terlambat dikirim, tidak sampai, hingga penipuan, yang menunjukkan adanya risiko dalam transaksi *e-commerce* dan

³⁴ Abdul Halim, "Tanggung Jawab Penyedia Platform E-Commerce Dalam Melindungi Transaksi Jual Beli Melalui Platform E-Commerce," *Jurnal Notarius* 2, no. 1 (2023): 1–10.

menimbulkan kebutuhan untuk mengkaji batas tanggung jawab platform terhadap kerugian konsumen.³⁵

Konsep tanggung jawab pada dasarnya mengandung kewajiban menanggung akibat hukum dari suatu perbuatan, termasuk kemungkinan dimintai ganti rugi apabila timbul kerugian. Secara normatif, tanggung jawab marketplace dapat ditinjau berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen serta Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang menegaskan kewajiban pelaku usaha untuk memberikan kompensasi atas kerugian konsumen. Ketentuan ini diperkuat oleh regulasi mengenai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang mewajibkan pemenuhan hak-hak konsumen serta jaminan keamanan dan kepastian hukum dalam transaksi digital.³⁶

Marketplace umumnya menyatakan hanya sebagai perantara dan menolak tanggung jawab. Namun, hal ini tidak sepenuhnya sejalan dengan teori *strict liability*, yang menegaskan bahwa pihak yang mengendalikan sistem dan memperoleh manfaat ekonomi darinya tetap dapat dimintai pertanggungjawaban meskipun tidak melakukan pelanggaran secara langsung.³⁷ Karena platform menguasai sistem transaksi digital dan mendapatkan keuntungan, ia tidak dapat sepenuhnya melepaskan diri dari tanggung jawab atas kerugian dalam lingkup kendalinya.

Selain itu, konsep *vicarious liability* memungkinkan pertanggungjawaban atas perbuatan pihak lain apabila terdapat hubungan hukum dan kewenangan tertentu. Meskipun bukan majikan penjual atau mitra logistik, platform memiliki kewenangan untuk mengawasi, membina, membatasi akses, hingga menghentikan kerja sama. Jika kewenangan ini tidak dijalankan secara patut, hal tersebut dapat dikategorikan sebagai kelalaian.³⁸

Dengan struktur hubungan yang bersifat vertikal platform sebagai pengendali sistem, mitra sebagai pelaksana, dan konsumen sebagai pengguna akhir maka tanggung jawab seharusnya bersifat kolektif dan proporsional demi menjamin perlindungan konsumen dan kepastian hukum dalam ekosistem digital. Marketplace umumnya menyediakan instrumen seperti sistem escrow (rekening bersama), layanan pengaduan,

³⁵ Dian Anggi R.K Hutajulu, *Op Cit*, hlm. 42

³⁶ Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

³⁷ Jacqueline Angelina Kwari and Anastasia Suhartati, "PENERAPAN PRINSIP LIMITATION OF LIABILITY TERHADAP TANGGUNG JAWAB PLATFORM E-COMMERCE DALAM KASUS FAKE ORDER DI INDONESIA," *Journal of Sciencetech Research and Development* 7, no. 1 (2025): 575–585.

³⁸ *Ibid*, hlm. 580

fitur rating dan review, serta program perlindungan pembeli sebagaimana juga diterapkan oleh Tokopedia, Shopee dan Bukalapak.³⁹

Meskipun demikian, efektivitas perlindungan konsumen tidak hanya bergantung pada keberadaan mekanisme tersebut, tetapi juga pada kecepatan, transparansi, dan kepastian penyelesaian sengketa. Dalam praktiknya, masih terdapat kendala seperti kompleksitas rantai distribusi yang melibatkan banyak pihak, keterbatasan pengawasan terhadap jutaan produk yang diperdagangkan, serta rendahnya literasi digital dan pemahaman hukum konsumen. Faktor-faktor ini kerap menimbulkan ketidakpastian mengenai subjek hukum yang harus bertanggung jawab ketika terjadi kerugian dalam transaksi e-commerce.

2. Bentuk Ganti Rugi dan Tanggung Jawab Hukum Tokopedia Berdasarkan Putusan Mahkamah Agung Nomor 553K/PDT.SUS-BPSK/2025

Tokopedia sebagai penyelenggara sistem elektronik memiliki peran aktif dalam mengelola transaksi, mulai dari penyediaan sistem pembayaran, pengaturan alur transaksi, hingga mekanisme penyelesaian sengketa. Dengan adanya kontrol tersebut, Tokopedia tidak hanya bertindak sebagai perantara pasif, melainkan sebagai pelaku usaha yang turut bertanggung jawab dalam menjamin perlindungan konsumen.⁴⁰

Penerapan sistem *escrow*, *buyer protection*, serta mekanisme pengaduan yang disediakan oleh Tokopedia tidak semata-mata bersifat fasilitas tambahan, melainkan merupakan bentuk kewajiban hukum yang melekat pada marketplace. Apabila mekanisme tersebut tidak dijalankan secara efektif atau justru merugikan konsumen, maka marketplace dapat dinilai lalai dalam memenuhi kewajibannya sebagaimana diatur dalam pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 553 K/Pdt.Sus-BPSK/2025, kerugian konsumen timbul akibat tidak diterimanya barang yang telah dibeli melalui platform Tokopedia. Konsumen telah melakukan pembelian satu unit handphone Samsung Galaxy A05s 6/128 GB warna silver dengan nilai transaksi sebesar Rp2.067.500,00, namun hingga melewati batas waktu estimasi pengiriman, barang tersebut tidak sampai

³⁹ Rayhan Mohamad Athallah & Ariawan Gunadi, *Op Cit*, hlm. 2127

⁴⁰ *Ibid*, hlm. 2121

kepada konsumen. Fakta ini menunjukkan adanya kerugian materiil berupa hilangnya hak konsumen atas barang yang telah dibayar lunas melalui sistem transaksi elektronik.

Berkaitan dengan kerugian tersebut, tanggung jawab hukum Tokopedia dalam perkara ini tercermin dari pemulihan kerugian konsumen dalam bentuk pengembalian dana pembelian sebesar Rp2.067.500,00. Pengembalian dana tersebut menunjukkan bahwa kerugian konsumen diakui sebagai kerugian yang timbul dalam transaksi yang difasilitasi oleh Tokopedia, sehingga Tokopedia berkewajiban untuk melakukan penggantian kerugian guna memulihkan posisi konsumen sebagaimana sebelum terjadinya transaksi yang bermasalah.

Dengan demikian, tanggung jawab hukum Tokopedia dalam putusan ini terwujud dalam bentuk tanggung jawab ganti rugi (*liability for compensation*) atas kerugian materiil yang dialami konsumen. Kerugian tersebut secara langsung berkaitan dengan kegagalan pemenuhan transaksi elektronik, sehingga pengembalian dana merupakan bentuk konkret dari pelaksanaan kewajiban hukum pelaku usaha sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yakni kewajiban memberikan penggantian atas kerugian yang dialami konsumen.

Selain kerugian materiil, keterlambatan dan ketidakpastian penerimaan barang juga menimbulkan beban tambahan bagi konsumen, seperti keharusan melakukan pengaduan dan menunggu proses penyelesaian.⁴¹ Namun, dalam perkara ini, tanggung jawab hukum Tokopedia dibatasi pada pemulihan kerugian materiil yang dapat dibuktikan secara nyata, yaitu nilai harga barang yang tidak diterima konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa ruang lingkup tanggung jawab hukum Tokopedia dalam putusan tersebut difokuskan pada penggantian kerugian aktual (*actual loss*) yang dialami konsumen.

Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa Putusan Mahkamah Agung Nomor 553 K/Pdt.Sus-BPSK/2025 menegaskan adanya tanggung jawab hukum Tokopedia dalam bentuk kewajiban memulihkan kerugian konsumen akibat kegagalan transaksi elektronik. Tanggung jawab ini tidak diwujudkan dalam sanksi tambahan, melainkan dalam penggantian kerugian materiil secara penuh sebagai bentuk perlindungan terhadap hak konsumen dalam transaksi e-commerce.

⁴¹ Moh K. Aripin, *Op Cit*, hlm. 600

KESIMPULAN

Perlindungan hukum terhadap konsumen akibat kelalaian mitra logistik secara normatif telah tersedia melalui jaminan hak atas keamanan, informasi yang benar, dan ganti rugi, namun dalam praktiknya belum optimal karena konsumen masih berada pada posisi lemah, menghadapi hambatan pengaduan, ketidakjelasan pembagian tanggung jawab, serta ketergantungan pada kebijakan internal platform. Tanggung jawab Tokopedia adalah bersifat mutlak (*strict liability*) karena *marketplace* merupakan bagian integral dari sistem transaksi elektronik yang mengintegrasikan pemesanan, pembayaran, dan pengiriman, sehingga risiko kelalaian mitra logistik tidak dapat dibebankan kepada konsumen dan platform wajib memulihkan kerugian tanpa perlu pembuktian kesalahan sepanjang kerugian terjadi dalam layanan yang difasilitasinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afanggi, Arifki Fajar, and Astika Nurul Hidayah. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Yang Dirugikan Karena Hilangnya Barang Akibat Kelalaian Jasa Pengiriman." *Jurnal Serambi Hukum* 17, no. 01 (2024): 31–41.
- Anggi, Dian, Rahayu Kurnianingsih, Samirah Novel, Widya Tri Lestari, Dwi Desi, and Yayi Tarina. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Penggunaan Jasa Pengiriman Barang Berdasarkan Hukum Positif Di Indonesia Dian Anggi Rahayu Kurnianingsih Hutajulu¹, Samirah Novel², Widya Tri Lestari³, Dwi Desi Yayi Tarina 4." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 11, no. 6.c (2025): 41–53.
- Aripin, Moh. K., Reszon GAding Pane, Ali Zakariya, Helmin Porang Timori, Ulfatu Hasanah, and Dennis Muhammad Putra Budiman. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Keterlambatan Pengiriman Barang Dalam Jual Beli Online Pada E-Commerce." *Jurnal Sosial Dan Sains* 4, no. 5 (2024): 500.
<https://www.academia.edu/download/117627859/1444.pdf>.
- Bintarawati, Fenny, and Daud Rismana. "Efektifitas Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Bagi Pengguna E-Commerce Di Era Ekonomi Digital" 20 (2024): 102–12.
- Dewi, Dian Kemala, and Jenda Ingan Mahuli. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Di Era Ekonomi Digital: Analisis Terhadap Tanggung Jawab Pelaku Usaha Platform E-Commerce." *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society* 5, no. 2 (2025): 48–60. <https://doi.org/10.58939/afosj-las.v5i2.1028>.

Filep Wamafma. *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce*.

Purwokerto: Amerta Media, 2020.

Halim, Abdul. “Tanggung Jawab Penyedia Platform E-Commerce Dalam Melindungi

Transaksi Jual Beli Melalui Platform E-Commerce.” *Jurnal Notarius* 2, no. 1 (2023): 1–10.

Hendrik Hidayat, Rifki Muhendra, and Oki Widhi Nugroho. “Analisis Paket Damage Dan

Perbaikan Kualitas Produk Pada Jasa Logistik Menggunakan Metode PDCA Dan FMEA (Studi Kasus: PT Ninja Xpress).” *JENIUS : Jurnal Terapan Teknik Industri* 4, no. 2 (2023): 284–95. <https://doi.org/10.37373/jenius.v4i2.669>.

Hersanto, C. M., N. T. R Adiningrum, and D. L. Sumarna. “Analisis Penyebab

Keterlambatan Pengiriman Barang Pada Express Menggunakan Metode Six Sigma.” *Logistik* 16, no. 1 (2023): 42–53.

Imelda, Chitra. “Analisis Sosial Dan Perlindungan Hukum Pelaku Usaha Jasa Logistik

Terhadap Kerusakan Barang Milik Konsumen Di Bandara Sultan Mahmud Badaruddin II Ditinjau Dari Perspektif Pelayanan Publik.” *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa* 2, no. 2 (2025): 335–43. <https://doi.org/10.59837/jpnmb.v2i2.497>.

Irwan Midian Manurung, Elfrida Ratnawati. “Perlindungan Konsumen Terhadap Pengguna

Jasa Pengiriman Barang (Ekspedisi) Terkait Kehilangan Paket.” *Jurnal EMBA* 5, no. 4 (2023): 153–57.

Kusuma, Ida Bagus Indra, and Kadek Agus Sudiarawan. “Pertanggungjawaban Perusahaan

Ekspedisi Atas Hilangnya Barang Milik Konsumen.” *Ethics and Law Journal: Business and Notary* 3, no. 1 (2025): 1–7. <https://doi.org/10.61292/eljbn.259>.

Kwari, Jacqueline Angelina, and Anastasia Suhartati. “PENERAPAN PRINSIP

LIMITATION OF LIABILITY TERHADAP TANGGUNG JAWAB PLATFORM E-COMMERCE DALAM KASUS FAKE ORDER DI INDONESIA.” *Journal of Scientech Research and Development* 7, no. 1 (2025): 575–85.

Mahfiroh, Rochati. “Perlindungan Hukum Terhadap Barang Kiriman Konsumen Pengguna

Jasa Go-Send Instant Courier Melalui Tokopedia.” *Jurnal Lex Renaissance* 5, no. 1 (2020): 235–49. <https://doi.org/10.20885/jlr.vol5.iss1.art15>.

Mantili, Rai. “Ganti Kerugian Immateriil Terhadap Perbuatan Melawan Hukum Dalam

Praktik: Perbandingan Indonesia Dan Belanda.” *Jurnal Ilmiah Hukum De'Jure* 4, no. 2 (2019): 298–321.

Muhammad Septian D. Putra; Septira P. M. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas

- Barang Tidak Sesuai Pesanan Melalui Marketplace” 5, no. 1 (2025): 237.
- Musyafah, Aisyah Ayu, Hardanti Widya Khasna, and Bambang Eko Turisno. “Perlindungan Konsumen Jasa Pengiriman Barang Dalam Hal Terjadi Keterlambatan Pengiriman Barang.” *Law Reform* 14, no. 2 (2018): 151. <https://doi.org/10.14710/lr.v14i2.20863>.
- Nainggolan, Ibrahim. “Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Atas Kerugian Konsumen E-Commerce.” *Sanksi (Seminar Nasional Hukum, Sosial Dan Ekonomi)* 3, no. 1 (2024): 365–70.
- Nasution, Muhammad Fadly, Yuspika Yuliana Purba, Johan Alfred, and Sarades Silalahi. “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E- Commerce Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen” 4, no. 2 (2025): 1931–38.
- Prasetyo, Edy, Arief Budiono, and Jan Alizea Sybelle. “Pertanggung Jawaban Hukum Pihak Ekspedisi Pengiriman Terhadap Barang Hilang Atau Rusak.” *Jurnal Penegakan Hukum Dan Keadilan* 5, no. 1 (2024): 29–43. <https://doi.org/10.18196/jphk.v5i1.18825>.
- Pratiwi, Yandi, Baharudin, Rahmiati Ranti Pawari, and Wijayono Hadi Sukrisno. “Tinjauan Yuridis Pertanggungjawaban Hukum Jasa Pengiriman Yang Lalai Terhadap Pengiriman Barang Dari Transaksi Jual Beli Di Martekplace Shopee.” *Jurnal Legalitas* 1, no. 2 (2023): 104–14. <https://doi.org/10.58819/jle.v1i2.99>.
- Terania, Medi, and Gunardi Lie. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui Platform Marketplace Di Indonesia” 3, no. 4 (2025): 16–21.
- Utomo, Yusuf Arif, Carissa Kirana, Eka Putri, and Hilda Yunita Sabrie. “TANGGUNG GUGAT SHOPEE SEBAGAI ONLINE MARKETPLACE PROVIDER DALAM PENGIRIMAN BARANG.” *Jurnal Bina Mulia Hukum* 4, no. 2 (2020): 350.
- Veta Lidya Delimah Pasaribu. *E Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Informasi Teknologi*. Cilacap: Media Pustaka Indo, 5914.
- Yani, Fitri, Tonna Balya, Teguh Haryanto, and Mutia Zahra. “Perlindungan Hukum Konsumen Pada Platform Marketplace Shopee Terhadap Paket Yang Hilang Oleh Jasa Pengantar Barang” 7, no. 2 (2025): 10–21.
- “Laporan Layanan Pengaduan Konsumen Semester I Tahun 2024” Ditjen PKTN, diakses 30 Oktober 2025, <https://ditjenpktn.kemendag.go.id/standar-layanan-infopublik/akses-infopublik-online>