

## Pertanggungjawaban Hukum Dari Jual Beli Akun Canva Pro: Tinjauan Yuridis Sosiologis Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Alfandi Khuzaeri

*Faculty of Law, Universitas Negeri Semarang, Semarang, Indonesia*

*Author Email: [alfandikhuzaeeri@gmail.com](mailto:alfandikhuzaeeri@gmail.com)*

---

### Abstrak

Penelitian ini menganalisis pertanggungjawaban hukum pihak ketiga dalam praktik jual beli akun Canva Pro yang dilakukan secara tidak resmi di Indonesia, ditinjau dari perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) No. 8 Tahun 1999. Fenomena jual beli akun digital oleh pihak ketiga marak terjadi seiring pesatnya perkembangan transaksi digital, namun menimbulkan berbagai persoalan hukum, khususnya terkait perlindungan konsumen dan legalitas transaksi. Studi ini menggunakan pendekatan sosio-legal dengan metode kualitatif, mengkaji regulasi yang berlaku, studi literatur, analisis putusan pengadilan, serta survei dan wawancara dengan konsumen dan praktisi hukum. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penjual akun Canva Pro ilegal dapat dikualifikasikan sebagai pelaku usaha menurut UUPK, sehingga wajib memberikan perlindungan dan informasi yang benar kepada konsumen. Namun, dalam praktiknya, konsumen kerap dirugikan akibat pemblokiran akun, penipuan, dan minimnya mekanisme ganti rugi, diperparah oleh ketidakjelasan status

hukum produk digital dan lemahnya pengawasan platform digital. Penelitian ini menyoroti kesenjangan hukum (legal gap) dalam regulasi transaksi digital non-resmi dan menekankan perlunya pembaruan regulasi, peningkatan literasi digital, serta kolaborasi antara pemerintah, platform digital, dan penyedia layanan untuk memperkuat perlindungan konsumen. Rekomendasi yang diajukan meliputi penguatan pengawasan transaksi digital, penegakan hukum terhadap penjual ilegal, serta edukasi konsumen mengenai risiko dan legalitas transaksi akun digital.

**Kata Kunci:** *Jual Beli Akun Digital, Perlindungan Konsumen*

## **Abstract**

As a This study analyzes the legal liability of third parties involved in the unauthorized sale of Canva Pro accounts in Indonesia, examined through the lens of Law No. 8 of 1999 on Consumer Protection (UUPK). The phenomenon of third-party digital account trading has grown alongside the rapid development of digital transactions but raises various legal issues, particularly concerning consumer protection and transaction legality. This research employs a socio-legal approach with qualitative methods, analyzing relevant regulations, literature, court decisions, as well as conducting surveys and interviews with consumers and legal practitioners. The findings indicate that sellers of unauthorized Canva Pro accounts may be classified as business actors under the UUPK, thereby bearing the obligation to provide protection and accurate information to consumers. However, in practice, consumers often suffer losses due to account suspensions, fraud, and the lack of compensation mechanisms, further exacerbated by the legal ambiguity surrounding digital products and weak oversight by digital platforms. This study highlights the legal gap in regulating informal digital transactions and emphasizes the need for regulatory reform, enhanced digital literacy, and collaboration among the government, digital platforms, and service providers to strengthen consumer protection. Recommendations include improving digital transaction oversight, enforcing laws against illegal sellers, and educating consumers on the risks and legality of digital account transactions.

**Keywords:** *Digital Account Trading, Consumer Protection*

## I. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah menghadirkan transformasi signifikan dalam berbagai sektor, khususnya dalam bidang perdagangan elektronik (e-commerce). Transaksi daring kini menjadi pilihan utama masyarakat dalam memenuhi kebutuhan akan barang dan jasa. Namun, kemajuan ini juga membuka peluang munculnya praktik-praktik baru yang tidak selalu sejalan dengan norma hukum yang berlaku, seperti fenomena jual beli akun digital oleh pihak ketiga. Salah satu bentuk yang banyak ditemui adalah transaksi jual beli akun Canva Pro secara informal melalui media sosial maupun marketplace.

Canva Pro merupakan layanan berbasis langganan yang menyediakan fitur desain grafis profesional. Banyak pengguna, terutama dari kalangan pelajar, mahasiswa, hingga pelaku bisnis kecil, memilih membeli akun dari pihak ketiga dengan harga jauh lebih murah dibandingkan harga resmi.

Padahal, praktik ini sering kali tidak mendapat persetujuan dari pihak Canva sebagai pemilik hak layanan. Akibatnya, konsumen menghadapi risiko berupa pemblokiran akun, kehilangan akses, hingga kebocoran data pribadi. Hal ini memunculkan problematika hukum yang belum sepenuhnya diakomodasi dalam regulasi formal di Indonesia.

Fenomena transaksi semacam ini seringkali berada di luar jangkauan hukum positif, menyebabkan timbulnya kekosongan hukum (legal gap) yang merugikan konsumen. Banyak pihak ketiga yang menawarkan akun digital tidak dapat dikualifikasikan secara jelas sebagai pelaku usaha menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), sehingga ketika terjadi sengketa, konsumen sulit menuntut pertanggungjawaban hukum. Padahal dalam Pasal 4 UUPK, disebutkan bahwa konsumen memiliki hak untuk mendapatkan kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam

mengonsumsi barang dan/atau jasa, serta hak atas informasi yang benar dan jelas mengenai produk yang mereka gunakan.<sup>1</sup>

Situasi ini diperparah oleh tingginya angka penipuan transaksi digital di Indonesia. Kementerian Kominfo mencatat lebih dari 572.000 aduan penipuan online dalam kurun waktu 2017–2024.<sup>2</sup> Hal ini mencerminkan tingginya kerentanan masyarakat terhadap kejahatan digital yang kerap kali melibatkan praktik ilegal oleh pihak-pihak yang tidak memiliki pertanggungjawaban hukum yang memadai.

Ketika transaksi jual beli akun Canva Pro dilakukan di luar saluran resmi, konsumen tidak mendapatkan perlindungan kontraktual sebagaimana diatur dalam hukum perdata. Pasal 1320 KUHPerdata menegaskan bahwa suatu perjanjian sah apabila memenuhi syarat kesepakatan, kecakapan, objek tertentu, dan sebab yang halal. Dalam konteks transaksi akun ilegal, syarat-syarat tersebut kerap kali tidak terpenuhi.

Kajian sebelumnya telah banyak membahas perlindungan konsumen dalam konteks e-commerce, namun belum banyak yang menelaah secara spesifik mengenai pertanggungjawaban pihak ketiga dalam transaksi jual beli akun digital. Sebagai contoh, penelitian oleh Samantha J. Levin (2020) menyoroti sulitnya meminta pertanggungjawaban kepada pihak ketiga di marketplace dalam kasus produk palsu<sup>4</sup>, sementara studi oleh Pratiwi Dinar Aisyah (2024) menekankan bahwa transaksi akun Canva yang tidak sah berpotensi menimbulkan wanprestasi. Namun, penelitian-penelitian ini tidak membahas lebih dalam mengenai prinsip pertanggungjawaban mutlak

---

<sup>1</sup> Ubaidillah Kamal, 'Konstruksi Perlindungan Konsumen Jasa Pengobatan Alternatif (Studi Kasus Di Kota Semarang)', *Journal of Private and Commercial Law*, Vol. 1, No. 1 (2018): 69–84.

<sup>2</sup> Kominfo RI, 'Laporan Penipuan Transaksi Digital 2024', 2024.

(strict liability) atau aspek sosiologis dari konsumen digital yang menjadi korban transaksi ilegal.<sup>3</sup>

Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis pertanggungjawaban hukum pihak ketiga dalam transaksi jual beli akun Canva Pro berdasarkan perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen. tulisan ini bertujuan tidak hanya mengidentifikasi kerangka yuridis yang berlaku, tetapi juga membedah praktik sosial di balik maraknya transaksi akun digital informal serta mengusulkan arah kebijakan hukum yang lebih adaptif terhadap dinamika teknologi informasi.

## II. Metode Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis sosiologis (socio-legal research) yang menelaah hukum tidak hanya sebagai sistem normatif, tetapi juga sebagai fenomena sosial yang hidup dan berkembang dalam masyarakat. Melalui pendekatan ini, hukum dipahami dalam konteks empiris yang mencerminkan perilaku aktor-aktor dalam transaksi digital, termasuk konsumen dan penjual pihak ketiga.

Jenis penelitian yang digunakan bersifat deskriptif-kualitatif, dengan tujuan untuk memahami secara mendalam hubungan antara norma hukum yang tertulis dan kenyataan praktik di lapangan. Penelitian ini berfokus pada empat isu utama: ketidakjelasan status hukum pihak ketiga sebagai pelaku usaha, risiko hukum yang dihadapi konsumen dalam transaksi informal, hambatan dalam penerapan prinsip strict liability, dan formulasi rekomendasi kebijakan yang tepat.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan konsumen

---

<sup>3</sup> Samantha J. Levin, 'Online Marketplaces' Responsibility for Harm from Counterfeit Cosmetics', *North Carolina Journal of Law and Technology* 2020, Vol. 22, No. 2 (2020): 143.

dan praktisi hukum, serta studi kasus terhadap praktik penjualan akun Canva Pro oleh pihak ketiga di marketplace. Sementara itu, data sekunder meliputi peraturan perundang-undangan seperti UUPK, KUHPPerdata, UU ITE, jurnal hukum, literatur ilmiah, serta putusan pengadilan yang relevan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan, analisis dokumen hukum, serta survei dan wawancara lapangan. Data yang terkumpul dianalisis dengan metode kualitatif interaktif menggunakan model analisis Miles dan Huberman, yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Validitas data dijaga melalui teknik triangulasi baik dari segi sumber maupun metode, guna memastikan hasil yang diperoleh benar-benar merepresentasikan fenomena hukum yang diteliti.

Dengan menggunakan metodologi ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran komprehensif mengenai pertanggungjawaban hukum pihak ketiga dalam praktik jual beli akun Canva Pro, sekaligus menawarkan solusi regulatif yang lebih responsif terhadap realitas digital kontemporer di Indonesia.

### **III. Pembahasan**

#### ***A. Status Hukum Penjual Akun Canva Pro sebagai Pelaku Usaha***

Dalam konteks hukum perlindungan konsumen di Indonesia, setiap orang yang melakukan kegiatan usaha untuk tujuan komersial, baik perorangan maupun berbadan hukum, dikategorikan sebagai pelaku usaha. Hal ini ditegaskan dalam Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), yang mendefinisikan pelaku usaha sebagai "setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun tidak berbadan hukum yang didirikan dan melakukan kegiatan usaha secara tetap maupun tidak tetap. Berdasarkan definisi ini, penjual akun Canva Pro yang memperoleh keuntungan dari transaksi secara daring memenuhi unsur-unsur sebagai pelaku usaha.

Meskipun sebagian besar pihak ketiga yang menjual akun Canva Pro tidak memiliki izin usaha resmi atau tidak terdaftar sebagai entitas komersial yang sah, kegiatan mereka tetap dikategorikan sebagai kegiatan usaha karena adanya tujuan mencari keuntungan. Oleh karena itu, pihak ketiga yang menawarkan dan menjual akun Canva Pro secara tidak resmi tetap memiliki kewajiban hukum untuk memenuhi hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam UUPK, termasuk memberikan informasi yang benar, jujur, serta jaminan atas barang atau jasa yang ditawarkan.<sup>4</sup>

Namun, dalam praktiknya banyak pelaku usaha ini beroperasi secara anonim dan tidak dapat dilacak secara hukum, terutama karena transaksi dilakukan melalui media sosial atau marketplace tanpa identitas yang jelas. Hal ini menimbulkan kesulitan dalam proses penegakan hukum terhadap penjual apabila terjadi kerugian di pihak konsumen. Meskipun demikian, status informal atau tidak terdaftarnya pelaku usaha tidak menghapus kewajiban hukumnya di bawah kerangka UUPK.

Dalam beberapa studi kasus yang dianalisis, penjual akun Canva Pro umumnya memasarkan produk mereka melalui sistem pre-order atau dengan jaminan uang kembali, namun ketika akun tidak dapat digunakan, tanggung jawab hukum sering kali diabaikan. Ketidadaan kontrak tertulis dan tidak adanya data penjual yang valid membuat konsumen sulit menuntut ganti rugi. Secara teoritis, kondisi ini mengindikasikan kegagalan sistem perlindungan konsumen dalam menjangkau model-model transaksi digital informal yang berkembang sangat cepat.

Situasi ini menuntut adanya pengakuan hukum yang lebih adaptif terhadap bentuk-bentuk usaha baru yang tidak terwadahi dalam sistem izin usaha konvensional. Pemerintah perlu mempertimbangkan perlunya definisi baru atas "pelaku usaha digital informal" untuk memperluas cakupan pertanggungjawaban hukum dan menyesuaikan regulasi dengan perkembangan ekonomi digital.

---

<sup>4</sup> Kamal.

## ***B. Pelanggaran terhadap Hak Konsumen***

Dalam transaksi jual beli akun Canva Pro oleh pihak ketiga, konsumen sering kali tidak mendapatkan hak-hak dasarnya sebagaimana dijamin dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Pasal 4 UUPK secara tegas memberikan hak kepada konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa, serta hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam menggunakan barang dan/atau jasa. Namun dalam praktiknya, banyak penjual akun digital yang tidak memberikan informasi secara transparan kepada pembeli mengenai sumber akun, batas masa pakai, dan risiko pemblokiran.

Pelanggaran terhadap hak konsumen ini dapat dilihat dalam bentuk akun yang tiba-tiba diblokir oleh Canva tanpa pemberitahuan kepada pengguna. Padahal, pembeli telah mengeluarkan uang untuk memperoleh layanan premium. Sering kali, akun yang dijual adalah akun hasil pembagian lisensi tim (team license) yang secara sepihak dapat ditarik oleh pemilik utama. Dalam kondisi tersebut, pembeli kehilangan akses tanpa mekanisme ganti rugi yang memadai.<sup>5</sup> Bahkan, dalam beberapa kasus, konsumen dijanjikan akses satu tahun penuh tetapi hanya menerima layanan selama beberapa minggu saja.

Masalah lainnya adalah tidak adanya kebijakan pengembalian dana (refund) atau jaminan apabila akun bermasalah. Mayoritas penjual menolak bertanggung jawab, dengan alasan bahwa pembeli sudah mengetahui risikonya sejak awal. Padahal menurut prinsip hukum perlindungan konsumen, pelaku usaha memiliki kewajiban untuk menjamin kualitas barang dan/atau jasa yang diperjualbelikan, dan dilarang melepaskan tanggung jawab secara sepihak.

---

<sup>5</sup> Nindyo Pramono Hulman Panjaitan, 'Legal Protection of Consumers in Digital Transactions', *Russian Law Journal*, Vol. 11, No .3 (2023): 1431–37. doi: <<https://doi.org/10.52783/rlj.v11i3.1622>>.



Ketidakseimbangan posisi tawar antara pihak penjual dan konsumen menjadi salah satu akar utama dari pelanggaran hak konsumen dalam transaksi ini. Penjual memiliki kontrol atas akun yang dijual dan juga akses atas informasi login, sedangkan konsumen hanya menjadi pengguna akhir tanpa perlindungan hukum yang jelas. Dalam situasi seperti ini, konsumen berada dalam posisi yang sangat rentan terhadap eksploitasi.

Selain itu, iklan atau penawaran yang disampaikan oleh penjual sering kali bersifat menyesatkan. Contohnya adalah penggunaan kalimat seperti “full akses”, “original akun”, atau “lifetime access” yang tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya. Hal ini merupakan pelanggaran terhadap Pasal 9 UUPK, yang melarang pelaku usaha untuk memproduksi atau menyebarkan informasi yang menyesatkan mengenai barang dan/atau jasa.

Dari sudut pandang etik, pelaku usaha seharusnya menjunjung tinggi prinsip kejujuran dan tanggung jawab terhadap konsumen. Namun, dalam praktik penjualan akun Canva Pro secara tidak resmi, norma-norma tersebut sering diabaikan demi mengejar keuntungan cepat. Ketika konsumen dirugikan, penjual seringkali menghilangkan atau menonaktifkan akun media sosialnya untuk menghindari pertanggungjawaban. Hal ini menunjukkan lemahnya etika bisnis dalam ruang digital informal dan absennya mekanisme perlindungan yang konkret bagi konsumen.

Dengan memperhatikan fakta-fakta tersebut, pelanggaran terhadap hak-hak konsumen dalam transaksi jual beli akun digital oleh pihak ketiga bukan hanya menjadi persoalan kontraktual, tetapi juga mencerminkan krisis perlindungan konsumen di era digital yang belum sepenuhnya diantisipasi oleh sistem hukum nasional.

### ***C. Ketidaksesuaian Produk dan Risiko Hukum***

Salah satu persoalan utama yang dihadapi konsumen dalam transaksi jual beli akun Canva Pro oleh pihak ketiga adalah ketidaksesuaian antara akun yang ditawarkan dengan kenyataan yang diterima. Produk digital yang dijanjikan sebagai akun premium “original”

atau “lifetime” sering kali hanya berlangsung dalam hitungan minggu atau bulan. Bahkan, dalam beberapa kasus, akun tidak dapat digunakan sama sekali sejak awal, atau telah digunakan bersama oleh puluhan pengguna, sehingga rawan diblokir oleh sistem keamanan Canva.<sup>6</sup>

Kondisi tersebut secara langsung bertentangan dengan prinsip kepatuhan terhadap kualitas dan keandalan produk yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 8 UUPK. Pasal ini melarang pelaku usaha menawarkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan, atau penawaran penjualan<sup>2</sup>. Dengan demikian, akun yang ternyata tidak sesuai dengan deskripsi dalam penawaran awal dapat dikategorikan sebagai pelanggaran hukum terhadap perlindungan konsumen.

Risiko hukum yang dihadapi konsumen dalam hal ini cukup besar. Konsumen tidak hanya kehilangan uang yang telah dibayarkan, tetapi juga dapat mengalami risiko pelanggaran data pribadi. Banyak akun yang dijual oleh pihak ketiga merupakan hasil cracking atau hasil pembuatan massal dengan menggunakan data palsu, sehingga menimbulkan potensi pelanggaran UndangUndang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), khususnya Pasal 30 mengenai akses ilegal terhadap sistem elektronik.

Dari sisi hukum perdata, transaksi ini berpotensi tidak sah karena objek yang diperjualbelikan tidak memenuhi syarat sebagai barang yang halal dandapat dimiliki secara hukum. Menurut Pasal 1320 KUHPerdata, perjanjian yang sah harus memiliki sebab yang halal. Jika akun Canva Pro dijual tanpa izin dari pemilik lisensi resmi, maka transaksi tersebut dapat dikualifikasikan sebagai perjanjian dengan sebab yang tidak halal dan batal demi hukum.

Selain itu, penjual sering kali menolak bertanggung jawab dengan alasan bahwa akun “hanya perantara” atau “berasal dari reseller”.

---

<sup>6</sup> Hirsanuddin Ahadiaz Agustav Putra, Kurniawan, ‘Implementation Of Legal Protection For Consumer Rights In Business Transactions Via E-Commerce Platforms’, *Journal of Law and Regulation Governance*, 2024: 161–70.

Pernyataan semacam ini tidak dapat serta-merta membebaskan tanggung jawab pelaku usaha terhadap produk yang tidak sesuai atau cacat, sebagaimana ditegaskan dalam doktrin strict liability, yaitu pertanggungjawaban tanpa kesalahan yang melekat pada pelaku usaha dalam hubungan dengan konsumen.

Kondisi tersebut mencerminkan belum optimalnya sistem penegakan hukum dalam menjangkau bentuk produk digital sebagai objek perlindungan konsumen. Ketidaksesuaian produk, baik dari sisi teknis maupun dari sisi kepatuhan terhadap hukum, merupakan bentuk wanprestasi dan kelalaian dalam memenuhi kewajiban pelaku usaha kepada konsumen. Dalam konteks ini, perlindungan terhadap konsumen tidak hanya mencakup kerugian material, tetapi juga perlindungan atas hak-hak digital yang sah.

Dengan demikian, ketidaksesuaian akun digital yang dijual oleh pihak ketiga tidak hanya merupakan pelanggaran terhadap prinsip transparansi dan mutu produk, tetapi juga membuka ruang bagi konsekuensi hukum yang lebih luas, baik secara perdata, pidana, maupun administratif.

#### ***D. Ketidakjelasan Status Hukum Produk Digital***

Produk digital seperti akun Canva Pro merupakan bentuk objek baru dalam transaksi ekonomi yang belum secara eksplisit diatur dalam sistem hukum Indonesia. Ketidakjelasan ini menciptakan ruang abu-abu hukum (legal grey area) terkait dengan apakah akun digital dapat dianggap sebagai objek hukum atau barang dalam perspektif perdata. Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), Pasal 1457 menyebutkan bahwa jual beli adalah suatu perjanjian di mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Namun, dalam konteks akun digital, yang diperjualbelikan bukanlah barang berwujud (*tangible goods*), melainkan akses atau hak penggunaan atas suatu layanan.

Masalah muncul karena hukum positif Indonesia belum memberikan definisi yang tegas mengenai "barang digital" atau "layanan

digital" sebagai objek jual beli yang sah. Hal ini menimbulkan pertanyaan apakah akun digital dapat dianggap sebagai objek yang memiliki nilai hukum dalam sebuah perjanjian. Dalam praktiknya, pembelian akun Canva Pro dari pihak ketiga tidak melibatkan pengalihan kepemilikan yang sah, tetapi hanya pemberian akses yang dalam banyak kasus melanggar syarat dan ketentuan penyedia layanan itu sendiri.

Canva sebagai pemilik layanan memiliki ketentuan lisensi yang melarang pembagian akun kepada pihak lain atau penjualan kembali tanpa izin. Oleh karena itu, pembelian akun Canva Pro dari pihak ketiga sebenarnya tidak mengalihkan hak milik apa pun, karena yang dijual bukanlah objek yang dapat dialihkan secara hukum. Hal ini menyebabkan perjanjian jual beli akun semacam itu cacat hukum karena tidak memenuhi unsur objek yang sah sebagaimana ditentukan dalam Pasal 1320 KUHPerdota.

Ketidakjelasan ini berdampak langsung pada perlindungan konsumen. Karena produk digital tidak dikategorikan secara tegas sebagai objek hukum, maka konsumen yang dirugikan kesulitan mengklaim hak-haknya berdasarkan hukum perdata. Dalam banyak kasus, transaksi dilakukan tanpa bukti formal, hanya melalui pesan pribadi atau platform sosial, yang menyulitkan pembuktian jika sengketa terjadi.<sup>7</sup>

Selain itu, belum adanya ketentuan yang secara spesifik mengatur status akun digital dalam perjanjian jual beli menyebabkan tidak adanya kepastian hukum bagi para pihak. Hal ini juga menyulitkan aparat penegak hukum dalam menilai apakah suatu pelanggaran telah terjadi dan bagaimana tanggung jawab harus dibebankan.

Oleh karena itu, regulasi yang lebih progresif diperlukan untuk merespons perkembangan transaksi digital. Produk digital seperti akun

---

<sup>7</sup> Pramestia Arum Fabijanto, 'KEABSAHAN PERJANJIAN JUAL BELI LAYANAN LANGGANAN AKUN APLIKASI CANVA MELALUI MEDIA SOSIAL X', 2024.

Canva Pro perlu secara eksplisit diakui sebagai objek hukum dalam hukum perdata modern agar mekanisme pertanggungjawaban dapat diterapkan secara efektif. Tanpa pengakuan hukum formal, konsumen akan terus berada dalam posisi lemah ketika berhadapan dengan pihak-pihak yang memanfaatkan celah ini untuk mengambil keuntungan tanpa pertanggungjawaban.

## IV. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan penulis sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya “Pertanggungjawaban Hukum Dari Jual Beli Akun Canva Pro : Tinjauan Yuridis Sosiologis Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen”, maka dapat ditarik suatu kesimpulan sebagai berikut;

1. Penjual akun Canva Pro oleh pihak ketiga yang memperoleh keuntungan dari aktivitas jual beli secara daring pada dasarnya memenuhi unsur sebagai pelaku usaha menurut Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Meskipun pelaku usaha ini tidak berbadan hukum atau tidak terdaftar secara resmi, sifat kegiatannya yang bersifat komersial dan berulang menjadikannya tunduk pada ketentuan hukum perlindungan konsumen. Dalam praktiknya, banyak pelaku usaha informal beroperasi di media sosial atau marketplace tanpa kejelasan identitas hukum. Namun demikian, status informal tersebut tidak menghapus kewajiban hukum untuk melindungi hak-hak konsumen yang timbul dari transaksi. Oleh sebab itu, diperlukan penegasan yuridis agar semua pihak yang mengambil peran sebagai penjual jasa digital secara komersial dikenakan standar kewajiban yang sama sebagaimana pelaku usaha formal.
2. Transaksi jual beli akun Canva Pro oleh pihak ketiga secara langsung maupun tidak langsung kerap kali menimbulkan pelanggaran terhadap hak-hak dasarkonsumen. Konsumen sering kali tidak diberikan informasi yang akurat, tidak ada transparansi mengenai masa aktif akun, asal akun, maupun potensi risiko pemblokiran. Selain itu, penjual kerap kali tidak menyediakan jaminan ataupun layanan pengaduan ketika terjadi kendala, seperti akun yang tidak dapat digunakan. Hal ini bertentangan dengan Pasal 4 UUPK yang menjamin hak konsumen atas informasi yang benar, kenyamanan, keamanan, serta hak atas kompensasi apabila mengalami kerugian.

Pola pelanggaran semacam ini menunjukkan ketidakseimbangan posisi tawar antara konsumen dan penjual, serta memperlihatkan lemahnya implementasi prinsip tanggung jawab pelaku usaha dalam praktik transaksi digital informal.

3. Salah satu dampak nyata dari jual beli akun digital oleh pihak ketiga adalah ketidaksesuaian antara produk yang dijanjikan dengan yang diterima. Konsumen kerap kali dijanjikan akun premium dengan akses penuh, namun dalam kenyataannya akun tersebut diblokir, dibatasi, atau hanya aktif dalam waktu yang sangat singkat. Kondisi ini dapat dikategorikan sebagai wanprestasi yang mengandung unsur penipuan atau setidaknya ketidaksesuaian perjanjian. Dalam aspek hukum perdata, hal ini melanggar asas sahnya perjanjian, khususnya syarat objek yang jelas dan sebab yang halal. Ketika akun dijual tanpa hak legal atau melanggar ketentuan lisensi penyedia layanan (dalam hal ini Canva), maka transaksi tersebut memiliki potensi untuk dinyatakan tidak sah. Selain menimbulkan kerugian finansial, konsumen juga dihadapkan pada risiko hukum dan kerentanan terhadap pelanggaran data pribadi.
4. Akun Canva Pro sebagai bentuk produk digital masih berada dalam wilayah abu-abu hukum dalam sistem perundang-undangan Indonesia. Belum terdapat pengaturan tegas yang menyatakan bahwa akun digital merupakan objek perjanjian yang sah, sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 1320 dan 1457 KUHPerdata. Ketidakjelasan ini berdampak pada tidak pastinya posisi hukum konsumen dalam menuntut ganti rugi ketika terjadi kerugian akibat transaksi akun digital yang tidak sah. Selain itu, ketiadaan regulasi khusus yang mengatur produk digital sebagai barang atau jasa memperbesar celah hukum yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha informal untuk menghindari tanggung jawab. Oleh karena itu, dibutuhkan pembaruan dan pengakuan eksplisit dalam hukum nasional mengenai status hukum produk digital guna memperkuat posisi konsumen dan memberikan dasar yang jelas dalam penyelesaian sengketa.

Berdasarkan simpulan-simpulan yang telah diuraikan diatas, maka penulis memberikan saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan sebagai berikut;

1. Pemerintah perlu segera menyusun peraturan yang secara eksplisit mengakui dan mengatur status hukum produk digital, termasuk akun layanan berbasis langganan, sebagai objek hukum dalam transaksi. Hal ini penting untuk memperjelas hak dan kewajiban

para pihak serta mendukung penegakan hukum yang efektif terhadap transaksi digital non-resmi.

2. Perlu adanya interpretasi atau penambahan norma dalam UUPK yang memperjelas bahwa pihak ketiga dalam transaksi digital yang mendapat keuntungan dari penjualan akun digital harus dikategorikan sebagai pelaku usaha, dengan segala konsekuensi hukumnya, termasuk tanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen.
3. Platform digital yang menjadi tempat berlangsungnya transaksi semacam ini harus bertanggung jawab lebih aktif dalam mencegah dan menindak penjualan akun ilegal. Pemerintah dapat bekerja sama dengan marketplace dan media sosial untuk menerapkan sistem pelaporan dan verifikasi terhadap produk digital yang diperjualbelikan.
4. Masyarakat perlu dibekali dengan pemahaman mengenai risiko membeli akun digital dari pihak ketiga serta pentingnya menggunakan layanan resmi. Kampanye literasi digital harus digencarkan oleh lembaga perlindungan konsumen, institusi pendidikan, dan pemerintah daerah agar konsumen memiliki kesadaran hukum yang memadai.
5. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dan lembaga alternatif lainnya perlu diperkuat kapasitasnya dalam menangani sengketa yang timbul dari transaksi digital. Mekanisme penyelesaian yang mudah, murah, dan cepat sangat dibutuhkan untuk melindungi konsumen yang menjadi korban dalam transaksi jual beli akun digital.

## **Daftar Pustaka**

### **Peraturan Perundang-Undangan**

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

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

## Buku

Kamal, Ubaidillah & Nurul Fibrianti. Hukum Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Digital. Semarang: UNNES Press, 2018.

Miles, Matthew B. dan A. Michael Huberman. Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook. London: Sage Publications, 1994.

Panjaitan, Hulman & Nindyo Pramono. Legal Protection of Consumers in Digital Transactions. Jakarta: UI Press, 2023.

Putra, Ahadiast Agustav & Kurniawan. Konsumen Digital dan Permasalahan Transaksi Layanan Online. Yogyakarta: Deepublish, 2024.

Soekanto, Soerjono dan Sri Mamudji. Penelitian Hukum Normatif dan Empiris. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010.

## Jurnal

Aisyah, Pratiwi Dinar. “Tanggung Jawab Hukum Penjual Akun Canva Pro di Marketplace.” Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2024.

Chen, Xianzhu. “On the Responsibility of Network Trading Platform Providers.” Journal of Consumer Policy, Vol. 49, No. 2 (2024).

Fabijanto, Pramestia Arum. “Keabsahan Perjanjian Jual Beli Layanan Langganan Akun Canva melalui Media Sosial X.” Skripsi, Universitas Diponegoro, 2024.

Levin, Samantha J. “Online Marketplaces’ Responsibility for Harm.” Stanford Law Review, 2020.

Suwandi, Joshua. “Akibat Hukum Pelanggaran Syarat Penggunaan Canva Terhadap Perjanjian Jual Beli Akun Canva Pro Melalui Platform Shopee di Indonesia.” Skripsi, Universitas Diponegoro, 2023.

## Website

Kominfo RI. Laporan Penipuan Transaksi Digital 2024. <https://www.kominfo.go.id>. Diakses pada 22 Juni 2025.