

**MITIGASI RISIKO TRANSAKSI JUAL BELI
DALAM HUBUNGANNYA DENGAN
PERLINDUNGAN HUKUM YANG SEIMBANG ANTARA
KONSUMEN, PELAKU USAHA DAN *MARKETPLACE*
BERDASARKAN ASAS KEPASTIAN HUKUM**

DISERTASI

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Doktor (Dr)
Bidang Ilmu Hukum
Pada
Program Studi Doktor Ilmu Hukum
Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya
Dipertahankan Dihadapan Sidang Akademik Terbuka
Dipimpin Dekan Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya
pada Hari Sabtu, Tanggal 23, Bulan November, Tahun 2024
Pukul 14.00 WIB., Di Ruang Sidang Doktor
Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya**

**Oleh :
ANITA SANI
NIM. 02013682126024**



**PROGRAM STUDI DOKTOR ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
NOVEMBER 2024**

HALAMAN PENGESAHAN

Nama Mahasiswa : Anita Sani
NIM : 02013682126024
Program Studi : Doktor Ilmu Hukum
Bidang Kajian Utama : Ilmu Hukum

Judul Disertasi :

**MITIGASI RISIKO TRANSAKSI JUAL BELI
DALAM HUBUNGANNYA DENGAN
PERLINDUNGAN HUKUM YANG SEIMBANG ANTARA
KONSUMEN, PELAKU USAHA DAN *MARKETPLACE*
BERDASARKAN ASAS KEPASTIAN HUKUM**

Telah Berhasil Dipertahankan di Hadapan Sidang Akademik Terbuka
Dipimpin Dekan Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya
pada Hari Sabtu, Tanggal 23, Bulan November, Tahun 2024,
Pukul 14.00 WIB., di Ruang Sidang Doktor
Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya

Menyetujui,

Promotor

Prof. Dr. H. Joni Emirzon, S.H., M.Hum.
NIP. 196804011993031004

Co-Promotor

Dr. Hj. Annalisa, S.H., M.Hum.
NIP. 196210251987032002

Mengetahui,

Koordinator Program Studi
Doktor Ilmu Hukum,

Dr. Hj. Annalisa, S.H., M.Hum.
NIP. 196210251987032002



Prof. Dr. H. Joni Emirzon, S.H., M.Hum.
NIP. 196804011993031004

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Judul Disertasi :

MITIGASI RISIKO TRANSAKSI JUAL BELI DALAM HUBUNGANNYA DENGAN PERLINDUNGAN HUKUM YANG SEIMBANG ANTARA KONSUMEN, PELAKU USAHA DAN *MARKETPLACE* BERDASARKAN ASAS KEPASTIAN HUKUM

Disusun Oleh :

Anita Sani
NIM. 02013682126024

Disertasi Telah diujikan dan disampaikan pada Ujian Terbuka dan
Dinyatakan Lulus pada Hari Sabtu, Tanggal 23, Bulan Nopember, Tahun 2024,
serta Telah Diperbaiki Berdasarkan Saran dan Koreksi dari Tim Penguji

Tim Penguji :

Tanda Tangan :

- | | | |
|--|--------------------------|-------|
| 1. Prof. Dr. H. Joni Emirzon, S.H., M.Hum. | (Ketua/Promotor) | |
| 2. Dr. Hj. Annalisa Yahanan, S.H., M.Hum. | (Sekretaris/Co-Promotor) | |
| 3. Prof. Dr. Febrian, S.H., M.S. | (Penguji/Penilai) | |
| 4. Dr. Hj. Nashriana, S.H., M.Hum. | (Penguji/Penilai) | |
| 5. Dr. Mada Apriandi, S.H., MCL. | (Penguji/Penilai) | |
| 5. Dr. M. Syaifuddin, S.H., M.Hum. | (Penguji/Penilai) | |
| 7. Prof. Dr. Ahmad M. Ramli, S.H., M.H., FCBArb. | (Penguji External) | |

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anita Sani
Tempat dan tanggal lahir : Ketapang / 13 Agustus 1973
Program Studi : Doktor Ilmu Hukum
NIM : 02013682126024

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data informasi, interpretasi serta pernyataan dalam Disertasi ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pemikiran saya dengan pengarahannya dari para pembimbing yang ditetapkan.
2. Disertasi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan tersebut di atas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis.

Palembang, November 2024
Yang membuat pernyataan,

ANITA SANI
NIM. 02013682126024

HALAMAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Allah S.W.T. akan mengangkat derajat orang-orang yang beriman dari antara kamu dan orang-orang yang mempunyai ilmu pengetahuan beberapa derajat lebih tinggi”.

(Q.S. Al-Mujaadilah 11)

Disertasi Ini Kupersembahkan Untuk :

- Kedua Orang Tuaku: Walid (Alm.) H. Abdullah Sani & Ibundaku (Almh.) Hj. Rinawati Rupidah Tercinta
- Saudara-saudaraku Tersayang beserta Ipar
- Ponakanku Terkasih: Kakak Billa, Dedek Khanza, Nak Aulia dan Dedek Lukman
- Almamaterku

ABSTRAK

Pada transaksi jual beli pada *marketplace* di era digital ini, konsumen selain mendapatkan keuntungan, juga berisiko yang tidak hanya berdampak pada konsumen juga pada pelaku usaha dan bahkan *marketplace*, sehingga diperlukan adanya upaya perlindungan hukum. Ditemui adanya ketidakseimbangan kedudukan antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Tujuan penelitian ini untuk memitigasi potensi risiko dalam rangka memberikan perlindungan hukum yang seimbang. Metode penelitian yang digunakan, yaitu metode penelitian normatif. Dari hasil pembahasan penelitian diketahui adanya ketidakseimbangan perlindungan hukum. Hal ini dapat terlihat pada Pertama, dari sisi pengaturan hukum dalam transaksi jual beli antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* belum memberikan perlindungan hukum yang seimbang. Terdapat adanya *hyper* pengaturan baik dilihat dari materi yang diatur bersifat parsial dan cakupan pengaturan yang bersifat sektoral. Hal ini berdampak adanya tumpang tindih dan multitafsir pengaturan, yang menimbulkan dampak ketidakefektifan dalam penerapan dan pelaksanaan aturan tersebut, sehingga berpengaruh pada aspek penegakan hukum yang menjadi salah satu penyebab timbulnya ketidak pastian hukum yang menimbulkan ketidakseimbangan di dalam pemberian perlindungan hukum yang seimbang pada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Kedua, terdapat kendala yang dihadapi baik oleh konsumen, pelaku usaha maupun *marketplace* baik kendala terkait kelemahan aturannya maupun dari sisi kurangnya pemahaman aparat penegak hukum terhadap aturannya karena kurangnya sosialisasi maupun kelemahan lain, seperti dari sisi kelembagaan keberadaan BPSK yang belum terbentuk di setiap provinsi, kurangnya koordinasi antara Lembaga/Instansi di bidang perlindungan konsumen, faktor masyarakat ditemui adanya ketidaksetaraan informasi antara konsumen dan pelaku usaha dapat menjadi kendala dalam perlindungan hukum di bidang *platform marketplace*, sarana dan prasarana penegakan hukum yang terbatas, sehingga perlu dimitigasi baik melalui jalur penal dengan memproses secara hukum maupun non penal, seperti menjaga kerahasiaan PIN/OTP, pastikan adanya jaminan perlindungan data pribadi. Hindari berbelanja produk *illegal*, Pastikan produk yang dibeli sesuai dengan deskripsi dan gambar yang ditampilkan. Pastikan bahwa metode pengiriman yang dipilih adalah aman dan andal, meningkatkan peranan pengawasan dari Lembaga/Badan/Institusi terkait, memilih *marketplace* dan metode pembayaran yang terpercaya dan aman dan membaca serta memahami klausula baku pada kontrak elektronik/Digital sebelum melakukan transaksi serta melakukan edukasi dan sosialisasi tidak hanya pada konsumen, tetapi juga pada pelaku usaha dan *marketplace* dan bahkan pada aparat penegak hukum. Ketiga, rekonstruksi hukum yang perlu dilakukan dengan mereformula dan melakukan unifikasi dan harmonisasi hukum terhadap aturan yang tidak relevan dan belum mengakomodir transaksi perdagangan pada *platform marketplace* dan klausula baku yang masih terdapat adanya pengalihan tanggung jawab. Untuk dibuat *Website* penyelesaian sengketa secara *online* yang dilengkapi dengan fitur-fitur yang memuat informasi mengenai Badan/Lembaga Penyelesaian Sengketa Konsumen beserta tugas, wewenang dan tanggung jawabnya. Fitur yang memuat informasi tentang pengaduan terkait syarat dan ketentuan yang berlaku. Rekomendasi penulis, yaitu pemerintah perlu merevisi dan membuat aturan yang tidak hanya melindungi konsumen, tetapi juga pelaku usaha dan *marketplace* dari penipuan dan praktik bisnis yang tidak etis dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace*. Merekomendasikan penyelesaian pengaduan/sengketa secara *Online Dispute Resolution (ODR)*. Implikasi dari penelitian ini tidak hanya dari sisi filosofis, juga berimplikasi pada aspek Teoritis dan Dogmatis.

Kata Kunci : *Marketplace*, mitigasi, perlindungan, keseimbangan, kepastian hukum

ABSTRACT

In buying and selling transactions on the marketplace in this digital era, consumers, in addition to getting profits, are also at risk that not only affects them but also business actors and even marketplaces, so legal protection efforts are needed. It shows that there is an imbalance between consumers, business actors and the marketplace. The purpose of this study was to mitigate potential risks to provide balanced legal protection. The research method used a normative research method. The results of the research discussion showed that there was an imbalance in legal protection. First, the legal arrangements in buying and selling transactions among the consumers, the business actors and marketplaces did not provide balanced legal protection. There was a hyper regulation from both the material regulated partially and the sectoral scope of regulation. This has an impact on the overlap and multiple interpretations of regulations which has an impact on the ineffectiveness in the implementation of these rules; thus, affecting the aspect of law enforcement which is one of the causes of legal uncertainty affecting the imbalances in the provision of balanced legal protection to consumers, business actors and marketplaces. Second, there are obstacles faced by among the consumers, business actors and marketplaces related to the weaknesses of the rules and the lack of understanding of law enforcement officials to the rules due to lack of socialization and other weaknesses, such as the institutional existence of BPSK which has not been established in each province, and lack of coordination between Institutions/Agencies in the field of consumer protection. The community factors having inequality information between consumers and business actors can be an obstacle in legal protection in the field of marketplace platforms, limited law enforcement facilities and infrastructure. Therefore, it needs to be mitigated through the penal channel by processing legally and non-penally such as maintaining the confidentiality of PIN/OTP; ensuring that there is a guarantee of personal data protection; avoid shopping for illegal products and, make sure the products purchased match the descriptions and images shown, ensure that the chosen delivery method is safe and reliable, increase the supervisory role of the relevant Institution/Agency/Institution, choose a reliable and secure marketplace and payment method, read and understand the standard clauses in electronic/digital contracts before making transactions, educate and socialize not only the consumers but also the business actors and marketplaces and yet the law enforcement officials. Third, legal reconstruction needs to be carried out by reformulating, unifying, and harmonizing the law against the rules that are irrelevant and have not accommodated trade transactions on marketplace platforms and standard clauses where there is still a transfer of responsibility. To create an online dispute resolution website equipped with features containing information about the Consumer Dispute Resolution Agency/Institution along with its duties, authorities and responsibilities. A feature that contains information about complaints related to applicable terms and conditions. It is recommended that the government need to revise and make rules that not only protect consumers, but also business actors and marketplaces from fraud and unethical business practices in buying and selling transactions on the marketplace platforms. The resolution of complaints/disputes is also recommended through Online Dispute Resolution (ODR). The implications of this research are not only from the philosophical perspective, but also from the implications for theoretical and dogmatic aspects.

Keywords: Marketplace, mitigation, protection, balance, legal certainty

RINGKASAN

Pada era globalisasi dan digital ini, maraknya transaksi jual beli pada *platform marketplace* ternyata tidak hanya mendapatkan keuntungan, antara lain konsumen tidak perlu mendatangi toko untuk mendapatkan barang, konsumen cukup melakukan pemesanan barang via internet, barang yang dibeli akan dikirim ke alamat tujuan, hal ini tentunya dapat lebih menghemat waktu dan biaya dibandingkan dengan jika berbelanja secara *offline* di pasar konvensional, selain itu dari sisi biaya lebih efisien, dimana konsumen dapat berbelanja dengan lebih mudah, konsumen memiliki lebih banyak alternatif pilihan, karena perdagangan pada *platform marketplace* produk yang ditawarkan lebih bervariasi dan banyak pilihan, sehingga banyak produk pembandingnya yang ada di internet dengan mudah. Selain itu, konsumen dapat berbelanja di negara lain, jika barang yang dimaksud belum tersedia di dalam negeri. Namun di sisi lain, perdagangan melalui *platform marketplace* juga berdampak risiko baik pada konsumen, pelaku usaha maupun *marketplace*. Dimana perdagangan pada *platform marketplace* juga memiliki kelemahan, yaitu pada metode transaksi elektronik, pelaku usaha maupun konsumen tidak bertemu secara langsung, namun melalui media *online*, sehingga konsumen tidak bisa melihat barang yang akan dipesan tersebut dari dekat, sehingga konsumen tidak dapat mengetahui kondisi dan kualitas barang secara dekat. Kondisi ini jelas berdampak risiko tidak hanya bagi konsumen tetapi juga bagi pelaku usaha maupun *marketplace*, sehingga diperlukan perlindungan hukum yang seimbang baik kepada konsumen, pelaku usaha maupun *marketplace*.

Selain memberikan perlindungan hukum kepada konsumen, UUPK juga mengatur hak dari pada pelaku usaha untuk dilindungi. Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, tidak hanya konsumen saja yang perlu dilindungi. *Faktanya dalam bertransaksi secara online, kerugian tidak hanya dialami oleh konsumen. Terdapatnya kerugian yang dialami oleh pelaku usaha. Dimana sesuai dengan UUPK, pelaku usaha berhak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik. Terkadang terjadi perilaku dengan itikad tidak baik yang dilakukan konsumen, seperti melakukan pemesanan tetapi melakukan pembatalan tanpa penjelasan, hal ini sering disebut dengan istilah hit and run. Hal ini sudah pasti mengakibatkan kerugian yang dialami oleh pelaku usaha.*

Terdapat keluhan yang tidak berdasar. Jika pembeli / konsumen mengajukan keluhan yang tidak berdasar atas produk yang dijual oleh pelaku usaha, maka pelaku usaha dapat memberikan penjelasan yang jelas dan berdasar untuk mempertahankan produknya. Terdapat juga pelanggaran privasi, jika platform marketplace yang digunakan oleh pelaku usaha tidak dapat menjaga privasi data pelaku usaha atau terjadi pelanggaran privasi pada pelaku usaha, maka pelaku usaha dapat melaporkan masalah ini kepada platform perdagangan digital atau pihak yang berwenang yang disebabkan oleh tidak terpenuhinya prestasi yang seharusnya dilakukan oleh pihak konsumen. Walaupun dari kedua belah pihak sama-sama belum menunaikan prestasinya namun dari pihak pelaku usaha telah memproses barang yang telah dipesan oleh konsumen dengan menggunakan uang pribadinya. Dari sisi marketplace sendiri, transaksi jual beli berpotensi menimbulkan kerugian bagi marketplace. Terjadinya tuntutan ganti rugi dari konsumen yang mengalami kerugian akibat kesalahan atau kelalaian marketplace dalam menyediakan layanan mereka. Kerugian ini dapat meliputi kerugian, antara lain Kerugian finansial akibat pengembalian uang atau produk yang dibeli, kerugian reputasi dan biaya hukum serta kerugian akibat pelanggaran persaingan usaha dalam sektor jual beli secara online melalui platform marketplace.

Upaya-upaya untuk memberikan perlindungan hukum yang seimbang dan memadai berdasarkan Asas Kepastian Hukum pada transaksi jual beli terhadap kepentingan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* merupakan suatu hal yang penting dan mendesak. Hal ini kiranya untuk segera dicarikan solusinya terutama di Indonesia, mengingat sedemikian kompleksnya permasalahan yang menyangkut perlindungan konsumen, lebih-lebih pada era perdagangan bebas saat ini.

Ada 3 (tiga) permasalahan yang dikaji dan didalami dalam disertasi ini. Pertama, bagaimana pengaturan hukum dalam transaksi jual beli antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* belum memberikan perlindungan hukum yang seimbang. Kedua, apa kendala yang dihadapi dan mitigasi yang dilakukan pada transaksi jual beli dalam mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berdasarkan Asas Kepastian Hukum. Ketiga, bagaimanakah arah rekonstruksi konsep hukum ke depan (*ius constituendum*) untuk memitigasi risiko dalam rangka mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*.

Adapun tujuan penelitian ini untuk menjelaskan dan menganalisis kendala dalam mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang pada transaksi jual beli antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* dan untuk mengetahui bagaimanakah mitigasi risikonya dalam rangka mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen dan pelaku usaha berdasarkan Asas Kepastian Hukum.

Tulisan ini merupakan karya penulis sendiri dengan referensi Daftar Pustaka diperoleh dari berbagai sumber. Namun untuk menjaga jangan sampai adanya duplikasi dalam penulisan ini, maka penulis telah memperbandingkan dengan penelitian yang ada sebelumnya. Dimana *State of Art* dari penelitian sebelumnya lebih kepada menguji dan menganalisis terhadap bentuk perlindungan hukum bagi konsumen atau pelaku usaha saja pada transaksi perdagangan *online (marketplace)*, seperti Pertama, Disertasi yang ditulis oleh Abdul Halim Barkatullah, dengan judul “*Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Lintas Negara di Indonesia*”, pada Program Doktor Ilmu Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Tahun 2006. Dalam Disertasi ini Abdul Halim Barkatullah menguji dan menganalisis terhadap perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* lintas negara di Indonesia, khususnya pada bentuk perlindungan hukum apa yang dapat ditawarkan bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* lintas Negara. Kedua, Disertasi yang ditulis oleh Ratu Galuh Gerllian Wirasuta, dengan judul “*Transaksi Elektronik Dalam Sistem E-Commerce Sebagai Upaya Pengembangan Perekonomian Indonesia*”, pada Program Doktor Ilmu Hukum Universitas Pasundan Bandung Tahun 2018. Dalam Disertasi ini Ratu Galuh Wirasuta menguji dan mengkaji Transaksi perdagangan yang dilakukan melalui sistem *e-commerce* berisiko menyebabkan tindakan wanprestasi yang sulit dijangkau oleh aturan-aturan hukum yang berlaku dan transaksi tidak mempertemukan para pihak yang bertransaksi, serta tidak adanya kesempatan bagi konsumen melihat secara langsung barang yang dipesan berpotensi menimbulkan permasalahan yang merugikan konsumen. Selanjutnya Ketiga, Disertasi yang ditulis oleh Abd. Syakur dengan judul “*Rekonstruksi Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Melalui Kebijakan Pemerintah untuk Mendukung Ekonomi Digital yang Berkeadilan*”, pada Program Doktor (S3) Ilmu Hukum (PDIH) Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang Tahun 2022. Dalam Disertasi ini Abd. Syakur, menguji dan mengkaji rekonstruksi perlindungan hukum konsumen transaksi *e-commerce* untuk mendukung Ekonomi Digital yang berkeadilan melalui Kebijakan Pemerintah.

Keempat, Disertasi yang ditulis oleh Stella, dengan judul “*Pertanggungjawaban Hukum Perdata Penyelenggara Sarana Perantara Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (E-Commerce) di Indonesia*”, pada Program Doktor Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara Medan Tahun 2023. Dalam Disertasi ini Stella menguji dan mengkaji mengenai pertanggungjawaban Hukum Perdata dari Penyelenggara Sarana Perantara Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*E-Commerce*) di Indonesia.

Penulis menyadari bahwa telah banyak penelitian sejenis baik dalam bentuk Karya Tulis Ilmiah berupa Disertasi. Namun analisa permasalahannya dan penekanan penelitian ditinjau dari aspek yang berbeda, yaitu keseimbangan perlindungan hukum 3 (tiga) pihak pada transaksi jual beli antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berdasarkan asas kepastian hukum yang dilihat baik dari sisi kelembagaan pengaturannya, kendala dan mitigasinya serta arah rekonstruksi konsep hukum ke depannya (*ius constituendum*). Sedangkan 3 (tiga) penelitian Disertasi sebelumnya hanya lebih fokus pada aspek perlindungan konsumen saja, dimana ada yang membahas mengenai aspek perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* lintas negara di Indonesia, pemanfaatan sistem *e-commerce* dalam transaksi elektronik dalam meningkatkan perdagangan dan perekonomian nasional dan rekonstruksi pengaturan Perlindungan hukum bagi konsumen dalam Transaksi *Onlineshop (E-Commerce)* yang berbasis Nilai Keadilan Bermartabat.

Adapun yang membedakan hasil penelitian penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu pada *platform marketplace*, dimana penulis tertarik untuk menganulir Teori Mitigasi Risiko yang merupakan salah satu tahapan dari Manajemen Risiko secara organisatoris. Istilah mitigasi risiko dapat dianulir perluasan ruang lingkup penerapannya secara individual, baik pada konsumen maupun pelaku usaha. Dilakukan identifikasi risiko dan mitigasi risiko terutama terhadap keamanan data, memilih *marketplace* yang terpercaya dan aman sebagai *platform* digital yang digunakan untuk bertransaksi jual beli pada *platform marketplace*. Membaca dan memahami klausula baku pada kontrak elektronik/Digital yang memuat syarat dan ketentuan dari pihak *marketplace* sebelum melakukan transaksi. Namun dari penjelasan tersebut tersebut di atas, reformula terhadap UUPK dan tetap perlu dilakukan. Terutama mengakomodir penyelesaian pengaduan / sengketa secara *online* dibandingkan secara *offline* pada transaksi perdagangan pada *platform marketplace*. Menyikapi hal tersebut perlu dibuatkan mekanisme penanganan apabila terdapat pengaduan konsumen. Dimana mekanisme penyelesaian pengaduan dibuat pada *platform marketplace* dibuat terintegrasi baik di dalam negeri maupun secara *cross-border*, sehingga perlu dibuat suatu sistem dan aturan (regulasi) sebagai solusi penyelesaian sengketa secara *online* yang berbasis digital yang dikenal dengan istilah *Digital Online Dispute Resolution (DODR)*. Selain itu, perlu penjelasan lebih lanjut mengenai klausula baku dan batasan dari kriteria baku tersebut. Hal yang tidak kalah pentingnya adalah mengusung kemungkinan dilakukannya harmonisasi hukum, yaitu kodifikasi dan unifikasi hukum terhadap semua aturan perlindungan konsumen pada perdagangan *online* melalui *marketplace*. Hal ini dikarenakan terdapat *hyper* pengaturan pada perlindungan konsumen, berupa aturan dalam penyelenggaraan transaksi jual beli pada *platform marketplace*, aturan perlindungan data pribadi, aturan terkait Informasi dan Transaksi Elektronik, aturan terkait sistem penyelenggaraan pembayaran perdagangan *online* melalui *platform marketplace* dan lain sebagainya.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Kerangka Teoritis guna membangun hukum yang ideal yang dilandasi dengan Teori Hukum. Terdapat 3 (tiga) tingkatan teori hukum yang digunakan dalam penelitian disertasi ini.

Pertama, *Grand Theory*, meliputi Teori Keadilan, dimana Teori Keadilan yang tepat diterapkan dalam penulisan ini adalah Teori Keadilan Hukum dan keadilan masyarakat memiliki hubungan yang erat. Masalah keadilan merupakan persoalan yang dijumpai disetiap masyarakat. Tugas utama, yakni mencapai keadilan dan kepastian bagi semua masyarakat.

Teori Keadilan Distributif, yaitu keadilan yang diperoleh oleh anggota masyarakat yang dikemukakan oleh Aristoteles dan Teori Keadilan Roscoe Pound, yaitu keadilan sosiologis; keadilan yang didasarkan pada kebiasaan, budaya, pola perilaku dan hubungan antar manusia dalam masyarakat. Pancasila adalah suatu paham filsafat, suatu *philosophical way of thinking* atau *philosophical system*. Di dalam Pancasila kata adil terdapat pada sila kedua dan sila kelima, yaitu Nilai Kemanusiaan yang adil dan keadilan sosial. Selain Teori Keadilan, penulisan disertasi ini dilandasi juga dengan Teori Kepastian Hukum yang dikemukakan oleh Jan Michiel Otto mendefinisikan sebagai kemungkinan bahwa dalam situasi tertentu tersedia aturan-aturan yang jelas (jernih), konsisten dan mudah diperoleh, diterbitkan oleh dan diakui karena (kekuasaan) negara. Instansi-instansi penguasa (pemerintah) menerapkan aturan-aturan hukum tersebut secara konsisten dan juga tunduk dan taat kepadanya, Warga secara prinsipil menyesuaikan perilaku mereka terhadap aturan-aturan tersebut. Hakim-hakim (peradilan) yang mandiri dan tidak berpikir menerapkan aturan-aturan hukum tersebut secara konsisten sewaktu mereka menyelesaikan sengketa hukum dan Keputusan peradilan secara konkrit dilaksanakan. Menurut L.J. Van Apeldoorn, kepastian hukum mempunyai 2 (dua) segi. Pertama, mengenai soal dapat dibentuknya (*bepaalbaarheid*) hukum dalam hal-hal yang konkret. Artinya pihak-pihak yang mencari keadilan ingin mengetahui hukum dalam hal yang khusus sebelum memulai perkara. Kedua, kepastian hukum berarti keamanan hukum. Artinya perlindungan bagi para pihak terhadap kesewenangan hakim. Menurut Utrecht kepastian hukum mengandung 2 (dua) pengertian; pertama adanya aturan yang bersifat umum membuat individu mengetahui perbuatan apa yang boleh atau tidak boleh dilakukan dan kedua berupa keamanan hukum bagi individu dari kesewenangan pemerintah karena dengan adanya aturan yang bersifat umum itu individu dapat mengetahui apa saja yang boleh dibebankan atau dilakukan oleh negara terhadap individu. Sifat umum dari aturan-aturan hukum membuktikan bahwa hukum tidak bertujuan untuk mewujudkan keadilan atau kemanfaatan, melainkan semata-mata untuk kepastian hukum. Sudikno Mertokusumo mendefinisikan kepastian hukum merupakan sebuah jaminan bahwa hukum tersebut harus dijalankan dengan cara yang baik. Kepastian hukum menghendaki adanya upaya pengaturan hukum dalam perundang-undangan yang dibuat oleh pihak yang berwenang dan berwibawa, sehingga aturan-aturan itu memiliki aspek yuridis yang dapat menjamin adanya kepastian bahwa hukum berfungsi sebagai suatu peraturan yang harus ditaati. Demi terwujudnya kepastian hukum dalam mewujudkan keamanan bertransaksi melalui internet. Dimana internet merupakan media yang paling efektif saat ini. Hal ini tentunya dalam rangka keamanan dalam bertransaksi jual beli melalui *platform marketplace* dan secara yuridis terkait pula dengan jaminan kepastian hukum dalam rangka terwujudnya keadilan dalam bertransaksi di masyarakat.

Terkait Asas Kepastian Hukum, penyelesaian sengketa melalui *Online Dispute Resolution (ODR)* dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* tidak memiliki kepastian hukum berdasarkan hukum nasional Indonesia yakni KUHPerdara dan Hukum Acara Perdata, KUHP dan KUHAP, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 atas Perubahan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik serta Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, maka semua peraturan ini hanya mengakui penyelesaian sengketa melalui pilihan hukum didasarkan asas Hukum Perdata Internasional (HPI), forum arbitrase dan alternatif penyelesaian sengketa dan forum pengadilan. Dengan demikian menurut penulis Asas Kepastian Hukum dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* adalah lebih kepada ketersediaan aturan yang jelas dan konsisten diberlakukan dan ditaati, adanya jaminan

bahwa hukum tersebut harus dijalankan dengan cara yang baik. Kepastian hukum menghendaki adanya upaya pengaturan hukum dalam perundang-undangan yang dibuat oleh pihak yang berwenang dan berwibawa, sehingga aturan-aturan itu memiliki aspek yuridis yang dapat menjamin adanya kepastian bahwa hukum berfungsi sebagai suatu peraturan yang harus ditaati. Aparat penegak hukum dan Instansi-instansi penguasa (pemerintah) menerapkan aturan-aturan hukum tersebut secara konsisten dan juga tunduk dan taat kepadanya. Hakim-hakim (peradilan) menerapkan aturan-aturan hukum tersebut secara konsisten sewaktu mereka menyelesaikan sengketa hukum. Keputusan peradilan secara konkrit dilaksanakan. Kepastian hukum berarti keamanan hukum. Artinya perlindungan bagi para pihak terhadap kesewenangan hakim.

Kedua, *Middle Theory*, meliputi Teori Risiko, dimana menurut Eddie Cade mendefinisikan risiko sebagai *exposure to uncertainty of outcome*. Maksudnya adalah pada kata *outcome* tidak selalu berupa kerugian. Pada suatu kondisi yang dinanti ketika *outcome* menjadi keuntungan. Sedangkan George J. Benston yang mengemukakan pengertian risiko sebagai *The probability that any event, or set of event, might occur. It usually denotes a negative or undesired event-one that will cause a financial institution (hereafter generally called a bank) to fail rather than to be very successful*. Maksudnya adalah kemungkinan tercapainya suatu keberhasilan namun peluang gagalnya jauh lebih besar. Menurut Ari Kristin Prasetyoningrum, risiko memiliki karakteristik, yaitu merupakan ketidakpastian atas terjadinya suatu peristiwa dan merupakan ketidakpastian yang bila terjadi akan menimbulkan kerugian. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), risiko adalah akibat yang kurang menyenangkan (merugikan, membahayakan) dari suatu perbuatan atau tindakan. Risiko selalu dihubungkan dengan kemungkinan terjadinya sesuatu yang merugikan yang tidak diduga / tidak diinginkan. Dalam bidang asuransi, risiko dapat diartikan sebagai suatu keadaan ketidakpastian, dimana jika terjadi suatu keadaan yang tidak dikehendaki dapat menimbulkan kerugian. Risiko dalam konteks perbankan menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 18/POJK.03/2016 Tanggal 16 Maret 2016 tentang Penerapan Manajemen Risiko Bagi Bank Umum mendefinisikan risiko sebagai suatu “potensi kerugian akibat terjadinya suatu peristiwa tertentu”.

Dari penjelasan tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa risiko dapat didefinisikan sebagai tingkat kemungkinan sebuah peristiwa atau kegiatan yang dilakukan akan menuai hasil atau peluang untuk mengalami keuntungan atau justru berdampak pada kerugian. Berbicara dalam konteks mitigasi risiko (*security mitigation*), dimulai dari tahapan mengidentifikasi risiko terhadap eksposur risiko (potensi) risiko yang sering muncul atau terjadi. Selanjutnya dilakukan mitigasi. Dimana kata mitigasi risiko berarti lebih kepada pencegahan terhadap risiko selanjutnya dilakukan penyelesaian dan monitoring untuk perbaikan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), mitigasi adalah kata benda yang memiliki 2 (dua) makna tergantung konteks penggunaannya. Makna pertama, mitigasi adalah upaya menjadikan berkurang kekasaran atau kesuburannya (tentang tanah dan sebagainya). Sedangkan makna kedua, mitigasi adalah tindakan mengurangi dampak bencana. Mitigasi adalah kata yang memiliki padanan kata dalam Bahasa Inggris, *mitigation*. Definisi *mitigation* dalam Bahasa Inggris, mitigasi adalah tindakan mengurangi keparahan, keseriusan, atau rasa sakit dari sesuatu. Menurut *Cambridge Dictionary*, mitigasi adalah tindakan mengurangi seberapa berbahaya, tidak menyenangkan, atau buruknya sesuatu. Sementara itu menurut Merriam-Webster, mitigasi adalah tindakan mengurangi sesuatu atau keadaan yang

dikurangi proses atau hasil membuat sesuatu yang kurang parah, berbahaya, menyakitkan, keras, atau merusak. Definisi mitigasi menurut Merriam-Webster, mitigasi adalah tindakan mengurangi sesuatu atau keadaan yang dikurangi: proses atau hasil membuat sesuatu yang kurang parah, berbahaya, menyakitkan, keras, atau merusak. Definisi mitigasi menurut Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana, mitigasi adalah serangkaian upaya untuk mengurangi risiko bencana, baik melalui pembangunan fisik maupun penyadaran dan peningkatan kemampuan menghadapi bencana. Dari sejumlah definisi tersebut ada kesamaan komponen makna, yakni mengurangi sesuatu yang terkait dengan risiko, dampak, buruk, atau hal-hal yang tidak diinginkan. Dengan kata lain menurut pendapat penulis bisa dikatakan bahwa mitigasi adalah serangkaian upaya yang dilakukan untuk mengurangi risiko, dampak buruk atau hal lain yang tidak diinginkan, akibat dari suatu peristiwa, yang umumnya adalah bencana. Mitigasi adalah upaya yang bertujuan untuk menurunkan risiko dan dampak dari kerugian. Mitigasi adalah hal penting yang perlu diketahui untuk setidaknya mengurangi dampak dari kerugian. Mitigasi adalah langkah yang memiliki sejumlah prosedur dan tahapan guna mengurangi risiko dan dampak dari kerugian. Teori risiko dalam konteks perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* dalam transaksi jual beli menurut penulis bertujuan untuk memitigasi risiko hukum terhadap eksposur risiko hukum yang mungkin timbul dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace* di era digital sangatlah penting dan diperlukan dalam melindungi konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* dalam transaksi jual beli yang berdasarkan Asas Keadilan serta dilandaskan pada Prinsip Kejujuran dan Keterbukaan harus senantiasa menyertai supaya meminimalisir terjadinya permasalahan hukum dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

Dilihat dari *Middle Theory*, juga terdapat Teori Pengawasan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBB), maka yang dimaksudkan dengan pengawasan adalah berasal dari kata 'awas' yang berarti mengamati dan menjaga baik-baik. Definisi pengawasan menurut para ahli, diantaranya dikemukakan oleh Hendry Fanyol menyebutkan definisi dari pengawasan; yaitu "*Control consist in veryfying wether everything accur in comformity with the plan asopted, the instruction issued and principles established. It has for object to point out weaknesses and errors in to rectivity then and prevent recurrence.*" Dimana pengawasan merupakan realitas bahwa hakikat merupakan suatu tindakan menilai (menguji) apakah sesuatu telah berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan. Melalui pengawasan tersebut akan dapat ditemukan kesalahan kesalahan yang akhirnya kesalahan-kesalahan tersebut akan dapat diperbaiki dan yang terpenting jangan sampai kesalahan tersebut terulang kembali. Selain itu, definisi pengawasan dikemukakan juga oleh George R. Terry yang dikutip Muchsan yang mendefinisikan pengertian pengawasan sebagai berikut: "*Control is to determine what is accomplished evaluate it, and apply corrective measure, if needed to result in keeping with the plan.*" Dimana pengawasan merupakan suatu tindakan yang menitikberatkan pada tindakan evaluasi serta koreksi terhadap hasil yang dicapai, dengan maksud agar hasil tersebut sesuai dengan rencana.

Dengan demikian tindakan pengawasan itu tidak dilakukan terhadap suatu proses kegiatan yang sedang berjalan, akan tetapi justru pada akhir suatu kegiatan setelah kegiatan tersebut menghasilkan sesuatu. Dikaitkan dengan pelaksanaan transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, maka peranan secara kelembagaan/institusi Lembaga/Institusi/Badan dalam melakukan penyelenggaraan dan pengawasan yang saling berkoordinasi antar lembaga/instansi/badan terhadap perlindungan konsumen sangatlah

penting dalam mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Peranan pengawasan baik dari Pemerintah dalam hal ini Kementerian Perdagangan maupun Pemerintah Daerah, Kementerian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO) sebagai lembaga pemerintah Indonesia yang bertanggung jawab atas pengaturan dan pengawasan dalam bidang komunikasi dan informasi, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang bertugas melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen, sedangkan BPSK melakukan pengawasan hanya sebatas terhadap pencantuman klausula baku. Pengertian pengawasan menurut Robert J. Mockler berpendapat bahwa pengawasan manajemen adalah suatu usaha sistematis untuk menetapkan standar pelaksanaan dengan tujuan-tujuan perencanaan, merancang sistem informasi, umpan balik, membandingkan kegiatan nyata dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya, menentukan dan mengukur penyimpangan-penyimpangan serta mengambil tindakan koreksi yang diperlukan untuk menjamin bahwa semua sumber daya perusahaan dipergunakan dengan cara efektif dan efisien dalam pencapaian tujuan-tujuan perusahaan. Definisi pengawasan juga dikemukakan oleh Newman yang berpendapat bahwa; "*Control is assurance that the performance conform to plan.*" Ini berarti bahwa titik berat pengawasan adalah suatu usaha untuk menjamin agar pelaksanaan suatu tugas dapat sesuai dengan rencana. Karena itu, pengawasan merupakan suatu tindakan yang dilakukan selama proses suatu kegiatan sedang berjalan. Senada dengan pengertian tersebut kita dapat melihat definisi pengawasan yang disampaikan oleh Irham Fahmi mengatakan bahwa pengawasan secara umum dapat didefinisikan sebagai cara suatu organisasi mewujudkan kinerja yang efektif dan efisien, serta lebih jauh mendukung terwujudnya visi dan misi suatu organisasi. Pengawasan ialah proses pemantauan, penelitian, dan pelaporan rencana atas pencapaian tujuan yang telah ditetapkan untuk tindakan korektif guna penyempurnaan lebih lanjut. Menurut Yohannes Yahya mendefinisikan pengawasan dapat didefinisikan sebagai proses untuk menjamin bahwa tujuan-tujuan organisasi dan manajemen dapat tercapai. Ini berkenaan dengan cara-cara membuat kegiatan-kegiatan sesuai yang direncanakan. Pengertian ini menunjukkan adanya hubungan yang sangat erat antara perencanaan dan pengawasan.

Menurut S.P. Siagian yang menggambarkan pengawasan sebagai berikut suatu "Proses pengamatan dari pada pelaksanaan seluruh kegiatan organisasi untuk menjamin agar pekerjaan yang sedang dilaksanakan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan." Pendapat Siagian ini sama dengan Newman dimana pengawasan menitikberatkan pada tindakan pengawasan pada proses yang sedang berjalan atau dilaksanakan. Pengawasan tidak dilaksanakan pada akhir suatu kegiatan, justru pengawasan dilaksanakan pada dalam menilai dan mewarnai hasil yang akan dicapai oleh kegiatan yang sedang dilaksanakan tersebut. Berdasarkan definisi pengawasan yang dikemukakan oleh para ahli tersebut di atas di atas, maka menurut penulis pengawasan adalah kegiatan untuk menilai suatu pelaksanaan tugas secara *de facto*. Sedangkan tujuan pengawasan hanyalah terbatas pada pencocokan apakah kegiatan yang dilaksanakan telah sesuai dengan tolak ukur yang telah ditentukan sebelumnya. Dari definisi tersebut juga diperoleh suatu konsep pemahaman bahwa perlu dilakukannya pemantauan dan pelaporan rencana atas pencapaian tujuan yang telah ditetapkan untuk tindakan korektif guna penyempurnaan lebih lanjut yang dititikberatkan pada proses yang sedang berjalan atau dilaksanakan. Suatu pengawasan yang dilakukan secara rutin ataupun

berkala didalam organisasi perlu dilakukan pemantauan, Hal ini bukan dilakukan untuk mencari kesalahannya tetapi untuk mendidik, membimbing dan mengarahkannya. Tanpa adanya pengawasan yang baik tentunya akan menghasilkan tujuan yang kurang memuaskan, baik bagi organisasi itu sendiri maupun bagi para pekerjanya. Selain dari Teori Risiko dan Teori Pengawasan, dari aspek *Middle Theory*, juga terdapat Teori Unifikasi dan Harmonisasi Hukum. Banyak pendapat ahli hukum yang mendefinisikan mengenai Teori Unifikasi dan Harmonisasi Hukum. Diantaranya, yaitu menurut Annisa, yang dimaksudkan dengan unifikasi hukum adalah mengacu pada upaya untuk menciptakan keseragaman dalam hukum yang berlaku bagi seluruh warga negara di suatu negara tertentu. Istilah harmonisasi hukum ini muncul dalam kajian ilmu hukum pada tahun 1992 di Jerman. Kajian harmonisasi hukum ini dikembangkan dengan tujuan untuk menunjukkan bahwa dalam dunia hukum kebijakan pemerintah dan hubungan diantara keduanya terdapat keanekaragaman yang dapat mengakibatkan disharmoni. Dalam hal cakupan harmonisasi hukum, L.M. Gandhi yang mengutip buku *tussen eenheid en verscheidenheid: Opstellen over harmonisatie instaat en bestuurecht* (1988) mengatakan bahwa harmonisasi dalam hukum adalah mencakup penyesuaian peraturan perundang-undangan, keputusan pemerintah, keputusan hakim, sistem hukum dan asas-asas hukum dengan tujuan peningkatan kesatuan hukum, kepastian hukum, keadilan (*justice, gerechtigheid*) dan kesebandingan (*equit, billijkeid*), kegunaan dan kejelasan hukum, tanpa mengaburkan dan mengorbankan pluralisme hukum kalau memang dibutuhkan. Badan Pembinaan Hukum Nasional dalam buku yang disusun oleh Moh. Hasan Wargakusumah dan kawan-kawan menyatakan bahwa harmonisasi hukum adalah kegiatan ilmiah untuk menuju proses pengharmonisasian tertulis yang mengacu baik pada nilai-nilai filosofis, sosiologis, ekonomis maupun yuridis.

Dalam pelaksanaannya, kegiatan harmonisasi adalah pengkajian yang komprehensif terhadap suatu rancangan peraturan perundang-undangan, dengan tujuan untuk mengetahui apakah rancangan peraturan tersebut, dalam berbagai aspek, telah mencerminkan keselarasan atau kesesuaian dengan peraturan perundang-undangan nasional lain, dengan hukum tidak tertulis yang hidup dalam masyarakat, atau dengan konvensi-konvensi dan perjanjian-perjanjian internasional, baik bilateral maupun multilateral, yang telah diratifikasi oleh Pemerintah RI. Sedangkan harmonisasi hukum dianggap sebagai kegiatan ilmiah yang komprehensif, yang mencakup pengkajian terhadap rancangan peraturan perundang-undangan untuk mengetahui kesesuaiannya dengan peraturan perundang-undangan nasional lain, hukum tidak tertulis yang hidup dalam masyarakat, atau konvensi-konvensi dan perjanjian-perjanjian internasional yang telah diratifikasi oleh Pemerintah. Tujuan utama dari harmonisasi adalah untuk mencapai peraturan perundang-undangan yang sinkron, selaras, serasi, seimbang, terintegrasi, dan konsisten serta taat asas. Dalam praktiknya, harmonisasi dan sinkronisasi hukum dilakukan pada saat perancangan peraturan perundang-undangan dan juga terhadap produk hukum yang telah terbentuk karena dinamika hukum, seperti dibentuk atau diundangkannya suatu peraturan perundang-undangan baru yang menyebabkan beberapa produk hukum menjadi tidak harmonis atau tidak sinkron dengan peraturan perundang-undangan yang baru diundangkan.

Teori unifikasi dan harmonisasi hukum mencakup konsep-konsep yang bertujuan untuk menciptakan keselarasan dan konsistensi dalam sistem hukum, baik dalam konteks

dalam konteks peraturan perundang-undangan yang sedang dibuat maupun yang telah berlaku. Proses ini melibatkan pengharmonisasian materi muatan rancangan undang-undang dengan berbagai prinsip dan hukum yang lebih tinggi atau yang setingkat, termasuk Pancasila, UUD 1945, dan peraturan perundang-undangan lainnya. Menurut Fitriani Ahlan Sjarif, harmonisasi ini dilakukan untuk memastikan bahwa peraturan baru tidak bertentangan dengan peraturan yang sudah ada, baik secara vertikal (peraturan yang lebih tinggi mengesampingkan peraturan yang lebih rendah) maupun secara horizontal (peraturan yang baru mengesampingkan peraturan yang lebih lama). Secara keseluruhan, menurut peneliti Unifikasi hukum adalah penyatuan hukum yang berlaku secara nasional atau penyatuan pemberlakuan hukum secara nasional. Teori unifikasi dan harmonisasi hukum menekankan pentingnya keselarasan dan konsistensi dalam sistem hukum untuk memastikan bahwa hukum yang berlaku adil, efektif, dan mudah dipahami oleh masyarakat. Harmonisasi dalam Teori Hukum ini tidak hanya diartikan harmonisasi dalam penerapan/pelaksanaan aturan hukumnya saja, tetapi harmonisasi dari sisi produk hukum dan juga instansinya.

Ketiga, *Applied Theory*, meliputi Teori Perlindungan Hukum, dimana menurut Teori ini sebagai *Applied Range Theory*, maka dapat dilihat beberapa pendapat para ahli diantaranya, yaitu Satjipto Raharjo mendefinisikan perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum. Menurut Philipus M. Hadjon berpendapat bahwa perlindungan hukum adalah perlindungan akan harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh subjek hukum berdasarkan ketentuan hukum untuk menghindari dari tindakan kesewenang-wenangan. C.S.T. Kansil sendiri mendefinisikan Perlindungan Hukum adalah Perlindungan Hukum adalah berbagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun. Sedangkan Menurut Philipus M. Hadjon perlindungan hukum adalah sebagai kumpulan peraturan atau kaidah yang akan dapat melindungi suatu hal dari hal lainnya. Selain itu menurut Muktie, A. Fadjar, mendefinisikan perlindungan hukum lebih kepada penyempitan arti dari perlindungan, dalam hal ini hanya perlindungan oleh hukum saja. Perlindungan yang diberikan oleh hukum, terkait pula dengan adanya hak dan kewajiban, dalam hal ini yang dimiliki oleh manusia sebagai subyek hukum dalam interaksinya dengan sesama manusia serta lingkungannya. Sebagai subyek hukum manusia memiliki hak dan kewajiban untuk melakukan suatu tindakan hukum. Dalam menjalankan dan memberikan perlindungan hukum dibutuhkannya suatu tempat atau wadah dalam pelaksanaannya yang sering disebut dengan sarana perlindungan hukum. Sarana perlindungan hukum dibagi menjadi 2 (dua) macam, yaitu sebagai berikut:

1. Sarana Perlindungan Hukum Preventif

Pada perlindungan hukum *preventif* ini, subyek hukum diberikan kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu pemerintah mendapat bentuk yang definitif. Tujuannya adalah mencegah terjadinya sengketa. Perlindungan hukum preventif sangat besar artinya bagi tindakan pemerintahan yang didasarkan pada kebebasan bertindak karena dengan adanya perlindungan hukum

yang preventif pemerintah terdorong untuk lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan yang didasarkan pada diskresi. Di Indonesia belum ada pengaturan khusus mengenai perlindungan hukum *preventif*. Namun, jika dilihat dari konteks mengkritisi UUPK lebih kepada bagaimana makna filosofis dari tahap perencanaan sampai dengan pembuatan produk perundang-undangan tersebut dapat memberikan perlindungan kepada konsumen, sehingga terwujud keadilan dan kepastian hukum bagi konsumen dan juga pelaku usaha. Namun, perlindungan hukum kepada *marketplace* dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* belum diakomodir pengaturannya.

2. Sarana Perlindungan Hukum *Represif*

Perlindungan hukum yang *represif* bertujuan untuk menyelesaikan sengketa. Penanganan perlindungan hukum oleh Pengadilan Umum dan Peradilan Administrasi di Indonesia termasuk kategori perlindungan hukum ini dan dapat dikaitkan dengan tujuan dari negara hukum. Dalam konteks perlindungan hukum terlihat dari aspek mendudukan hak-hak yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* pada saat terjadinya sengketa.

Dalam konteks perlindungan Hukum terhadap konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*, maka Teori Perlindungan Hukum menurut penulis lebih diartikan sebagai perlindungan dan pengakuan terhadap hak-hak para pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace* untuk menghindari dari tindakan kesewenang-wenangan.

Selanjutnya dari aspek *Applied Theory*, terdapat juga Teori Perjanjian. Istilah perjanjian berasal dari Bahasa Belanda yaitu *overeenkomst*, dan dalam Bahasa Inggris dikenal dengan istilah *contract / agreement*. "Menurut Fuady banyak definisi tentang kontrak telah diberikan dan masing-masing bergantung kepada bagian-bagian mana dari kontrak tersebut yang dianggap sangat penting dan bagian tersebutlah yang ditonjolkan dalam definisi tersebut". Selain itu Subekti juga memberikan definisi tersendiri mengenai perjanjian, menurut Subekti, perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seorang berjanji kepada orang lain atau dimana 2 (dua) orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal. Dari peristiwa tersebut timbulah suatu hubungan antara 2 (dua) orang tersebut yang disebut dengan perikatan. Perjanjian dirumuskan dalam KUHPerdara yang menentukan bahwa : "Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih." Perjanjian ini merupakan suatu peristiwa hukum, dimana seorang berjanji kepada orang lain atau 2 (dua) orang saling berjanji untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Pada dasarnya, perjanjian jual beli *online* pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* menurut penulis sama dengan perjanjian jual beli pada umumnya, dimana dipersyaratkan terjadinya kesepakatan antara pihak penjual dan pembeli mengenai barang atau jasa yang diperdagangkan serta harga atas barang atau jasa tersebut.

Pada transaksi jual beli melalui internet, bila para pihak terkait melakukan hubungan hukum melalui suatu bentuk perjanjian, menurut Pasal 1 butir 17 UU ITE disebut sebagai kontrak elektronik. Perjanjian dalam kontrak jual beli melalui *platform marketplace* merupakan suatu perjanjian *take it or leave it*, sehingga jika konsumen setuju, maka ia akan menyetujui perjanjian tersebut, jika tidak maka konsumen tidak perlu melakukan persetujuan dan proses transaksi pun batal atau tidak terjadi. Dalam permasalahan

pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* tersebut, kedudukan pelaku usaha dan konsumen cenderung tidak seimbang, sehingga konsumen selalu berada dalam posisi yang lemah. Untuk itu, konsumen dalam hal ini yang disebut sebagai pembeli harus lebih memahami mengenai syarat sahnya perjanjian dan memahami tentang klausula baku yang diberlakukan oleh pelaku usaha demi menghindari kerugian yang disebabkan oleh tindak kelalaian yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Dimana menurut-UUPK, klausula baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen. Dari *Applied Theory*, juga terdapat Teori Keseimbangan Hukum. Asas keseimbangan dapat dikategorikan ke dalam asasbersifat universal dikarenakan banyak ditemukan atau dipergunakan sekaligus pada beragam bidang hukum. Asas keseimbangan sebagai asas bersifat universal di dalam hukum, dapat dibuktikan dari adanya perbedaan nuansa manakala asas keseimbangan diterapkan pada bidang-bidang hukum yang berbeda. Terdapat titik berat pemaknaan menurut kepentingan atau kebutuhan yang berbeda. Asas hukum ada yang memiliki sifat universal, luas, atau umum dan ada yang memiliki sifat partikular, sempit, atau khusus. Adanya kenyataan asas yang berlaku spesifik tersebut terlihat dari adanya asas hukum perdata, asas hukum pidana, atau asas hukum administrasi negara. Asas Keseimbangan dalam Hukum Perdata, lebih menitikberatkan pemikiran pada persoalan penyalarsan diantara pranata-pranata hukum keperdataan. Penyalarsan perlu dilakukan antara pola pikir individual yang mendasari penerbitan norma Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan pola pikir komunal dalam hukum perdata adat. Muncul tuntutan agar terdapat ketegasan kriteria berkaitan dengan kualifikasi prestasi yang harus diimbangi dengan kontraprestasi dalam bentuk konkret dan kontan. Berdasarkan asas keseimbangan dapat dimunculkan kriteria atau norma kontrak dengan kualifikasi bahwa semua kontrak dilakukan secara terbuka. Dengan demikian asas keseimbangan mendapat daya dukung dari asas keterbukaan agar dapat dikatakan sebagai berkeadilan. Sesuai dengan UUPK, maka mendefinisikan “asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual”.

Asas Keseimbangan dalam Hukum Administrasi Negara, lebih menitik beratkan pemikiran pada persoalan antara ganjaran hukuman dan kelalaian pegawai. Muncul tuntutan agar terdapat ketegasan kriteria berkaitan dengan kualifikasi kesalahan sejalan dengan kepastian hukum. Berdasarkan asas keseimbangan dapat dimunculkan kriteria atau norma berupa pelanggaran disiplin pegawai dengan kualifikasi ringan, sedang, atau berat. Dengan demikian asas keseimbangan mendapat daya dukung dari asas kepastian hukum agar dapat dikatakan sebagai berkeadilan. Asas keseimbangan dikaitkan terhadap salah satu mentalitas hukum adat, yaitu komunal. Pengikatan diri pada suatu kontrak misalnya, maka hak dan kewajiban yang muncul harus dipahami dalam konteks dari semangat komunal. Oleh karena itu proses pemahaman terhadap asas keseimbangan sebagai asas universal, tetap berada di dalam batas-batas pilihan asas partikular yang urgen, relevan, patut, dan wajar dalam mendukung kepentingan komunal. Menurut Mackenzie yang dimaksudkan Teori Keseimbangan adalah keseimbangan antara syarat-syarat yang ditentukan oleh undang-undang dan kepentingan pihak pihak yang tersangkut atau berkaitan dengan perkara. Selanjutnya menurut teori Hegel, mensyaratkan adanya suatu keseimbangan antara kejahatan yang dilakukan dengan pidana yang harus dijatuhkan. Seimbang disini tidak

berarti harus sejenis melainkan cukup apabila pidana yang dijatuhkan mempunyai nilai yang sama dengan kejahatan yang telah dilakukan oleh pelakunya. Herlien Budiono dalam bukunya Asas Keseimbangan Bagi Hukum Perjanjian Indonesia, mencoba memberikan gambaran sebagai berikut : “Sebagaimana dimaknai dalam bahasa sehari-hari, kata seimbang (*evenwicht*) menunjuk pada pengertian suatu keadaan pembagian beban di kedua sisi berada dalam keadaan seimbang. Dengan demikian menurut Herlien Budiono bahwa asas keseimbangan pada satu sisi dibatasi oleh kehendak, yang dimunculkan oleh pertimbangan atau keadaan yang menguntungkan. Sedangkan pada sisi lain asas keseimbangan dibatasi oleh keyakinan terhadap pengejawantahan dari hasil yang dikehendaki. Berkaitan dengan kehendak dan keyakinan dalam suatu janji misalnya, harus dialami sebagai sesuatu yang layak dan nalar. Oleh karena itu apabila terjadi sebaliknya, yaitu kondisi yang tidak layak dan tidak nalar, berarti telah terjadi ketidakseimbangan karena tidak sesuai dengan bayangan yang diharapkan. Janji para pihak hanya akan dianggap mengikat sepanjang adanya keseimbangan hubungan antara kepentingan perseorangan dan kepentingan umum, atau adanya keseimbangan antara kedua belah pihak sebagaimana diharapkan. Keseimbangan merupakan tuntutan etis dalam melakukan perjanjian.

Asas keseimbangan pada dasarnya dikonstruksikan sebagai suatu pemikiran yang memiliki nilai atau tujuan baik, yang mengarah pada terselenggaranya aktivitas secara wajar dan patut, sehingga pada akhirnya tercapai tujuan keadilan. Untuk itu proses pemahaman terhadap asas keseimbangan berkaitan erat dengan makna keterpaduan, keserasian, kesepadanan, persamaan, kesetimbangan dalam hak dan kewajiban secara proporsional. Apabila asas Keseimbangan dikaitkan dengan Asas Kepastian Hukum, maka titik temunya adalah pada aspek persamaan, di mana asas kepastian hukum diantaranya mengedepankan perlakuan sama pemberlakuan perundang-undangan atau hukum positif terhadap semua anggota masyarakat. Makna yang muncul dengan dipenuhinya asas keseimbangan akan dapat memberikan jaminan ketegasan kaidah dan sanksi penegakan hukum terhadap masyarakat. Dengan terciptanya norma, sanksi, dan penegakan hukum yang tegas di dalam masyarakat, berarti asas keseimbangan menjadikan adanya kepastian hukum bagi masyarakat. Norma hukum yang dibuat dan ditegakkan berdasarkan asas keseimbangan, mengandung makna bahwa keberadaan hukum yang bersangkutan telah sesuai dengan nilai kepastian di dalam masyarakat. Teori Keseimbangan Hukum dalam memitigasi perlindungan hukum yang seimbang pada perdagangan transaksi jual beli pada *platform marketplace* pada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berdasarkan asas kepastian hukum berfokus pada penciptaan keseimbangan antara perlindungan hukum yang diberikan kepada ketiga pihak tersebut dalam kegiatan bisnis yang sehat. Pengertian keseimbangan ini selaras dengan tujuan hukum menurut Purnadi Purbacaraka dan Soerjono Soekanto, yaitu diantaranya keseimbangan dalam perlindungan hak-hak antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* yang bertujuan untuk menciptakan keseimbangan keadilan dan ketertiban dalam masyarakat. Ini melibatkan adanya pengaturan keseimbangan antara hak dan kewajiban serta penyelesaian konflik. Dalam konteks transaksi jual beli melalui *platform* perdagangan *online (marketplace)*, keseimbangan hukum ini berarti bahwa perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace* harus seimbang dan tidak mengganggu keseimbangan antara ketiga pihak tersebut. Dalam teori ini, perlindungan hukum bagi konsumen meliputi hak-hak yang diberikan kepada mereka untuk memperoleh

informasi yang jelas dan akurat tentang produk atau jasa yang mereka beli, serta hak untuk memperoleh ganti rugi jika produk atau jasa yang mereka beli tidak sesuai dengan spesifikasi yang diberikan. Perlindungan hukum bagi pelaku usaha meliputi hak-hak yang diberikan kepada mereka untuk beroperasi secara sah dan untuk memperoleh keuntungan dari bisnis mereka, serta hak mereka untuk memperoleh perlindungan hukum jika mereka mengalami kerugian karena tindakan yang tidak sah dari pihak lain.

Dalam praktek, teori keseimbangan hukum ini dapat diterapkan melalui berbagai cara, seperti dengan memberikan edukasi kepada konsumen tentang hak-hak mereka dan kewajiban mereka dalam transaksi bisnis, serta dengan memberikan perlindungan hukum yang seimbang kepada pelaku usaha dan *marketplace*. Dengan demikian, teori keseimbangan hukum dapat membantu menciptakan lingkungan bisnis yang sehat dan adil, di mana semua pihak dapat beroperasi dengan aman dan seimbang. Teori keseimbangan hukum dalam *platform marketplace* dilihat sebagai suatu cara untuk mencapai kepastian hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace*. Keseimbangan ini berarti bahwa perlindungan hukum yang diberikan kepada ketiga pihak tersebut harus seimbang dan tidak mengganggu keseimbangan antara ketiga pihak tersebut. Bahwa kehadiran *platform marketplace* juga memberikan manfaat bagi masyarakat secara umum, bukan hanya bagi pihak penjual, namun juga bagi pembeli. Kepastian hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace* sangat penting untuk memastikan bahwa transaksi bisnis yang dilakukan melalui *platform* perdagangan *online* dapat berjalan dengan aman dan seimbang. Teori keseimbangan hukum dalam *platform marketplace* dilihat sebagai suatu cara untuk memastikan bahwa perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace* seimbang dan tidak mengganggu keseimbangan antara ketiga pihak tersebut. Berfokus pada penciptaan kesetimbangan antara perlindungan hukum yang diberikan kepada ketiga pihak tersebut dalam kegiatan bisnis yang sehat. Teori keseimbangan hukum ini sangat penting untuk memastikan bahwa transaksi bisnis yang dilakukan melalui *platform marketplace* dapat berjalan dengan aman dan seimbang. Dalam sintesis, Teori keseimbangan hukum dalam memitigasi perlindungan hukum yang seimbang pada transaksi jual beli pada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berdasarkan asas kepastian hukum berarti mencapai suatu kesetimbangan antara perlindungan hukum yang diberikan kepada ketiga pihak tersebut dalam kegiatan bisnis yang sehat. Keseimbangan ini berarti bahwa perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace* harus seimbang dan tidak mengganggu keseimbangan antara ketiga pihak tersebut. Berdasarkan asas keseimbangan berarti telah terjadinya keadaan kesepadanan yang diharapkan oleh para pihak dalam mengikatkan suatu perbuatan hukum, yang didasarkan atas kehendak dan keyakinan secara wajar dan layak dengan memperhatikan nilai etik, sosial dan hukum yang berlaku di masyarakat. Dari uraian tersebut di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa asas keseimbangan sangat penting di dalam semua bidang hukum, karena dengan asas keseimbangan ini nilai-nilai keseimbangan antara hak dan kewajiban dapat diwujudkan secara nyata dalam bentuk norma-norma baik hukum maupun non hukum. Teori keseimbangan dalam perlindungan hukum pada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berfokus pada penciptaan kesetimbangan antara perlindungan hukum yang diberikan kepada ketiga pihak tersebut dalam kegiatan bisnis yang sehat. Dalam konteks ini, keseimbangan berarti bahwa perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace* harus seimbang dan tidak mengganggu keseimbangan antara ketiga pihak tersebut.

Terkait *Applied Theory*, juga terdapat Teori Ganti Rugi. Sesuai dengan Teori ganti rugi dalam platform marketplace, kita mengenal adanya Teori *Caveat Emptor* dan Teori *Caveat Venditor*. Istilah *Caveat Emptor* berasal dari bahasa Latin yang berarti pembeli harus berwaspada. Jika pembeli tidak berhati-hati dalam pembeliannya, ia akan bertanggung jawab sendiri dan memikul seluruh risiko atas pembelian yang tidak menguntungkannya. Seiring berjalannya waktu, pada akhir abad 19 pengadilan-pengadilan di 30 Amerika Serikat mulai menerapkan Teori *Caveat Venditor* (berwaspadalah penjual). Dalam teori ini penjual bertanggung jawab penuh jika barang yang dijual merugikan konsumen. Akibatnya penjual harus dapat menjamin kualitas (*warranty of quality*) barang yang mereka jual. Perkembangan yang terjadi di abad 19 ini sangat mempengaruhi implementasi progresif hak-hak substantif konsumen. Semua teori-teori tersebut di atas diperlukan dalam penelitian ilmiah untuk memberikan landasan sebagai pendekatan dalam memecahkan permasalahan hukum dalam penelitian ini. Bangunan suatu teori mengabstrak dari sejumlah konsep yang disepakati dalam definisi-definisi yang berkaitan secara sistematis dan digeneralisasi untuk menjelaskan dan memprediksi suatu fenomena serta akan mengalami perkembangan.

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian hukum normatif yang didukung dan dilengkapi dengan mempergunakan data primer dan data sekunder. Jenis penelitian ini dikenal dengan metode penelitian normatif. Teknik pengumpulan data meliputi; pengumpulan data sekunder (data kepustakaan) melalui penelitian kepustakaan (*library research*) dan studi dokumen serta studi lapangan (*field research*) melalui serangkaian teknik wawancara terstruktur dengan responden dan informan serta nara sumber atau daftar pertanyaan dan pengamatan (*observasi*) atau survey lapangan terhadap lokasi penelitian yang akan dilakukan. Kemudian terhadap Data primer yang diperoleh dianalisis secara deskriptif analisis.

Perdagangan elektronik, yang biasa dikenal dengan *e-commerce* adalah sistem jual beli produk barang atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik, seperti internet dan jaringan komputer. Dimana perdagangan *online* melalui *marketplace* sebagai salah satu kategori dari *marketplace* di Indonesia akhir-akhir ini semakin menjanjikan, perkembangannya semakin pesat, jauh melampaui ekspektasi, bahkan telah membentuk gaya belanja masyarakat konsumen. Media elektronik telah menjadi salah satu *trend setter* sarana bisnis dan komunikasi. Perdagangan elektronik terus berkembang pada tahun 1980an dan 1990an hingga sekarang. Apalagi di masa pandemi Covid-19, perdagangan *online* melalui *marketplace* semakin diminati, namun di sisi lain berdampak menimbulkan potensi risiko, sehingga perlu dilakukan mitigasi risiko.

Berbicara mengenai mitigasi risiko, maka selaras dengan pendapat yang dikemukakan oleh Eddie Cade yang mengartikan risiko adalah *exposure to uncertainty of outcome*. Pada kata *outcome* tidak selalu diartikan sebagai suatu kerugian. Dimana pada suatu kondisi yang diinginkan, kata *outcome* dapat diartikan sebagai keuntungan. Sedangkan George J. Benston yang memberikan definisi risiko merupakan *The probability that any event, or set of event, might occur. It usually denotes a negative or undesired event-one that will cause a financial institution (hereafter generally called a bank) to fail rather than to be very successful*. Hal ini dimaksudkan sebagai peluang kegagalan yang terjadi jauh lebih besar, jika dibandingkan dengan kemungkinan tercapainya suatu keberhasilan. Menurut Ari Kristin Prasetyoningrum, karakteristik dari risiko, yaitu adalah ketidakpastian suatu peristiwa terjadi dan adalah ketidakpastian jika suatu peristiwa apabila terjadi akan menimbulkan kerugian.

Mitigasi risiko (*risk mitigation*) pada transaksi jual beli pada *platform marketplace* dalam hubungannya dengan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen dan pelaku usaha dengan lebih menyoroti upaya untuk meminimalisir dampak risiko terhadap potensi risiko yang mungkin timbul dalam perdagangan *online* melalui *marketplace*. Mitigasi risiko pada transaksi jual beli pada *platform marketplace* adalah upaya untuk mengurangi kemungkinan terjadinya risiko atau dampak yang merugikan dalam transaksi pembelian atau penjualan melalui media *online*. Risiko dalam transaksi perdagangan *elektronik* melalui *marketplace* dapat berasal dari berbagai faktor, seperti keamanan informasi, penipuan, ketidakcocokan produk, dan kegagalan pengiriman atau penerimaan barang. Adapun berbagai langkah atau strategi dalam *e-commerce* yang berkaitan dengan perlindungan hukum untuk konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace* melibatkan berbagai langkah dan strategi. Mitigasi risiko sebagai upaya *non penal* untuk mengurangi atau menghindari risiko yang terkait dengan operasi *transaksi* jual beli melalui *platform marketplace*. Hal ini dikarenakan dalam transaksi perdagangan *elektronik* melalui *marketplace*, sering terjadi barang yang dipesan/dibeli tidak sesuai dengan yang dipesan oleh konsumen, barang yang dipesan/dibeli tidak sesuai dengan jenis dan kualitas barang yang dijanjikan dan terlebih lagi. Konsumen ekstrim mengalami penipuan *online*. Terkadang barang yang dibeli tidak sampai karena adanya wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha yang tidak mau mengirimkan barang pesanan, sehingga akibatnya konsumen tidak menerima barang tersebut. Padahal konsumen telah mengalihkan barang pesannya karena alasan tertentu. Ketidaktepatan dalam pengiriman barang, akses sistem informasi secara ilegal (*hacking*), pencurian data dan perusakan *website* serta yang tidak kalah pentingnya adalah penyalahgunaan data pribadi konsumen dalam transaksi *electronic commerce* yang dilakukan oleh pedagang/pelaku usaha *e-commerce*. Diketahui kadang terdapat barang yang diperjualbelikan di toko *online* bukanlah barang yang asli, namun ada juga barang yang dibeli konsumen telah lolos pemeriksaan keaslian di toko tersebut. Faktanya, toko *online* abal-abal sering ditemukan. Biasanya penipu yang menyamar sebagai penjual *online* abal-abal di *marketplace* dan media sosial menjual barang di bawah harga pasar. Dengan begitu, calon pembeli langsung tertarik untuk melakukan transaksi. Dengan cara ini, dalam jual beli *online* melalui *platform marketplace*, terdapat juga pelaku usaha yang memberikan informasi palsu. Dimana dalam jual beli melalui *platform marketplace* terdapat larangan untuk tidak memberikan informasi palsu. Hal ini diatur secara tegas dalam UUPK, UU ITE dan UU Perdagangan.

Dalam perdagangan pada *platform marketplace*, setiap pelaku usaha bertanggung jawab untuk memberikan informasi yang lengkap dan benar kepada konsumen sebagaimana yang diatur dalam UU ITE dan UU Perdagangan, sedangkan konsumen berhak memperoleh informasi yang lengkap dan benar sebagaimana yang diatur dalam UUPK. Lebih lanjut, berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, untuk memberikan perlindungan hukum pada konsumen, maka kepada pelaku usaha yang melakukan pemalsuan merek atau jual beli terhadap produk yang ternyata merupakan hasil tindak pidana, akan dikenakan ancaman hukuman pidana bagi pelaku usaha yang melakukan pemalsuan merek atau jual beli produk / barang hasil dari suatu tindak pidana. Dimana terdapat 3 (tiga) jalur penyelesaian sengketa konsumen, yaitu penyelesaian sengketa oleh para pihak yang bersengketa dengan menempuh jalan damai dengan tidak menempuh penyelesaian melalui jalur peradilan atau dengan bantuan pihak ketiga yang netral, penyelesaian sengketa dengan melibatkan peran pengadilan dan penyelesaian sengketa di luar jalur peradilan

dengan melibatkan peran BPSK. Ke depan, pemerintah dipandang perlu untuk membuat peraturan perundang-undangan yang mengatur secara khusus (*lex specialis*) mengenai transaksi *online* secara dan konsumen dalam membeli barang secara *online* harus lebih berhati-hati dan konsumen harus berani memperjuangkan haknya atas kerugian yang dialaminya dengan menuntut pertanggungjawaban pelaku usaha.

Teori risiko dalam konteks perlindungan konsumen dan pelaku usaha dalam perdagangan *online* melalui *marketplace* bertujuan untuk memitigasi risiko hukum terhadap eksposur risiko hukum yang mungkin timbul dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace* di era digital sangatlah penting dan diperlukan dalam melindungi konsumen pelaku usaha dan *marketplace* dalam transaksi jual beli pada *platform* perdagangan *online* yang berdasarkan asas keadilan serta dilandaskan pada Prinsip Kejujuran dan Keterbukaan harus senantiasa menyertai supaya meminimalisir terjadinya permasalahan hukum dalam transaksi melalui *platform marketplace*. Dalam perdagangan secara elektronik yang menjelaskan bahwa informasi syarat kontrak, syarat kontrak itu sendiri, maupun kontrak yang disepakati oleh para pihak dalam transaksi atau perdagangan secara elektronik lebih menekankan pada langkah-langkah prosedur secara elektronik disbanding pemahaman para pihak secara substantif.

Terhadap hal tersebut di atas, konsumen dapat melaporkan masalah tersebut kepada *platform marketplace* yang digunakan untuk transaksi. *Platform marketplace* yang bertanggung jawab harus memberikan penyelesaian yang adil dan segera atas masalah yang terjadi berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku. Untuk itu, konsumen harus memastikan bahwa *platform marketplace* yang digunakan memiliki kebijakan perlindungan konsumen yang jelas dan mematuhi standar keamanan dan privasi yang berlaku. Konsumen juga dapat melaporkan kejadian penipuan atau produk palsu yang dialaminya ke pihak yang berwenang, seperti Kementerian Perdagangan atau Bareskrim Polri. Untuk itu, Konsumen untuk lebih teliti sebelum membeli. Jangan mudah tergiur dan terpengaruh dengan harga yang murah dari barang yang dijualbelikan.

Sesuai dengan Pasal 6 huruf (b) UUPK, pelaku usaha berhak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik. Pelaku usaha harus memastikan bahwa *platform marketplace* yang digunakan memiliki kebijakan perlindungan yang jelas dan memenuhi standar keamanan dan privasi yang berlaku. Pelaku usaha juga dapat meminta bantuan kepada lembaga atau organisasi yang terkait untuk membantu menyelesaikan masalah yang timbul dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Dalam perspektif perlindungan konsumen untuk meminimalisir potensi risiko terhadap tuntutan ganti rugi konsumen yang dirugikan. Mitigasi risiko yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha, yaitu pelaku usaha juga harus memastikan bahwa mereka memberikan informasi mengenai produk barang yang mereka jual secara jelas dan akurat dan memastikan bahwa konsumen dapat memahami informasi tersebut. Selain itu, pelaku usaha harus memastikan bahwa mereka tidak melakukan praktik bisnis yang menyesatkan atau merugikan konsumen. Untuk mengatasi risiko kerugian pada transaksi jual beli pada *platform marketplace*, pelaku usaha dapat meningkatkan sistem keamanan dan melakukan verifikasi identitas konsumen sebelum melakukan transaksi. Pelaku usaha juga dapat meningkatkan kualitas produk dan memberikan informasi tentang produk yang mereka jual secara jelas dan akurat. Selain itu, pelaku usaha dapat memperkuat kebijakan pengembalian dan menjamin bahwa konsumen dapat mengajukan klaim jika terjadi kerugian pada transaksi yang dilakukan.

Dalam melakukan transaksi jual beli pada *platform marketplace*, mitigasi risiko sangat penting untuk menjamin keamanan dan kepercayaan dalam transaksi *online*. Dengan melakukan beberapa langkah preventif dan memperhatikan faktor risiko yang mungkin terjadi, kita dapat mengurangi kemungkinan terjadinya risiko dan kerugian pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Mitigasi risiko diperlukan demi terciptanya perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen dan pelaku usaha. Untuk itu diperlukan aturan hukum yang dapat memberikan perlindungan hukum dalam rangka pemberdayaan konsumen. Hal ini bertujuan untuk menciptakan keseimbangan dalam melindungi hak-hak konsumen maupun pelaku usaha, sehingga terwujudnya perekonomian yang sehat yang berkeadilan dan berkepastian hukum. Berdasarkan Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diketahui bahwa asas keseimbangan merupakan salah satu asas yang digunakan pada perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* selain dari asas manfaat, keamanan dan keselamatan konsumen, serta keadilan dan kepastian hukum.

Pengertian asas keseimbangan menurut penjelasan UUPK adalah dimana antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah berada dalam posisi yang seimbang baik secara materiil dan spiritual. Pada dasarnya negara berkewajiban memberikan perlindungan hukum kepada warga negaranya khususnya terhadap produk yang baik dan halal, sebaliknya setiap warga negara juga berhak mendapatkan perlindungan hukum sebagai konsumen, sehingga dalam memberlakukan aturan hukum tersebut intervensi negara diperlukan melalui pembentukan sistem perlindungan hukum yang seimbang antar konsumendan pelaku usaha pada transaksi *e-niaga*. Asas keseimbangan hukum dalam rangka perlindungan hukum terhadap transaksi jual beli pada *platform marketplace* mengacu pada asas yang menjamin hak dan kewajiban konsumen, pelaku usaha, dan pasar bersifat seimbang dan adil. Prinsip ini penting untuk menjaga integritas dan keadilan dalam transaksi *e-commerce*. Dalam konteks konsumen, asas keseimbangan hukum berarti hak konsumen untuk memperoleh produk atau jasa yang berkualitas, informasi yang akurat dan jelas, serta perlindungan privasi dan data pribadi harus terjamin. Konsumen juga berhak memperoleh ganti rugi atau pengembalian dana apabila hak tersebut dilanggar. Bagi pelaku usaha, asas keseimbangan hukum berarti bagaimana peraturan perundang-undangan yang berlaku wajib untuk ditaati dan dipatuhi, antara lain dengan menyediakan produk atau jasa yang memenuhi standar mutu, konsumenmendapatkan informasi yang akurat dan jelas, serta melindungi privasi dan data pribadi konsumen. Di sisi lain, perlindungan hukum kepada pelaku usaha juga berhak untuk diberikan apabila terdapat pelanggaran ketentuan oleh konsumen terhadap klausula perjanjian yang telah disepakati. Perlindungan hukum secara umum diberikan kepada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* dalam transaksi pada *platform perdagangan online*. Pada hakikatnya asas keseimbangan dalam perlindungan hukum pada transaksi perdagangan elektronik menekankan mengenai pentingnya keseimbangan hak dan kewajiban semua pihak yang terlibat. Hal ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan transaksi pada *platform marketplace* yang berkeadilan berdasarkan Pancasila dan UUD 1945.

Selain berpotensi memunculkan kerugian pada konsumen dan pelaku usaha, pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* juga berpotensi memunculkan potensi risiko pada *marketplace*, sehingga perlu dilakukan identifikasi. Dimana *marketplace* dalam penyelenggaraan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* berpotensi mengalami potensi risiko kerugian. Sebagai sebuah *platform digital* yang mempertemukan

antara penjual dan pembeli dalam sebuah transaksi *e-commerce*, *marketplace* memiliki sistem keamanan yang baik, tetapi masih terdapat celah untuk dapat melakukan kecurangan, salah satunya dengan menjual barang yang tidak sesuai gambar. Kerugian yang menimpa *marketplace* terjadi tuntutan ganti rugi dari konsumen yang mengalami kerugian akibat kesalahan atau kelalaian *marketplace* dalam menyediakan layanan mereka.

Adapun beberapa upaya untuk mengurangi atau meminimalisir dampak negatif dari berbagai risiko yang mungkin terjadi bagi konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace* dalam *platform* perdagangan *online*, *marketplace* dapat menerapkan berbagai bentuk mitigasi risiko untuk memastikan operasional dan transaksi yang berjalan dengan lancar dan aman. Berikut adalah beberapa bentuk mitigasi risiko, yaitu dengan melakukan **peningkatan keamanan data, pengawasan terhadap penjual** untuk mencegah penipuan, mengevaluasi ulasan dan *feedback* dari pembeli, dan menyediakan sistem komplain. *Marketplace* juga harus memberikan **pelayanan terhadap pelanggan dengan baik, melakukan penyediaan edukasi keamanan, penerapan syarat dan ketentuan yang jelas**, misalnya, dengan menjelaskan *clauses* yang mungkin mempengaruhi pengguna, dan memberikan arahan tentang cara membaca dan memahami syarat dan ketentuan. Jika ada pelaku usaha yang menggunakan *platform marketplace* untuk menjual barang atau jasa yang *illegal* dan terjadi pelanggaran privasi, maka *marketplace* harus memastikan bahwa akun tersebut dihapus dan memberikan penjelasan yang jelas kepada publik mengenai tindakan yang diambil. Hal ini karena menurut penulis, sebagai pihak ketiga, *platform marketplace* sesungguhnya memiliki peran penting dalam menengahi sengketa dan memfasilitasi ganti rugi antara konsumen dengan pelaku usaha. *Marketplace* sebagai *platform* yang memfasilitasi aplikasi belanja *online* dan yang membuat kontrak *online/digital* dalam *platform marketplace*. Walaupun secara regulasi, belum diakuinya pihak ketiga dalam UUPK, namun pengaturan mengenai *marketplace* ini dapat ditemukan dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang mengatur bahwa yang dimaksudkan dengan pengertian Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE) adalah “pelaku usaha penyedia sarana komunikasi elektronik yang digunakan untuk transaksi perdagangan”.

Salah satu aspek utama dalam penerapan asas keseimbangan perlindungan hukum dalam perdagangan elektronik adalah keterbukaan dan kesetaraan informasi antara para pihak yang terlibat dalam transaksi. Konsumen berhak untuk mendapatkan informasi yang jelas, akurat dan lengkap dari pelaku usaha mengenai berbagai aspek terkait transaksi perdagangan elektronik.

Dengan demikian transparansi dan kesetaraan informasi, konsumen dapat mengambil keputusan yang tepat dan menghindari ketimpangan pengetahuan dengan pelaku usaha. Penerapan asas keseimbangan dalam *e-commerce* juga mencakup kesetaraan dan persamaan hak dan kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen. Konsumen berhak memperoleh sesuai dengan spesifikasi yang disepakati. Hak untuk memperoleh jaminan keamanan dan mutu, serta hak untuk mengajukan tuntutan atau ganti rugi. Apabila terdapat ketidaksesuaian atau cacat pada barang yang dibeli. Di sisi lain, konsumen juga mempunyai kewajiban seperti melakukan pembayaran harga tepat waktu dan menaati peraturan perundang-undangan yang berlaku. Bagi pelaku usaha, asas keseimbangan hukum

membantu mereka memenuhi kewajiban yang seharusnya mereka jalankan, seperti mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku, menyediakan produk atau layanan yang memenuhi standar kualitas, serta melindungi privasi dan data pribadi konsumen. Prinsip ini juga membantu pelaku usaha untuk memperoleh perlindungan hukum apabila konsumen melanggar ketentuan yang telah disepakati. Secara keseluruhan, prinsip keseimbangan hukum berfungsi untuk menciptakan lingkungan transaksi jual beli pada *platform marketplace* yang adil dan seimbang, dimana hak dan kewajiban semua pihak yang terlibat tetap terjaga dan terlindungi.

Dalam melakukan transaksi jual beli pada *platform marketplace*, mitigasi risiko sangat penting untuk memastikan keamanan dan kepercayaan dalam transaksi *online*. Dengan melakukan beberapa langkah pencegahan dan memperhatikan faktor risiko yang mungkin terjadi, kita dapat mengurangi kemungkinan terjadinya risiko dan kerugian yang mungkin timbul dalam transaksi perdagangan elektronik.

Berdasarkan hasil pembahasan, maka penulis dapat menyimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Pengaturan hukum pada *platform marketplace* dalam memberikan perlindungan hukum pada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* sangat banyak yang dikeluarkan oleh berbagai Lembaga/Instansi dan bentuk produk aturan mulai dari Undang-Undang sampai dengan Peraturan/Keputusan Menteri, Peraturan Bank/OJK, sehingga terkesan adanya *hyper* pengaturan. *Hyper* pengaturan di sini lebih kepada banyaknya pengaturan namun cenderung adanya tumpang tindih, kontradiktif dan multitafsir dalam mengartikan redaksional suatu pasal pengaturan, yang menimbulkan dampak ketidakefektifan dan ketidak relevan dalam penerapan dan pelaksanaan aturan tersebut, sehingga berpengaruh pada aspek penegakan hukum yang menjadi salah satu penyebab timbulnya ketidakpastian hukum yang menimbulkan ketidakseimbangan di dalam pemberian perlindungan hukum yang seimbang kepada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Terdapat pengaturan yang mengatur mengenai perlindungan konsumen, pengaturan mengenai penyelenggaraan Sistem Elektronik, pengaturan perlindungan data pribadi, pengaturan mengenai hak cipta, larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, sistem pembayaran dan pajak. Namun UUPK sebagai induk dari aturan perlindungan konsumen sendiri belum sepenuhnya mengatur mengenai perlindungan hukum pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.
2. Kendala yang dihadapi dalam penegakan hukum untuk mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang pada transaksi jual beli antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* bersumber baik dari aturan yang belum sepenuhnya memberikan perlindungan hukum terhadap transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, dari sisi kelembagaan keberadaan BPSK yang belum terbentuk di setiap provinsi, mentalitas atau kepribadian petugas penegak hukum memainkan peranan yang sangat penting, untuk membantu suatu peraturan di bidang perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* agar terlaksana dengan baik. Selain itu, kompetensi dan pemahaman aparat penegak hukum terhadap aturan perlindungan konsumen perlu lebih ditingkatkan dan lebih disosialisasikan lagi, sehingga penerapan aturan pada penyelesaian sengketa konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* menjadi lebih efektif, kesulitan pembuktian perkara dalam sengketa konsumen dan kurangnya koordinasi antara Lembaga/Instansi di bidang perlindungan konsumen, faktor masyarakat ditemui adanya ketidaksetaraan informasi antara konsumen dan pelaku usaha dapat menjadi kendala dalam perlindungan hukum di bidang *platform marketplace*, sarana dan prasarana penegakan hukum yang terbatas serta

kurangnya sosialisasi terhadap aturan perlindungan konsumen baik pada masyarakat maupun pada Aparat Penegak Hukum dan pada Lembaga/Instansi di bidang perlindungan konsumen. Mitigasi risiko pada transaksi jual beli dalam rangka mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* terlebih dahulu perlu melakukan identifikasi risiko yang mungkin muncul, baik risiko finansial berupa kerugian uang, kerugian kebocoran / keamanan data, kemungkinan terjadinya penipuan *online*, barang tidak sesuai dengan deskripsi, barang rusak/cacat dan bahkan barang tidak sampai. Jika terjadi pelanggaran privasi pada *platform marketplace*, maka *marketplace* harus memastikan bahwa data pelanggan dan pelaku usaha dijaga dengan baik dan menindaklanjuti dengan cepat untuk mengatasi masalah privasi yang terjadi. Terhadap risiko yang mungkin muncul perlu dilakukan serangkaian upaya mitigasi, baik melalui jalur *penal* maupun non *penal*. Jalur *penal*, seperti dengan memproses secara hukum, sedangkan jalur non *penal* dengan melakukan upaya tindakan, seperti menjaga kerahasiaan PIN/OTP, **waspada nomor tidak dikenal yang mengirimkan link tertentu**, pastikan bahwa *website* atau aplikasi yang digunakan untuk bertransaksi memiliki sertifikat SSL yang valid dan terbaru, pastikan adanya jaminan perlindungan data pribadi. Hindari berbelanja produk *illegal*, *cek* apakah ada kebijakan pengembalian barang bila barang yang dibeli ternyata cacat karena saat memesan karena tidak bisa melihat secara fisik barang tersebut, pastikan untuk memeriksa dan memverifikasi informasi pembeli atau penjual, termasuk alamat pengiriman dan informasi pembayaran, menggunakan metode pembayaran yang aman dan terpercaya untuk memastikan bahwa pembayaran yang dilakukan aman dan tidak disalahgunakan. Pastikan produk yang dibeli sesuai dengan deskripsi dan gambar yang ditampilkan. Pastikan bahwa metode pengiriman yang dipilih adalah aman dan andal, dan pastikan bahwa barang yang dikirimkan sudah diperiksa terlebih dahulu sebelum dikirimkan. Pemilihan *marketplace* yang terpercaya. Membaca dan memahami syarat dan ketentuan dari pihak *marketplace* sebelum melakukan transaksi, menjaga privasi dan keamanan data pribadi, termasuk memastikan bahwa situs *web* yang digunakan aman dan terverifikasi. Menggunakan metode pembayaran yang aman dan terpercaya.

3. Konsep hukum arah rekonstruksi hukum kedepannya (*ius constituendum*) untuk memitigasi risiko dalam rangka mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berdasarkan Asas Kepastian Hukum dilakukan dengan cara : mereformula aturan perlindungan, pelaku usaha dan *marketplace* pada transaksi jual beli pada *platform marketplace* terutama pengaturan mengenai batasan mengenai klausula baku untuk diperjelas aturannya jangan sampai masih terdapat klausula baku yang bersifat pengalihan tanggung jawab, pembinaan dan pengawasan penyelenggaraan perlindungan konsumen dengan melakukan sinkronisasi pengaturan. Pemerintah perlu membuat regulasi yang jelas dan tegas terkait dengan perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Regulasi tersebut harus mempertimbangkan kepentingan semua pihak dan memberikan kepastian hukum bagi semua pihak yang terlibat dalam transaksi perdagangan elektronik. Memberdayakan peranan dari Kementerian, Dinas Perdagangan Provinsi dan Kota, Badan Perlindungan Konsumen Nasional, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, Lembaga Perlindungan Konsumen

Swadaya Masyarakat (YLKI) dalam mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang pada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berdasarkan asas kepastian hukum. Pengaduan dan penyelesaian sengketa Pelaku usaha dan *marketplace* harus menyediakan mekanisme pengaduan dan penyelesaian sengketa yang efektif dan transparan bagi konsumen. Jika terjadi sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau *marketplace*, maka harus ada mekanisme yang dapat menyelesaikan sengketa tersebut dengan cara yang adil dan transparan dengan dilengkapi perangkat, yaitu : *Website* penyelesaian sengketa yang dilengkapi dengan fitur-fitur yang memuat informasi mengenai Badan/Lembaga Penyelesaian Sengketa Konsumen beserta tugas, wewenang dan tanggung jawabnya. Fitur yang memuat informasi tentang pengaduan terkait syarat dan ketentuan yang berlaku. Dimana permohonan pengaduan ditandatangani secara digital berupa tanda tangan digital. Fitur untuk dapat mengecek status penyelesaian pengaduan konsumen, sehingga konsumen dapat mengetahui sudah sampai dimana tahapan penyelesaian pengaduan konsumen. Fitur laporan hasil penyelesaian pengaduan / sengketa dalam bentuk, seperti Surat Keputusan Penyelesaian Pengaduan / Sengketa. Dimana konsumen diberikan kode akses untuk masuk ke dalam *website* dan dapat mengeprint SK / *output* keputusan hasil penyelesaian pengaduan / sengketa. Serta dibekali dengan SDM yang berkualitas dan berkompeten di Bidang IT. SOP Penyelesaian Pengaduan dan sengketa secara *Online oleh BPSK*. SOP Penyelesaian Pengaduan oleh *Marketplace* selaku Pihak Ketiga. Penerapan hukum yang konsisten Pemerintah harus menerapkan hukum dengan konsisten dan adil. Jika terjadi pelanggaran hukum, maka pelaku usaha atau *marketplace* harus ditindak secara tegas sesuai dengan hukum yang berlaku. Dalam mempertimbangkan hal-hal di atas, rekonstruksi hukum ke depan harus memastikan bahwa asas kepastian hukum terpenuhi. Hal ini akan memberikan kepastian hukum bagi semua pihak dan mendorong terciptanya lingkungan bisnis yang sehat dan beretika.

Dari hasil penelitian ini, maka dapat disimpulkan dari hasil penelitian ini, yaitu bahwa terdapat ketidakseimbangan dalam perlindungan hukum pada transaksi jual beli pada *platform marketplace* antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*.

Implikasi dari penelitian Disertasi ini, yakni kegunaan secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmiah bagi ilmu pengetahuan hukum dalam pengembangan Hukum Bisnis khususnya di Bidang Hukum Perlindungan Konsumen dan juga perlindungan hukum pada transaksi jual beli bagi konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Sedangkan kegunaan secara praktis, hasil penelitian yang memiliki titik fokus pada Hukum Bisnis khususnya pada aspek perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* pada transaksi jual beli diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan sumbangan pemikiran serta dapat memberikan kontribusi dan solusi kongkrit tidak hanya bagi konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* tetapi juga bagi: Aparat Penegak Hukum, untuk menjadi salah satu sumber informasi dan masukan bagi Aparat Penegak Hukum dalam mengambil kebijakan yang tepat dalam memberikan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berdasarkan Asas Kepastian Hukum. Bagi Konsumen, di Bidang Hukum Bisnis khususnya di Bidang Perlindungan Konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, seperti Tokopedia, Shopee dan lain-lain, sehingga menjadi salah satu sumber informasi dan pengetahuan umum, dengan itu dapat dijadikan rujukan dari aspek yuridis

perlindungan konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Bagi Pelaku Usaha dan *marketplace*, di Bidang Hukum Bisnis khususnya di Bidang Perlindungan Konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dan kegunaan bagi Lembaga Eksekutif, sehingga menjadi salah satu sumber informasi dan masukan bagi Lembaga Eksekutif (Departemen dan Kementerian terkait) untuk menentukan langkah pencegahan, perlindungan dan pengawasan konsumen, seperti Kominfo, Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Bagi Lembaga Legislatif, untuk membuat formulasi peraturan perundang-undangan serta peraturan pelaksanaannya yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

Dari penjelasan tersebut di atas, perlu dilakukan penanganan penyelesaian sengketa antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* pada transaksi jual beli yang dilakukan penyelesaiannya secara *online* yang didukung dengan perangkat sebagai berikut:

1. Perlindungan konsumen Pemerintah perlu membuat aturan yang melindungi konsumen dari penipuan dan praktik bisnis yang tidak etis. Dengan adanya regulasi yang jelas dan pengawasan yang efektif, diharapkan pelaksanaan *platform marketplace*, dapat berjalan dengan baik dan memberikan perlindungan yang memadai bagi konsumen. Dengan implementasi aturan hukum yang efektif dalam perlindungan hukum pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, diharapkan dapat menciptakan lingkungan yang aman dan terpercaya bagi konsumen, serta mendorong pertumbuhan dan perkembangan sektor *platform marketplace* secara berkelanjutan. Indonesia masih memerlukan UU Internet (*Law of Internet*) atau Undang-Undang *Siber (cyberlaw)*. UU Internet merupakan undang-undang yang khusus mengatur mengenai dan penerimaan pesan elektronik melalui internet.
2. Dalam rangka menjaga pengawasan terhadap pelaksanaan *platform marketplace*, pemerintah perlu bekerja sama dengan berbagai pihak terkait, termasuk Kementerian Perdagangan, Badan Perlindungan Konsumen, dan lembaga terkait lainnya. Negara perlu memiliki sistem tertutup (*Close System*) untuk pengendalian *Big Data*, *Connectivity* dan *Artificial Intelligent* harus dimulai dari adanya kedaulatan negara terhadap demografi dan privasi data warga negara. Data-data strategis seperti NIK, transaksi keuangan dan transaksi lain yang dipandang sebagai kepentingan nasional perlu dijaga kedaulatannya. Lebih meningkatkan sosialisasi atau penyuluhan edukasi terhadap konsumen pada *marketplace e-commerce*. Hal ini mengingat masih saja terdapat masalah dan sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha yang disebabkan karena tidak pekanya konsumen dan minimnya rasa literasi dari konsumen. serta pelaku usaha yang tidak mau memberikan informasi yang akurat juga menjadi salah satu faktornya.
3. Merekomendasikan revisi peraturan perundang-undangan terkait perlindungan konsumen, seperti UUPK dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 72 Tahun 2020 tentang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen disesuaikan dengan penyelesaian pengaduan dan sengketa secara *online* serta memperhatikan ketentuan yang diatur dalam UUPK, antara lain hal-hal apa saja yang dilarang untuk dilakukan agar transaksi jual beli *online* tetap aman dan tidak melanggar hukum. Adanya regulasi dengan pendekatan ekosistem lebih diperlukan mengingat kompleksitas pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

SUMMARY

In this era of globalization and digital, the proliferation of buying and selling transactions on marketplace platforms turns out to not only bring benefits, among other things, consumers do not need to go to the shop to get goods, consumers only need to order goods via the internet, the goods purchased will be sent to the destination address, this is Of course, it can save more time and costs compared to shopping offline in conventional markets, apart from that, it is more efficient in terms of costs, where consumers can shop more easily, consumers have more alternative choices, because trading on the marketplace platform offers more varied products. and there are lots of choices, so many comparison products are easily available on the internet. In addition, consumers can shop in other countries, if the goods in question are not yet available domestically. However, on the other hand, trading via marketplace platforms also has a risk impact on consumers, business actors and marketplaces. Where trading on the marketplace platform also has weaknesses, namely in the electronic transaction method, business actors and consumers do not meet in person, but through online media, so consumers cannot see the goods to be ordered up close, so consumers cannot know the condition and quality goods closely. This condition clearly has a risk impact not only for consumers but also for business actors and marketplaces, so balanced legal protection is needed for both consumers, business actors and marketplaces.

Apart from providing legal protection to consumers, the UUPK also regulates the rights of business actors to be protected. In buying and selling transactions via marketplace platforms, it is not only consumers who need to be protected. The fact is that in online transactions, losses are not only experienced by consumers. There are losses experienced by business actors. Where in accordance with the UUPK, business actors have the right to obtain legal protection from consumer actions that have bad intentions. Sometimes consumer behavior occurs in bad faith, such as placing an order but canceling it without explanation, this is often referred to as a hit and run. This will definitely result in losses experienced by business actors.

There are unfounded complaints. If buyers/consumers submit unfounded complaints about products sold by business actors, then business actors can provide clear and well-founded explanations to defend their products. There are also privacy violations, if the marketplace platform used by business actors cannot maintain the privacy of business actors' data or there is a violation of privacy for business actors, then business actors can report this problem to the digital trading platform or authorized parties due to non-fulfillment of specified achievements. should be done by the consumer. Even though both parties have not yet fulfilled their achievements, the business actor has processed the goods ordered by consumers using his personal money. From the marketplace side it self, buying and selling transactions have the potential to cause losses for the marketplace. There have been claims for compensation from consumers who have suffered losses due to errors or negligence of marketplaces in providing their services. These losses can include losses, including financial losses resulting from refunds or products purchased, reputational losses and legal costs as well as losses resulting from violations of business competition in the online buying and selling sector through marketplace platforms.

Efforts to provide balanced and adequate legal protection based on the Principle of Legal Certainty in buying and selling transactions for the interests of consumers, business actors and marketplaces are important and urgent. It is likely that a solution must be found immediately, especially in Indonesia, considering the complexity of problems involving consumer protection, especially in the current era of free trade.

*There are 3 (three) problems studied and explored in this dissertation. First, how legal regulations in buying and selling transactions between consumers, business actors and marketplaces do not provide balanced legal protection. Second, what obstacles are faced and mitigation carried out in buying and selling transactions in realizing balanced legal protection between consumers, business actors and marketplaces based on the Principle of Legal Certainty. Third, what is the future direction of the reconstruction of the legal concept (*ius constituendum*) to mitigate risks in order to realize balanced legal protection between consumers, business actors and the marketplace.*

The aim of this research is to explain and analyze the obstacles in realizing balanced legal protection in buying and selling transactions between consumers, business actors and marketplaces and to find out how to mitigate risks in order to realize balanced legal protection between consumers and business actors based on the Principle of Legal Certainty.

This article is the author's own work with bibliographic references obtained from various sources. However, to ensure there is no duplication in this writing, the author has compared it with previous research. Where the State of Art from previous research is more about testing and analyzing forms of legal protection for consumers or business actors in online trading transactions (marketplaces), such as First, a Dissertation written by Abdul Halim Barkatullah, with the title "Legal Protection for Consumers in Transactions Cross-Border E-Commerce in Indonesia", at the 2006 Doctoral Program in Law at the Islamic University of Indonesia, Yogyakarta. In this dissertation, Abdul Halim Barkatullah examines and analyzes legal protection for consumers in cross-border e-commerce transactions in Indonesia, especially in the form of legal protection what can be offered to consumers in cross-border e-commerce transactions. Second, a dissertation written by Ratu Galuh Gerllian Wirasuta, with the title "Electronic Transactions in the E-Commerce System as an Effort to Develop the Indonesian Economy", at the 2018 Doctoral Program in Law at Pasundan University, Bandung. In this dissertation, Ratu Galuh Wirasuta examines and examines trade transactions carried out through the e-commerce system risks causing acts of default that are difficult to reach by applicable legal regulations and transactions do not bring together the parties to the transaction, and the absence of opportunities for consumers to see directly the goods ordered has the potential to cause problems that are detrimental to consumers. Next Third, Dissertation written by Abd. Syakur with the title "Reconstructing Consumer Legal Protection in E-Commerce Transactions Through Government Policy to Support a Just Digital Economy", in the Doctoral Program (S3) in Legal Sciences (PDIH) Faculty of Law, Sultan Agung Islamic University (UNISSULA) Semarang in 2022. In Dissertation this is Abd. Syakur, tested and reviewed the reconstruction of consumer legal protection for e-commerce transactions to support a just Digital Economy through Government Policy.

Fourth, a dissertation written by Stella, with the title "Civil Legal Liability of Operators of Intermediary Facilities in Trading Through Electronic Systems (E-Commerce) in Indonesia", in the Law Doctoral Program, Faculty of Law, University of North Sumatra, Medan, 2023. In this dissertation, Stella examines and examine the Civil Law responsibilities of Intermediary Facility Operators in Trading Through Electronic Systems (e-commerce) in Indonesia.

The author realizes that there has been a lot of similar research in the form of scientific papers in the form of dissertations. However, the analysis of the problem and the emphasis of the research are viewed from a different aspect, namely the balance of legal protection for 3 (three) parties in buying and selling transactions between consumers, business actors and marketplaces based on the principle of legal certainty which is seen both in terms of institutional regulation, obstacles and mitigation as well as the direction of reconstruction. the concept of law in the future (ius constituendum.). Meanwhile, the 3 (three) previous dissertation studies only focused more on aspects of consumer protection, some of which discussed aspects of legal protection for consumers in cross-border e-commerce transactions in Indonesia, the use of e-commerce systems in electronic transactions in improving trade and the economy. National and reconstruction of legal protection arrangements for consumers in Onlineshop (E-Commerce) Transactions based on Dignified Justice Values.

What differentiates the results of the author's research from research conducted by previous researchers on the marketplace platform, is that the author is interested in disproving Risk Mitigation Theory, which is one of the stages of organizational Risk Management. The term risk mitigation can be disallowed by expanding the scope of its application individually, both to consumers and business actors. Risk identification and risk mitigation, especially regarding data security, are carried out, choosing a trusted and safe marketplace as the digital platform used for buying and selling transactions on the marketplace platform. Read and understand the standard clauses in electronic/digital contracts which contain the terms and conditions of the marketplace before making a transaction. However, from the explanation above, reform of the UUPK still needs to be carried out. Especially accommodating the resolution of complaints/disputes online compared to offline in trade transactions on the marketplace platform. In response to this, it is necessary to create a handling mechanism if there are consumer complaints. Where the complaint resolution mechanism created on the marketplace platform is integrated both domestically and cross-border, so it is necessary to create a system and rules (regulations) as a digital-based online dispute resolution solution known as Digital Online Dispute Resolution (DODR). Apart from that, further explanation is needed regarding standard clauses and limitations of these standard criteria. What is no less important is bringing up the possibility of legal harmonization, namely the codification and legal unification of all consumer protection regulations for online trading through marketplaces. This is because there are hyper regulations on consumer protection, in the form of rules for carrying out buying and selling transactions on marketplace platforms, personal data protection rules, rules related to Information and Electronic Transactions, rules related to online trading payment systems through marketplace platforms and so on.

This research was conducted using a Theoretical Framework to build an ideal law based on Legal Theory. There are 3 (three) levels of legal theory used in this dissertation research.

First, Grand Theory, includes the Theory of Justice, where the Theory of Justice that is appropriately applied in this writing is the Theory of Justice. Law and social justice have a close relationship. The problem of justice is a problem found in every society. The main task is to achieve justice and certainty for all communities. Distributive Justice Theory, namely justice obtained by members of society proposed by Aristotle and Roscoe Pound's Theory of Justice, namely justice sociological; justice that is based on customs, culture, behavioral patterns and relationships between people in society. Pancasila is a philosophical understanding, a philosophical way of thinking or philosophical system. In Pancasila the word justice is found in the second principle and the fifth principle, namely fair human values and social justice. Apart from the Theory of Justice, the writing of this dissertation is also based on the Theory of Legal Certainty put forward by Jan Michiel Otto, defining it as the possibility that in certain situations there are clear, consistent and easily obtainable rules, published by and recognized because of the state's (power). The ruling agencies (government) apply these legal rules consistently and also submit and obey them. Citizens in principle adapt their behavior to these rules. Judges (judiciary) who are independent and do not think apply these legal rules consistently when they do resolve legal disputes and concretely implement judicial decisions. According to L.J. Van Apeldoorn, legal certainty has 2 (two) aspects. First, regarding the question of whether law can be formed (bepaalbaarheid) in concrete matters. This means that parties seeking justice want to know the law in specific terms before starting a case. Second, legal certainty means legal security. This means protection for the parties against judge arbitrariness. According to Utrecht, legal certainty contains 2 (two) meanings; firstly, the existence of general rules makes individuals know what actions they may or may not do and secondly, it provides legal security for individuals from government arbitrariness because with the existence of general rules individuals can know what they may be charged or carried out by the state against individuals. The general nature of legal rules proves that the law does not aim to realize justice or benefit, but solely for legal certainty. Sudikno Mertokusumo defines legal certainty as a guarantee that the law must be implemented in a good manner. Legal certainty requires efforts to regulate law in legislation which are made by authorized and authoritative parties, so that these rules have a juridical aspect that can guarantee certainty that the law functions as a regulation that must be obeyed. In order to realize legal certainty in realizing security in transactions via the internet. Where the internet is the most effective media today. This is of course in the context of security in buying and selling transactions through the marketplace platform and legally it is also related to guaranteeing legal certainty in the context of realizing justice in transactions in society.

Regarding the Principle of Legal Certainty, dispute resolution through Online Dispute Resolution (ODR) in buying and selling transactions via the marketplace platform does not have legal certainty based on Indonesian national law, namely the Civil Code and Civil Procedure Law, Criminal Code and Criminal Procedure Code, Law Number 7 of 2014 concerning Trade, Law Number 1 of 2024 regarding Amendments to Law Number 11 of 2008

concerning *Electronic Information and Transactions* and *Law Number 30 of 1999 concerning Arbitration and Alternative Dispute Resolution*, all of these regulations only recognize dispute resolution through legal options based on legal principles. *International Civil Procedure (HPI)*, arbitration forum and alternative dispute resolution and court forum. Thus, according to the author, the *Principle of Legal Certainty* in buying and selling transactions through a marketplace platform is more about the availability of clear and consistent rules that are enforced and obeyed, there is a guarantee that these laws must be implemented in a good manner. Legal certainty requires efforts to regulate the law in legislation made by authorized and authoritative parties, so that these regulations have a juridical aspect that can guarantee certainty that the law functions as a regulation that must be obeyed. Law enforcement officials and ruling agencies (government) apply these legal rules consistently and also submit and obey them. Judges (judiciary) apply these legal rules consistently when they resolve legal disputes. Judicial decisions are concretely implemented. Legal certainty means legal security. This means protection for the parties against judge arbitrariness.

Second, *Middle Theory*, includes *Risk Theory*, which according to Eddie Cade defines risk as exposure to uncertainty of outcome. What this means is that the word outcome is not always a loss. In a condition that is awaited when the outcome becomes a profit. Meanwhile, George J. Benston put forward the definition of risk as the probability that any event, or set of events, might occur. It usually denotes a negative or undesired event-one that will cause a financial institution (hereafter generally called a bank) to fail rather than to be very successful. What this means is the possibility of achieving success but the chance of failure is much greater. According to Ari Kristin Prasetyoningrum, risk has characteristics, namely uncertainty regarding the occurrence of an event and uncertainty which, if it occurs, will result in losses. In the *Big Indonesian Dictionary (KBBI)*, risk is an unpleasant consequence (harmful, dangerous) of an act or action. Risk is always associated with the possibility of something unforeseen/undesirable that is detrimental to happen. In the insurance sector, risk can be defined as a state of uncertainty, where if an undesirable situation occurs it can cause losses. Risk in the banking context according to *Financial Services Authority Regulation Number 18/POJK.03/2016 dated 16 March 2016 concerning the Implementation of Risk Management for Commercial Banks* defines risk as "potential loss due to the occurrence of a certain event".

From the explanation above, it can be concluded that risk can be defined as the level of possibility that an event or activity carried out will reap results or opportunities to experience profits or actually result in losses. Talking in the context of risk mitigation (security mitigation), starting from the stage of identifying risks to risk exposures (potential) risks that frequently arise or occur. Next, mitigation is carried out. Where the word risk mitigation means more about preventing risks and then carrying out resolution and monitoring for improvement. According to the *Big Indonesian Dictionary (KBBI)*, mitigation is a noun that has 2 (two) meanings depending on the context of its use. The first meaning, mitigation is an effort to reduce roughness or fertility (of soil and so on). Meanwhile, the second meaning,

mitigation is the action of reducing the impact of a disaster. Mitigation is a word that has an equivalent word in English, mitigation. The definition of mitigation in English, mitigation is the action of reducing the severity, seriousness, or pain of something. According to the Cambridge Dictionary, mitigation is the act of reducing how dangerous, unpleasant, or bad something is. Meanwhile, according to Merriam-Webster, mitigation is the act of reducing something or a reduced state: the process or result of making something less severe, dangerous, painful, hard, or damaging. The definition of mitigation according to Merriam-Webster, mitigation is the act of reducing something or the state of being reduced: the process or result of making something less severe, dangerous, painful, violent, or damaging. Definition of mitigation according to the Act Number 24 of 2007 concerning Disaster Management, mitigation is a series of efforts to reduce disaster risk, both through physical development and awareness and increasing capacity to face disasters. From a number of these definitions there is a common component of meaning, namely reducing something related to risk, impact, bad or undesirable things. In other words, according to the author's opinion, it can be said that mitigation is a series of efforts made to reduce risks, bad impacts or other undesirable things resulting from an event, which is generally a disaster. Mitigation is an effort aimed at reducing the risk and impact of losses. Mitigation is an important thing to know to at least reduce the impact of losses. Mitigation is a step that has a number of procedures and stages to reduce the risk and impact of losses. According to the author, risk theory in the context of protecting consumers, business actors and marketplaces in buying and selling transactions aims to mitigate legal risks against exposure to legal risks that may arise in buying and selling transactions on marketplace platforms in the digital era, which is very important and necessary in protecting consumers, business actors and marketplace in buying and selling transactions that are based on the Principle of Justice and based on the Principles of Honesty and Openness must always accompany it in order to minimize the occurrence of legal problems in buying and selling transactions through the marketplace platform.

Judging from Middle Theory, there is also Supervision Theory. According to the Big Indonesian Dictionary (KBB), what is meant by supervision comes from the word 'awas' which means to observe and look after well. The definition of supervision according to experts, including Hendry Fanyol, stated the definition of supervision; namely "Control consists in very well everything fits in conformity with the plan adopted, the instructions issued and principles established. It has for object to point out weaknesses and errors in order to rectify then and prevent recurrence." Where supervision is the reality that in essence it is an act of assessing (testing) whether something has gone according to a predetermined plan. Apart from that, the definition of supervision was also put forward by George R. Terry, quoted by Muchsan, who defined the meaning of supervision as follows; "Control is to determine what is accomplished evaluating it, and apply corrective measure, if needed to result in keeping with the plan." Where supervision is an action that focuses on evaluating and correcting the results achieved, with the aim that these results are in accordance with the plan.

In this way, supervisory actions are not carried out on an ongoing activity process, but rather at the end of an activity after the activity has produced something. In connection with the implementation of buying and selling transactions through the marketplace platform, the institutional/institutional role of Institutions/Institutions/Agencies in carrying out mutually coordinated implementation and supervision between institutions/institutions/bodies regarding consumer protection is very important in realizing balanced legal protection between consumers and perpetrators. business and marketplace. The supervisory role of both the Government, in this case the Ministry of Trade and Regional Government, the Ministry of Communication and Information (KOMINFO) as an Indonesian government agency responsible for regulation and supervision in the field of communication and information, the Non-Governmental Consumer Protection Agency which is tasked with carrying out joint supervision with the government and the public regarding the implementation of consumer protection, while BPSK carries out supervision only limited to the inclusion of standard clauses. The definition of supervision according to Robert J. Mockler is of the opinion that management supervision is a systematic effort to establish implementation standards with planning objectives, design information systems, provide feedback, compare real activities with previously established standards, determine and measure deviations and take corrective actions necessary to ensure that all company resources are used effectively and efficiently in achieving company goals. The definition of supervision was also put forward by Newman who argued that; "Control is ensuring that the performance conforms to plan." This means that the emphasis of supervision is an effort to ensure that the implementation of a task is in accordance with the plan. Therefore, supervision is an action carried out while an activity is in progress. In line with this understanding, we can see the definition of supervision presented by Irham Fahmi, who states that supervision can generally be defined as a way for an organization to realize effective and efficient performance, and further supports the realization of the vision and mission of an organization. Supervision is the process of monitoring, researching and reporting plans for the achievement of goals that have been set for corrective action for further improvement. According to Yohannes Yahya, supervision can be defined as a process to ensure that organizational and management goals can be achieved. This concerns ways of making activities according to plan. This understanding shows that there is a very close relationship between planning and supervision.

According to S.P. Siagian describes supervision as follows: "The process of observing the implementation of all organizational activities to ensure that the work being carried out runs according to a predetermined plan." Siagian's opinion is the same as Newman's where supervision focuses on supervisory actions on processes that are ongoing or being implemented. Supervision is not carried out at the end of an activity, instead supervision is carried out in assessing and coloring the results that will be achieved by the activity being carried out. Based on the definition of supervision put forward by the experts above, according to the author, supervision is an activity to assess a de facto implementation of

*a task. Meanwhile, the purpose of supervision is only limited to checking whether the activities carried out are in accordance with predetermined benchmarks. From this definition, a concept of understanding is also obtained that it is necessary to monitor and report plans for the achievement of the goals that have been set for corrective action for further improvement with emphasis on processes that are currently running or being implemented. Supervision that is carried out routinely or periodically within an organization needs to be monitored. This is not done to find mistakes but to educate, guide and direct them. Without good supervision, it will certainly result in unsatisfactory goals, either for the organization itself and its employees. Apart from Risk Theory and Supervision Theory, from the Middle Theory aspect, there is also the Theory of Legal Unification and Harmonization. There are many legal expert opinions that define the Theory of Legal Unification and Harmonization. Among them, according to Annisa, what is meant by legal unification refers to efforts to create uniformity in the laws that apply to all citizens in a particular country. The term legal harmonization appeared in legal studies in 1992 in Germany. This legal harmonization study was developed with the aim of showing that in the legal world of government policies and the relationship between them there is diversity which can result in disharmony. In terms of the scope of legal harmonization, L.M. Gandhi, citing the book *Tussen eenheid en verscheidenheid: Opstellen over harmonisatie instaat en bestuurecht* (1988), said that harmonization in law includes adjustments to statutory regulations, government decisions, judges' decisions, the legal system and legal principles with the aim of increasing legal unity, legal certainty, justice (justice, *gerechtigheid*) and proportionality (*equit, billijkheid*), usefulness and clarity of law, without obscuring and sacrificing legal pluralism if necessary. National Legal Development Agency in a book compiled by Moh. Hasan Wargakusumah and his friends stated that legal harmonization is a scientific activity towards a written harmonization process that refers to philosophical, sociological, economic and juridical values.*

In practice, harmonization activities are a comprehensive study of a draft legal regulation, with the aim of finding out whether the draft regulation, in various aspects, reflects harmony or conformity with other national statutory regulations, with the unwritten laws that exist in community, or with international conventions and agreements, both bilateral and multilateral, which have been ratified by the Government of the Republic of Indonesia. Meanwhile, legal harmonization is considered a comprehensive scientific activity, which includes the study of draft laws and regulations to determine their conformity with other national laws and regulations, unwritten laws that exist in society, or international conventions and agreements that have been ratified. by the Government. The main objective of harmonization is to achieve laws and regulations that are synchronous, harmonious, harmonious, balanced, integrated, and consistent and adhere to principles. In practice, legal harmonization and synchronization is carried out when drafting laws and regulations and also on legal products that have been formed due to legal dynamics, such as the formation or promulgation of new laws and regulations which cause some legal products to be disharmonious or out of sync with the regulations. newly enacted legislation.

The theory of legal unification and harmonization includes concepts that aim to create harmony and consistency in the legal system, both in the context of laws that are being created and those that are already in effect. This process involves harmonizing the content of the draft law with various principles and laws of a higher or equivalent level, including Pancasila, the 1945 Constitution, and other statutory regulations. According to Fitriani Ahlan Sjarif, this harmonization is carried out to ensure that new regulations do not conflict with existing regulations, both vertically (higher regulations override lower regulations) and horizontally (new regulations override older regulations). Overall, according to researchers, legal unification is the unification of laws that apply nationally or the unification of national law enforcement. The theory of legal unification and harmonization emphasizes the importance of harmony and consistency in the legal system to ensure that applicable laws are fair, effective and easy to understand by the public. Harmonization in Legal Theory does not only mean harmonization in the application/implementation of legal rules, but harmonization in terms of legal products and also institutions.

Third, Applied Theory, includes the Legal Protection Theory, where according to this theory as the Applied Range Theory, several expert opinions can be seen, including Satjipto Raharjo, who defines legal protection as providing protection for human rights that are harmed by other people and this protection is given to society so that they can enjoy all the rights granted by law. According to Philipus M. Hadjon, legal protection is the protection of honor and dignity, as well as recognition of human rights possessed by legal subjects based on legal provisions to avoid arbitrary actions. C.S.T. Kansil himself defines Legal Protection as Legal Protection is various legal measures that must be provided by law enforcement officials to provide a sense of security, both mentally and physically from interference and various threats from any party. Meanwhile, according to Philipus M. Hadjon, legal protection is a collection of regulations or rules that can protect one thing from another. Apart from that, according to Muktie, A. Fadjar, defining legal protection is more about narrowing the meaning of protection, in this case only protection by law. The protection provided by law is also related to the rights and obligations, in this case, which humans have as legal subjects in their interactions with fellow humans and their environment. As legal subjects, humans have the right and obligation to carry out legal actions. In carrying out and providing legal protection, a place or forum for its implementation is needed which is often called a means of legal protection. Means of legal protection are divided into 2 (two) types, namely as follows:

I. Preventive Legal Protection Means

In this preventive legal protection, legal subjects are given the opportunity to submit objections or opinions before a government takes a definitive form. The goal is to prevent disputes from occurring. Preventive legal protection means a lot for government actions that are based on freedom of action because with preventive legal protection

the government is encouraged to be more careful in making decisions based on discretion. In Indonesia there are no special regulations regarding preventive legal protection. However, if we look at it from the context of criticizing the UUPK, it is more about how the philosophical meaning from the planning stage to the creation of the legislative product can provide protection to consumers, so that justice and legal certainty can be realized for consumers and business actors. However, legal protection for marketplaces in buying and selling transactions via online trading platforms (marketplaces) has not been regulated.

2. Repressive Legal Protection Means

Repressive legal protection aims to resolve disputes. The handling of legal protection by the General Courts and Administrative Courts in Indonesia falls into this category of legal protection and can be linked to the objectives of the rule of law. In the context of legal protection, it can be seen from the aspect of maintaining balanced rights between consumers, business actors and marketplaces in buying and selling transactions via marketplace platforms when a dispute occurs.

In the context of legal protection for consumers, business actors and marketplaces, according to the author, Legal Protection Theory is more defined as protection and recognition of the rights of parties involved in buying and selling transactions on online trading platforms (marketplaces) to avoid arbitrary actions.

Furthermore, from the Applied Theory aspect, there is also Agreement Theory. The term agreement comes from Dutch, namely overeenkomst, and in English it is known as contract / agreement. "According to Fuady, many definitions of contracts have been given and each one depends on which parts of the contract are considered very important and those parts are highlighted in the definition." Apart from that, Subekti also provides his own definition of an agreement, according to Subekti, an agreement is an event where a person makes a promise to another person or where 2 (two) people promise each other to carry out something. From this event a relationship arises between the 2 (two) people which is called an engagement. Agreements are formulated in the Civil Code which determines that: "An agreement is an act by which one or more people bind themselves to one or more other people." This agreement is a legal event, where one person promises another person or 2 (two) people promise each other to do or not do something. Basically, online buying and selling agreements in buying and selling transactions via marketplace platforms according to the author are the same as buying and selling agreements in general, where an agreement is required between the seller and the buyer regarding the goods or services being traded and the price of the goods or services.

In buying and selling transactions via the internet, if the parties involved enter into legal relations through some form of agreement, according to Article 1 point 17 of the ITE Law it is referred to as an electronic contract.

The agreement in the sale and purchase contract through the marketplace platform is a take it or leave it agreement, so that if the consumer agrees, then he will agree to the agreement, if not then the consumer does not need to agree and the transaction process is canceled or does not occur. In problems with buying and selling transactions through the marketplace platform, the positions of business actors and consumers tend to be unequal, so that consumers are always in a weak position. For this reason, consumers, in this case referred to as buyers, must better understand the conditions for the validity of the agreement and understand the standard clauses applied by business actors in order to avoid losses caused by acts of negligence committed by business actors in buying and selling transactions through marketplace platforms. Where according to the UUPK, standard clauses are every rule or provision and conditions that have been prepared and determined in advance unilaterally by business actors which are stated in a document and/or agreement that is binding and must be fulfilled by consumers. From Applied Theory, there is also the Legal Balance Theory. The principle of balance can be categorized as a universal principle because it is found or used simultaneously in various fields of law. The principle of balance as a universal principle in law can be proven by the differences in nuances when the principle of balance is applied in different areas of law. There is an emphasis on meaning according to different interests or needs. Some legal principles have a universal, broad or general nature and some have a particular, narrow or special nature. The existence of specific applicable principles can be seen from the existence of civil law principles, criminal law principles, or state administrative law principles. The Principle of Balance in Civil Law focuses more on the issue of harmonization between civil law institutions. Harmonization needs to be done between the individual mindset that underlies the publication of the norms of the Civil Code and the communal mindset in customary civil law. There is a demand that there be strict criteria relating to achievement qualifications which must be balanced with counter-achievement in concrete and cash form. Based on the principle of balance, contract criteria or norms can be formulated with the qualification that all contracts are carried out openly. In this way, the principle of balance gets support from the principle of openness so that it can be said to be fair. In accordance with the UUPK, the definition of "the principle of balance is intended to provide a balance between the interests of consumers, business actors and the government in a material or spiritual sense".

The Principle of Balance in State Administrative Law focuses more on the issue between punishment and employee negligence. There has been a demand that there be strict criteria relating to the qualification of errors in line with legal certainty. Based on the principle of balance, criteria or norms can be established in the form of violations of employee discipline with mild, moderate or severe qualifications. In this way, the principle of balance gets support from the principle of legal certainty so that it can be said to be fair. The principle of balance is linked to one of the traditional legal mentalities, namely

*communal. By binding oneself to a contract, for example, the rights and obligations that arise must be understood in the context of the communal spirit. Therefore, the process of understanding the principle of balance as a universal principle remains within the boundaries of choosing specific principles that are urgent, relevant, appropriate and reasonable in supporting communal interests. According to Mackenzie, what is meant by the Balance Theory is a balance between the conditions determined by law and the interests of the parties involved or related to the case. Furthermore, according to Hegel's theory, it requires a balance between the crime committed and the punishment that must be imposed. Balanced here does not mean that it has to be the same, but it is sufficient if the punishment imposed has the same value as the crime committed by the perpetrator. Herlien Budiono in his book *The Principle of Balance for Indonesian Contract Law*, tries to provide the following picture: "As interpreted in everyday language, the word balanced (evenwicht) refers to the notion of a situation where the distribution of burdens on both sides is in a balanced state. Thus, according to Herlien Budiono, the principle of balance is on the one hand limited by the will, which is generated by favorable considerations or circumstances. Meanwhile, on the other hand, the principle of balance is limited by belief in the realization of the desired results. Regarding the will and belief in a promise, for example, it must be experienced as something appropriate and reasonable. Therefore, if the opposite happens, namely conditions that are inappropriate and unreasonable, it means that an imbalance has occurred because it does not match the expected image. The promises of the parties will only be considered binding as long as there is a balance between individual interests and the public interest, or there is a balance between the two parties as expected. Balance is an ethical demand in making agreements.*

The principle of balance is basically constructed as a thought that has good values or goals, which leads to carrying out activities in a reasonable and proper manner, so that ultimately the goal of justice is achieved. For this reason, the process of understanding the principle of balance is closely related to the meaning of integration, harmony, equivalence, equality, balance in rights and obligations in a proportional manner. If the principle of balance is linked to the principle of legal certainty, then the meeting point is the aspect of equality, where the principle of legal certainty includes prioritizing equal treatment in the application of legislation or positive law to all members of society. The meaning that emerges from fulfilling the principle of balance will be able to guarantee the firmness of rules and sanctions for law enforcement against society. By creating norms, sanctions and strict law enforcement in society, this means that the principle of balance creates legal certainty for society. Legal norms that are created and enforced based on the principle of balance, imply that the existence of the law in question is in accordance with the value of certainty in society. Legal Balance Theory in mitigating balanced legal protection in buying and selling transactions on marketplace platforms for consumers, business actors and marketplaces based on the principle of legal certainty focuses on creating a balance between the legal

protection provided to the three parties in healthy business activities. This understanding of balance is in line with legal objectives according to Purnadi Purbacaraka and Soerjono Soekanto, namely balance in protecting the rights between consumers, business actors and the marketplace which aims to create a balance of justice and order in society. This involves establishing a balance between rights and obligations and resolving conflicts. In the context of buying and selling transactions through online trading platforms (marketplaces), this legal balance means that the legal protection given to consumers, business actors and marketplaces must be balanced and not disturb the balance between the three parties. In this theory, legal protection for consumers includes the rights given to them to obtain clear and accurate information about the products or services they purchase, as well as the right to obtain compensation if the products or services they purchase do not comply with the specifications provided. Legal protection for business actors includes the rights given to them to operate legally and to obtain profits from their businesses, as well as their rights to obtain legal protection if they experience losses due to illegal actions of other parties.

In practice, the theory of legal balance can be applied in various ways, such as by providing education to consumers about their rights and obligations in business transactions, as well as by providing balanced legal protection to business actors and marketplaces. Thus, the theory of legal balance can help create a healthy and fair business environment, where all parties can operate safely and in balance. The theory of legal balance in marketplace platforms is seen as a way to achieve balanced legal certainty between consumers, business actors and the marketplace. This balance means that the legal protection given to the three parties must be balanced and not disturb the balance between the three parties. That the presence of a marketplace platform also provides benefits for society in general, not only for sellers, but also for buyers. Balanced legal certainty between consumers, business actors and marketplaces is very important to ensure that business transactions carried out through online trading platforms can run safely and in a balanced manner. The theory of legal balance in marketplace platforms is seen as a way to ensure that the legal protection provided to consumers, business actors and the marketplace is balanced and does not disturb the balance between the three parties. Focuses on creating a balance between the legal protection provided to the three parties in healthy business activities. This legal balance theory is very important to ensure that business transactions carried out through marketplace platforms can run safely and in balance. In synthesis, the theory of legal balance in mitigating balanced legal protection in buying and selling transactions for consumers, business actors and marketplaces based on the principle of legal certainty means achieving a balance between the legal protection provided to the three parties in healthy business activities. This balance means that the legal protection provided to consumers, business actors and marketplaces must be balanced and not disturb the balance between the three parties. Based on the principle of balance, it means that there has been a state of equality that is expected by the parties in binding a legal act, which is based on the will and belief in a reasonable and appropriate manner taking into account the ethical, social and legal values that apply in

society. From the description above, it can be concluded that the principle of balance is very important in all fields of law, because with this principle of balance the values of balance between rights and obligations can be realized in real terms in the form of norms, both legal and non-legal. The theory of balance in legal protection for consumers, business actors and the marketplace focuses on creating a balance between the legal protection provided to these three parties in healthy business activities. In this context, balance means that the legal protection provided to consumers, business actors and marketplaces must be balanced and not disturb the balance between the three parties.

Regarding Applied Theory, there is also the Theory of Compensation. In accordance with the theory of compensation in the marketplace platform, we know the Caveat Emptor Theory and the Caveat Venditor Theory. The term Caveat Emptor comes from Latin which means buyers must beware. If the buyer is not careful in his purchase, he will be solely responsible and bear the entire risk for a purchase that is not profitable for him. As time went by, at the end of the 19th century, courts in the 30s of the United States began to apply the Caveat Venditor Theory (seller beware). In this theory, the seller is fully responsible if the goods sold harm consumers. As a result, sellers must be able to guarantee the quality (warranty of quality) of the goods they sell. The developments that occurred in the 19th century greatly influenced the progressive implementation of substantive consumer rights. All of the theories mentioned above are needed in scientific research to provide a basis for an approach in solving legal problems in this research. Building a theory abstracts from a number of agreed concepts in definitions that are related systematically and generalized to explain and predict a phenomenon and will experience development.

The type of research used in this research is normative legal research methods which are supported and complemented by using primary data and secondary data. This type of research is known as normative research methods. Data collection techniques include; collecting secondary data (library data) through library research and document studies as well as field studies through a series of structured interview techniques with respondents and informants as well as resource persons or a list of questions and observations or field surveys of the research location what will be done. Then the primary data obtained was analyzed using descriptive analysis.

Electronic commerce, commonly known as e-commerce, is a system of buying and selling goods or services using electronic systems, such as the internet and computer networks. Where online trading through marketplaces as one of the categories of marketplaces in Indonesia has recently become increasingly promising, its development has become more rapid, far exceeding expectations, and has even shaped the shopping style of consumer society. Electronic media has become one of the trend setters for business and communication facilities. Electronic commerce continued to grow in the 1980s and 1990s until now. Especially during the Covid-19 pandemic, online trading through marketplaces has become increasingly popular, but on the other hand, it has the impact of creating potential risks, so risk mitigation needs to be carried out.

Talking about risk mitigation, it is in line with the opinion expressed by Eddie Cade who defines risk as exposure to uncertainty of outcome. The word outcome is not always interpreted as a loss. Where in a desired condition, the word outcome can be interpreted as profit. Meanwhile, George J. Benston provided the definition of risk as The probability that any event, or set of events, might occur. It usually denotes a negative or undesired event-one that will cause a financial institution (hereafter generally called a bank) to fail rather than to be very successful. This means that the chance of failure occurring is much greater, when compared to the possibility of achieving success. According to Ari Kristin Prasetyoningrum, the characteristics of risk are the uncertainty of an event occurring and the uncertainty that if an event occurs it will cause losses.

Risk mitigation in buying and selling transactions on marketplace platforms in connection with balanced legal protection between consumers and business actors by highlighting efforts to minimize the impact of risks on potential risks that may arise in online trading through marketplaces. Risk mitigation in buying and selling transactions on marketplace platforms is an effort to reduce the possibility of risks or adverse impacts in buying or selling transactions via online media. Risks in electronic commerce transactions via marketplaces can come from various factors, such as information security, fraud, product incompatibility, and failure to send or receive goods. The various steps or strategies in e-commerce related to legal protection for consumers, business actors and marketplaces involve various steps and strategies. Risk mitigation as a non-penal effort to reduce or avoid risks associated with buying and selling transaction operations via marketplace platforms. This is because in electronic trading transactions through the marketplace, it often happens that the goods ordered/purchased do not match those ordered by the consumer, the goods ordered/purchased do not match the type and quality of goods promised and what's more. Extreme consumers experience online fraud. Sometimes the goods purchased do not arrive due to a breach of contract committed by the business actor who does not want to send the ordered goods, so as a result the consumer does not receive the goods. Even though consumers have diverted their ordered goods for certain reasons. inaccuracies in the delivery of goods, illegal access to information systems (hacking), data theft and website destruction and what is no less important is the misuse of consumer personal data in electronic commerce transactions carried out by e-commerce traders/business actors. It is known that sometimes goods bought and sold in online shops are not genuine, but there are also goods purchased by consumers that have passed the authenticity check at the shop. In fact, fake online stores are often found. Usually fraudsters who disguise themselves as fake online sellers on marketplaces and social media sell goods below market price. That way, potential buyers are immediately interested in making a transaction. In this way, in online buying and selling through marketplace platforms, there are also business actors who provide false information. Where in buying and selling through the marketplace platform there is a prohibition against providing false information. This is strictly regulated in UUPK, UU ITE and UU Trade.

In trading on the marketplace platform, every business actor is responsible for providing complete and correct information to consumers as regulated in the ITE Law and Trade Law, while consumers have the right to obtain complete and correct information as regulated in the UUPK. Furthermore, based on Law Number 20 of 2016 concerning Brands and Geographical Indications, to provide legal protection to consumers, business actors who counterfeit brands or buy and sell products which turn out to be the result of criminal acts, will be subject to the threat of criminal penalties. business actors who counterfeit brands or buy and sell products/goods resulting from a criminal act. Where are 3 (three) ways of resolving consumer disputes, namely resolving disputes by the disputing parties using peaceful means without resorting to resolution through judicial channels or with the help of a neutral third party, resolving disputes involving the role of the court and resolving disputes outside the channels. justice involving the role of BPSK. In the future, it is deemed necessary for the government to create legislation that specifically regulates (lex specialis) regarding online transactions and consumers when purchasing goods online must be more careful and consumers must have the courage to fight for their rights for the losses they experience by demanding responsibility for the perpetrators business.

Risk theory in the context of protecting consumers and business actors in online trading through marketplaces aims to mitigate legal risks against exposure to legal risks that may arise in buying and selling transactions on marketplace platforms in the digital era, which is very important and necessary in protecting consumers, business actors and marketplaces in sales transactions. Buy on an online trading platform that is based on the principles of justice and is based on the Principles of Honesty and Openness, which must always be accompanied in order to minimize the occurrence of legal problems in transactions via the marketplace platform. In electronic trading, it is explained that information on contract terms, the terms of the contract itself, or contracts agreed upon by the parties in electronic transactions or trading places more emphasis on electronic procedural steps rather than substantive understanding of the parties.

Regarding the above, consumers can report the problem to the marketplace platform used for transactions. A responsible marketplace platform must provide fair and immediate resolution of problems that occur based on applicable legal provisions. For this reason, consumers must ensure that the marketplace platform they use has a clear consumer protection policy and complies with applicable security and privacy standards. Consumers can also report incidents of fraud or counterfeit products they experience to the authorities, such as the Ministry of Trade or the Police Criminal Investigation Unit. For this reason, consumers should be more careful before buying. Don't be easily tempted and influenced by the cheap prices of the goods being bought and sold.

In accordance with Article 6 letter (b) UUPK, business actors have the right to obtain legal protection from consumer actions that have bad intentions. Business actors must ensure that the marketplace platform used has a clear protection policy and meets applicable security and privacy standards. Business actors can also ask for assistance from related institutions or organizations to help resolve problems that arise in buying and selling

transactions via the marketplace platform. From a consumer protection perspective to minimize the potential risk of claims for compensation from consumers who have been harmed. Risk mitigation that can be carried out by business actors, namely business actors must also ensure that they provide information about the products they sell clearly and accurately and ensure that consumers can understand this information. In addition, business actors must ensure that they do not carry out business practices that are misleading or detrimental to consumers. To overcome the risk of losses in buying and selling transactions on marketplace platforms, business actors can improve security systems and verify consumer identities before making transactions. Business actors can also improve product quality and provide clear and accurate information about the products they sell. In addition, business actors can strengthen return policies and guarantee that consumers can submit claims if losses occur in transactions made.

When carrying out buying and selling transactions on marketplace platforms, risk mitigation is very important to ensure security and trust in online transactions. By taking several preventive steps and paying attention to possible risk factors, we can reduce the possibility of risks and losses in buying and selling transactions via the marketplace platform. Risk mitigation is necessary to create balanced legal protection between consumers and business actors. For this reason, legal regulations are needed that can provide legal protection in the context of empowering consumers. This aims to create a balance in protecting the rights of consumers and business actors, so as to create a healthy economy that is fair and has legal certainty. Based on Article 2 of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection, it is known that the principle of balance is one of the principles used to protect consumers, business actors and marketplaces apart from the principles of benefit, consumer security and safety, as well as justice and legal certainty.

The definition of the principle of balance according to the UUPK explanation is where the interests of consumers, business actors and the government are in a balanced position both materially and spiritually. Basically, the state is obliged to provide legal protection to its citizens, especially for good and halal products, on the other hand, every citizen also has the right to legal protection as a consumer, so In enforcing these legal rules, state intervention is needed through the establishment of a balanced legal protection system between consumers and business actors in e-commerce transactions. The principle of legal balance in the framework of legal protection for buying and selling transactions on marketplace platforms refers to the principle that guarantees the rights and obligations of consumers, business actors and the market are balanced and fair. This principle is important to maintain integrity and fairness in e-commerce transactions. In the consumer context, the principle of legal balance means that consumers' rights to obtain quality products or services, accurate and clear information, and protection of privacy and personal data must be guaranteed. Consumers also have the right to obtain compensation or a refund if these rights are violated. For business actors, the principle of legal balance means how applicable laws and

regulations must be obeyed and complied with, including by providing products or services that meet quality standards, consumers receive accurate and clear information, and protect consumers' privacy and personal data. On the other hand, business actors also have the right to provide legal protection if there is a violation by consumers of the agreed clauses of the agreement. General legal protection is provided to consumers, business actors and marketplaces in transactions on online trading platforms. In essence, the principle of inner balance Legal protection in electronic commerce transactions emphasizes its importance balance of rights and obligations of all parties involved. This aims to create a fair transaction environment on the marketplace platform based on Pancasila and the 1945 Constitution.

Apart from having the potential to cause losses to consumers and business actors, buying and selling transactions via marketplace platforms also have the potential to create potential risks in the marketplace, so identification needs to be carried out. Where the marketplace in carrying out buying and selling transactions through the marketplace platform has the potential to experience potential risks of loss. As a digital platform that brings together sellers and buyers in e-commerce transactions, the marketplace has a good security system, but there are still gaps for fraud, one of which is by selling goods that do not match the picture. The losses that befell the marketplace resulted in demands for compensation from consumers who suffered losses due to errors or negligence of the marketplace in providing their services.

There are several efforts to reduce or minimize the negative impact of various risks that may occur for consumers, business actors and marketplaces on online trading platforms. Marketplaces can implement various forms of risk mitigation to ensure operations and transactions run smoothly and safely. The following are several forms of risk mitigation, namely by increasing data security, monitoring sellers to prevent fraud, evaluating reviews and feedback from buyers, and providing a complaint system. Marketplaces must also provide good customer service, providing security education, implementing clear terms and conditions, for example, by explaining clauses that may affect users, and providing guidance on how to read and understand terms and conditions. If a business actor uses the marketplace platform to sell illegal goods or services and there is a privacy violation, the marketplace must ensure that the account is deleted and provide a clear explanation to the public regarding the action taken. This is because according to the author, as a third party, the marketplace platform actually has an important role in mediating disputes and facilitating compensation between consumers and business actors. Marketplace is a platform that facilitates online shopping applications and creates online/digital contracts on the marketplace platform. Although according to regulations, third parties have not been recognized in the UUPK, the regulations regarding this marketplace can be found in the Minister of Trade Regulation Number 50 of 2020 concerning Provisions for Business Licensing in Trading via Electronic Systems which regulates that what is meant by the definition of Trading Operators via Electronic Systems (PPMSE) is "a business actor providing electronic communication facilities used for trade transactions".

One of the main aspects in implementing the principle of balance of legal protection in electronic commerce is openness and equality of information between the parties involved in the transaction. Consumers have the right to obtain clear, accurate and complete information from business actors regarding various aspects related to electronic commerce transactions.

With transparency and equality of information, consumers can make the right decisions and avoid gaps in knowledge with business actors. The application of the principle of balance in e-commerce also includes equality and equality of rights and obligations between business actors and consumers. Consumers have the right to obtain according to the agreed specifications. The right to obtain security and quality guarantees, as well as the right to submit claims or compensation. If there is a discrepancy or defect in the goods purchased. On the other hand, consumers also have obligations such as making price payments on time and complying with applicable laws and regulations. For business actors, the principle of legal balance helps them fulfill the obligations they should carry out, such as complying with applicable laws and regulations, providing products or services that meet quality standards, and protecting consumer privacy and personal data. This principle also helps business actors to obtain legal protection if consumers violate agreed terms. Overall, the principle of legal balance functions to create an environment for buying and selling transactions on a marketplace platform that is fair and balanced, where the rights and obligations of all parties involved are maintained and protected.

When carrying out buying and selling transactions on marketplace platforms, risk mitigation is very important to ensure security and trust in online transactions. By taking several preventive steps and paying attention to possible risk factors, we can reduce the possibility of risks and losses that may arise in electronic trading transactions.

Based on the results of the discussion, the author can conclude the following:

- 1. There are many legal regulations on marketplace platforms to provide legal protection to consumers, business actors and marketplaces issued by various Institutions/Agencies and in the form of regulatory products ranging from Laws to Regulations/Ministerial Decrees, Bank/OJK Regulations, so that it seems there is hyper regulation. Hyper regulation here is more about the large number of regulations but there tends to be overlapping, contradictory and multiple interpretations in interpreting the editorial of a regulatory article, which gives rise to the impact of ineffectiveness and irrelevance in the application and implementation of these regulations, thus affecting the aspect of law enforcement which is one of the causes of the emergence legal uncertainty which creates an imbalance in providing balanced legal protection to consumers, business actors and the marketplace. There are regulations governing consumer protection, regulations regarding the operation of Electronic Systems, regulations regarding personal data protection, regulations regarding copyright, prohibitions on monopolistic practices and unfair business competition, payment and tax systems. However, the UUPK as the parent of consumer protection regulations itself does not fully regulate legal protection for buying and selling transactions via marketplace platforms.*

2. *The obstacles faced in law enforcement in realizing balanced legal protection for buying and selling transactions between consumers, business actors and marketplaces originate from regulations that do not fully provide legal protection for buying and selling transactions via marketplace platforms, from the institutional side of the existence of BPSK which does not yet formed in each province, the mentality or personality of law enforcement officers plays a very important role, to help regulations in the field of consumer protection, business actors and marketplaces to be implemented well. Apart from that, the competence and understanding of law enforcement officials regarding consumer protection rules needs to be further improved and socialized further, so that the application of the rules in resolving consumer, business and marketplace disputes becomes more effective, difficulties in proving cases in consumer disputes and lack of coordination between Institutions/Agencies in the field of consumer protection, societal factors are found to be unequal information between consumers and business actors which can be an obstacle in legal protection in the field of marketplace platforms, limited law enforcement facilities and infrastructure as well as a lack of socialization of consumer protection rules both to the public and to Law Enforcement Officials and at Institutions/Institutions in the field of consumer protection. Mitigating risks in buying and selling transactions in order to realize balanced legal protection between consumers, business actors and marketplaces first requires identifying risks that may arise, whether financial risks in the form of money losses, data leakage/security losses, the possibility of online fraud, goods not according to the description, the goods are damaged/defective and the goods do not even arrive. If a privacy violation occurs on a marketplace platform, the marketplace must ensure that customer and business data is well protected and follow up quickly to resolve any privacy issues that occur. For risks that may arise, a series of mitigation efforts need to be carried out, both through penal and non-penal channels. The penalty route, such as by processing legally, while the non-penal route involves taking action, such as maintaining the confidentiality of the PIN/OTP, being alert to unknown numbers that send certain links, ensuring that the website or application used for transactions has a valid and up-to-date SSL certificate. , ensure that there is a guarantee of personal data protection. Avoid shopping for illegal products, check whether there is a return policy if the item purchased turns out to be defective because when ordering you cannot physically see the item, make sure to check and verify the buyer or seller's information, including shipping address and payment information, using the correct payment method safe and reliable to ensure that payments made are safe and not misused. Make sure the product purchased matches the description and image displayed. Make sure that the shipping method chosen is safe and reliable, and ensure that the goods sent have been checked first before sending. Selection of a trusted marketplace. Read and understand the terms and conditions of the marketplace before making a transaction, maintain the privacy and security of personal data, including ensuring that the website used is safe and verified. Use safe and trusted payment methods.*

3. *The legal concept for the direction of future legal reconstruction (ius constituendum) to mitigate risks in order to realize balanced legal protection between consumers, business actors and the marketplace based on the Principle of Legal Certainty is carried out by: reformulating the rules for protection, business actors and the marketplace in buying and selling transactions on the marketplace platform especially the regulation regarding limitations regarding standard clauses to clarify the rules so that there are still standard clauses which are in the nature of transferring responsibility, guiding and supervising the implementation of consumer protection by synchronizing regulations. The government needs to make clear and firm regulations related to the protection of consumers, business actors and marketplaces in buying and selling transactions via marketplace platforms. These regulations must consider the interests of all parties and provide legal certainty for all parties involved in electronic trade transactions.*

Empowering the role of the Ministry, Provincial and City Trade Services, National Consumer Protection Agency, Consumer Dispute Resolution Agency, Non-Governmental Consumer Protection Institute (YLKI) in realizing balanced legal protection for consumers, business actors and marketplaces based on the principle of legal certainty. Complaints and dispute resolution Business actors and marketplaces must provide effective and transparent complaint and dispute resolution mechanisms for consumers. If a dispute occurs between consumers and business actors or marketplaces, there must be a mechanism that can resolve the dispute in a fair and transparent manner equipped with tools, namely: Dispute resolution website equipped with features that contain information about Dispute Resolution Bodies/Institutions Consumers and their duties, authority and responsibilities. Feature that contains information about complaints related to applicable terms and conditions. Where the complaint request is signed digitally in the form of a digital signature. Feature to be able to check the status of consumer complaint resolution, so that consumers can know where they have reached the stage of resolving consumer complaints. Complaint/dispute resolution report feature in the form, such as a Complaint/Dispute Settlement Decree. Where consumers are given an access code to enter the website and can print the SK/decision output resulting from complaint/dispute resolution. And equipped with quality and competent human resources in the IT sector. SOP for Online Complaint and Dispute Resolution by BPSK. SOP for Complaint Resolution by Marketplace as a Third Party. Consistent application of the law The government must apply the law consistently and fairly. If a violation of the law occurs, business actors or marketplaces must be dealt with firmly in accordance with applicable law. In considering the matters above, future legal reconstruction must ensure that the principle of legal certainty is fulfilled. This will provide legal certainty for all parties and encourage the creation of a healthy and ethical business environment.

From the results of this research, it can be concluded from the results of this research, namely that there is an imbalance in legal protection for buying and selling transactions on the marketplace platform between consumers, business actors and the marketplace.

The implications of this dissertation research, namely its theoretical usefulness, are expected to provide a scientific contribution to legal science in the development of Business Law, especially in the field of Consumer Protection Law and also legal protection in buying and selling transactions for consumers, business actors and marketplaces. Meanwhile, for practical use, the research results which focus on Business Law, especially on aspects of consumer protection, business actors and marketplaces in buying and selling transactions, are expected to be material for consideration and contribution of thought and can provide concrete contributions and solutions not only for consumers, business actors. and marketplaces but also for: Law Enforcement Officials, to become a source of information and input for Law Enforcement Officials in taking appropriate policies in providing balanced legal protection between consumers, business actors and marketplaces based on the Principle of Legal Certainty. For consumers, in the field of business law, especially in the field of consumer protection in buying and selling transactions through marketplace platforms, such as Tokopedia, Shopee and others, so that it becomes a source of information and general knowledge, so that it can be used as a reference for the juridical aspect of consumer protection in buying and selling transactions via the marketplace platform. For business actors and marketplaces, in the field of business law, especially in the field of consumer protection in buying and selling transactions through marketplace platforms and for use by executive institutions, so that it becomes a source of information and input for executive institutions (relevant departments and ministries) to determine preventive measures, consumer protection and supervision, such as Kominfo, the National Consumer Protection Agency (BPKN) and the Consumer Dispute Resolution Agency (BPSK). For the Legislative Institution, to formulate statutory regulations and implementing regulations relating to the protection of consumers, business actors and marketplaces in buying and selling transactions via marketplace platforms.

From the explanation above, it is necessary to handle dispute resolution between consumers, business actors and marketplaces in buying and selling transactions which are resolved online supported by the following tools:

- 1. Consumer protection The government needs to make regulations that protect consumers from fraud and unethical business practices. With clear regulations and effective supervision, it is hoped that the implementation of the marketplace platform can run well and provide adequate protection for consumers. By implementing effective legal regulations in legal protection for buying and selling transactions via marketplace platforms, it is hoped that it can create a safe and trustworthy environment for consumers, as well as encourage sustainable growth and development of the marketplace platform sector. Indonesia still needs an Internet Law or Cyber Law. The Internet Law is a law that specifically regulates the issue and reception of electronic messages via the internet.*

2. *In order to maintain supervision over the implementation of the marketplace platform, the government needs to collaborate with various related parties, including the Ministry of Trade, the Consumer Protection Agency, and other related institutions. The country needs to have a closed system (Close System) for controlling Big Data, Connectivity and Artificial Intelligence, which must start from the existence of state sovereignty over demographics and citizen data privacy. Strategic data such as NIK, financial transactions and other transactions that are deemed to be of national interest need to be protected by sovereignty. Further increase socialization or educational outreach to consumers on e-commerce marketplaces. This is because there are still problems and disputes between consumers and business actors due to consumer insensitivity and a lack of consumer literacy. and business actors who do not want to provide accurate information are also factors.*
3. *Recommend revisions to laws and regulations related to consumer protection, such as the UUPK and Minister of Trade Regulation Number 72 of 2020 concerning the Consumer Dispute Resolution Agency to be adjusted to resolve complaints and disputes online and pay attention to the provisions regulated in the UUPK, including any matters which is prohibited to do so that online buying and selling transactions remain safe and do not violate the law. The existence of regulations with an ecosystem approach is more necessary considering the complexity of the parties involved in buying and selling transactions via marketplace platforms.*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah rabbi ‘alamiin. Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT, serta shalawat teriring salam dicurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, shabat serta para pengikutnya hingga akhir zaman, syukur Alhamdulillah karena atas berkat rahmat dan hidayah-Nya jualah, maka penulis dapat membuat dan menyelesaikan Disertasi dengan judul : **“MITIGASI RISIKO TRANSAKSI JUAL BELI DALAM HUBUNGANNYA DENGAN PERLINDUNGAN HUKUM YANG SEIMBANG ANTARA KONSUMEN, PELAKU USAHA DAN MARKETPLACE BERDASARKAN ASAS KEPASTIAN HUKUM”** dengan baik dan lancar.

Disertasi ini dibuat sebagai salah satu syarat bagi penulis untuk menyelesaikan Studi Doktor Ilmu Hukum pada Program Doktor Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya Palembang dan untuk dapat memberikan sumbangsih pemikiran dan pengetahuan kepada para pembaca terkait dengan isu hukum yang dibahas.

Tulisan ini membahas mengenai permasalahan hukum, yaitu: Untuk mengetahui bagaimanakah aturan hukum serta kendala yang dihadapi dalam penegakan hukumnya pada transaksi jual beli secara *online* dengan menggunakan *platform* perdagangan *digital* dalam rangka mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen dan *marketplace* berdasarkan Asas Kepastian Hukum dan

bagaimanakah mitigasi risiko serta konsep hukum arah rekonstruksi hukum ke depan (*ius constituendum*). Apalagi kondisi saat ini, transaksi jual beli secara *online* dengan menggunakan *platform* perdagangan *digital* mengalami peningkatan walaupun terdapat dampak buruk pada perekonomian nasional yang ditandai dengan pertumbuhan ekonomi yang semakin memburuk. Realita baru yang dihadapi dunia perbankan menunjukkan terjadinya kontraksi pasar yang memprihatinkan, suku bunga tinggi, likuiditas dan *cash flow* yang terbatas, penjualan merosot, debitur bermasalah meningkat, dunia perekonomian mengalami depresi, serta iklim usaha yang cenderung tidak menguntungkan. Namun di sisi lain, untuk meminimalisir transaksi langsung, masyarakat banyak melakukan transaksi jual beli pada *platform marketplace*, namun di sisi lain, ternyata transaksi jual beli *online* ternyata berdampak risiko yang kadang merugikan pihak konsumen, pelaku usaha dan bahkan *marketplace* sendiri. Untuk itu, para pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* perlu dilindungi secara hukum, sehingga tercipta hubungan hukum yang seimbang terutama antara konsumen dan *marketplace* berdasarkan Asas Kepastian Hukum.

Dalam penyusunan Disertasi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari banyak pihak baik secara moral, material maupun immaterial, sehingga penulisan Disertasi ini dapat terselesaikan. Untuk itu, dengan segala rasa hormat, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang tidak terhingga atas segala dukungan dan bantuannya, yaitu kepada Yang Terhormat:

1. Bapak Rektor Universitas Sriwijaya Prof. Dr. Taufiq Marwa, SE. M.Si.
2. Bapak Dekan Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya, Bapak Prof. Dr. H. Joni Emirzon, S.H., M.Hum. yang juga sekaligus selaku Promotor Penulis.
3. Bapak Wakil Dekan 1 Bidang Akademik, Dr. Muhammad Syaifuddin, S.H., M.Hum.
4. Ibu Wakil Dekan 2 Bidang Umum dan Keuangan, Vegitya Ramadhani Putri, S.H., S.Ant., M.A., LL.M.
5. Bapak Wakil Dekan 3 Bidang Kemahasiswaan dan Alumni, Dr. Zulhidayat, S.H., M.H.
6. Ibu Ketua Program Studi (Kaprodi) Doktor Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya, Prof. Dr. Hj. Annalisa Yahanan, S.H., M.Hum. dan juga sekaligus sebagai Pembimbing Akademik dan juga sebagai Co-Promotor penulis
7. Bapak/Ibu Dosen Program Doktor Ilmu Hukum (PDIH) Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya, Prof. Dr. Febrian, S.H., M.S., Prof. Amzulian Rifai, S.H., L.L.M., Ph.D., Prof. Dr. H. Achmad Romsan, S.H., M.H., L.L.M., Prof. Dr. Topo Santoso, S.H., M.H., Dr. Zen Zanibar MZ, S.H., M.Hum., Dr. Firman Muntaqo, S.H., M.Hum., Dr. Mada Apriandi, S.H., M.CL., Dr. Hj. Nasriana, S.H., M.Hum., Dr. Suci Flambonita, S.H., M.H., Dr. Henny Yuningsih, S.H., Dr. Akhmad Idris, S.H., M.H. dan Dedeng Zawawi, S.H., M.H.
8. Staf Administrasi PDIH Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya, yaitu Bapak Andrian Eka Putra dan Ibu Tri Putri Cahya.

9. Koordinator Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya Palembang, yaitu Ibu Novita Vitriana beserta Staf.
10. Pustakawan Universitas Gajah Mada Ibu Dr. Purwani Istiana, SIP., M.A. terima kasih banyak atas referensi buku dan literatur penulisannya.
11. Seluruh rekan Mahasiswa/i PDIH Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya Angkatan 2021.
12. (Alm) Bapak H. Abdullah Sani dan (Almh) Ibu Hj. Rinawati Rupaidah Kedua orang tuaku tercinta, beserta Saudara-saudara dan Ipar, yaitu Baten Risa dan Kak Kipni, Uti Dila, Abang Ramani dan Kanjeng Deasy, Dei beserta ponakan tersayang Kakak Nabila, Dedek Khanza, Nak Aulia dan Dek Lukman yang telah *mengsupport* tiada hentinya kepada penulis.
13. Seluruh jajaran manajemen Direksi dan Komisararis Bank Sumsel Babel beserta rekan-rekan kerja terutama dari Divisi *Human Capital* dan Divisi Manajemen Risiko yang telah *mengsupport* penulis selama menempuh pendidikan PDIH pada Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya serta kepada semua pihak yang telah ikut membantu penulis untuk kelancaran dalam penyelesaian penulisan Disertasi ini.

Penulis menyadari adanya kekurangan baik dalam teknik penyajian materi maupun pembahasan dalam Disertasi ini. Sebagaimana lazimnya seorang yang masih belajar tentunya Disertasi masih jauh dari kesempurnaan, meski penulis telah berusaha semaksimal mungkin. Untuk itu, penulis pada kesempatan ini penulis merasa sangat senang dan mengapresiasi serta berterima kasih apabila terdapat koreksi, kritikan dan saran / masukan serta bimbingan yang bersifat membangun demi kebaikan dan kesempurnaan dari penulisan ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga Disertasi ini bisa bermanfaat bagi kita semua, terutama untuk penulis sendiri dalam menambah pengetahuan di Bidang Hukum Bisnis, khususnya berkaitan dengan Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dan *Marketplace* pada transaksi jual beli jual beli melalui *platform marketplace*.

Palembang, November 2024
Penyusun,

ANITA SANI
NIM. 02013682126024

RIWAYAT HIDUP

- Nama dan Gelar : Anita Sani
Tempat/Tgl Lahir : Ketapang (Kalimantan Barat)/ 13 Agustus 1973
Agama : Islam
Alamat Rumah : Jalan Musi VA No. 1E Way Hitam RT. 038 RW. 011
Kel. Demang Lebar Daun, Kec. Ilir Barat I
Palembang - 30137
Pekerjaan : Karyawati Bank Sumsel Babel
- Alamat Kantor : Bank Sumsel Babel Kantor Pusat
Jalan Gubernur H. Achmad Bastari No. 07 Jakabaring
Palembang – 30152
- Status : *Single*
- Email* : a. anita.sani@banksumselbabel.com.
b. anitasani559@gmail.com.
- Riwayat Pendidikan : a. Sekolah Dasar Negeri Teladan, Pangkalan Bun (Kalimantan Tengah) (Lulus Tahun 1986)
b. Sekolah Menengah Pertama 1, Palembang (Lulus Tahun 1989)
c. Sekolah Menengah Atas 1, Palembang (Lulus Tahun 1992)
d. Sarjana Hukum, Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya, Palembang (Lulus Tahun 1996)
e. Magister Hukum, Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya (Lulus Tahun 2005)
- Riwayat Pekerjaan : Bank Sumsel Babel (1997-Sekarang)
- Sertifikasi : 1. Pendidikan Khusus Profesi Advokat, Peradi (2005)
2. Sertifikasi Manajemen Risiko, Tingkat I, Badan Sertifikasi Manajemen Risiko (BSMR) (2010)
3. Sertifikasi Manajemen Risiko, Tingkat II, Badan Sertifikasi Manajemen Risiko (BSMR) (2011)
4. Sertifikasi Kepatuhan dan Anti *Money Laundering* (AML), Level 1, Forum Komunikasi Direktur Kepatuhan (FKDKP) (2014)
5. Sertifikasi Kepatuhan dan Anti *Money Laundering* (AML), Level 2, Forum Komunikasi Direktur Kepatuhan (FKDKP) (2015)
6. Sertifikasi Manajemen Risiko, Tingkat III, Badan Sertifikasi Manajemen Risiko (BSMR) (2018)
7. Sertifikasi Manajemen Risiko Tingkat IV, Badan Sertifikasi Manajemen Risiko (BSMR) (2022)
8. Resertifikasi Manajemen Risiko Jenjang 6, PT. Leadership Asia (2024)

- Pelatihan : 1. *Inhouse Learning Workshop* PP & Laporan Rencana Aksi Pemulihan Berdasarkan POJK Nomor 5 Tahun 2024, The Millenials Institute (2024)
2. Kegiatan Diskusi Perbankan Daerah dan Perubahan Iklim, *Center for Climate and Sustainable Finance* Universitas Indonesia (2024)
3. Sosialisasi Ketentuan Bank Umum, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (2022)
4. Pelatihan *Security Awareness*, Internal Bank Sumsel Babel (2021)
5. *Workshop* Strategi Efektif Implementasi Kebijakan Dalam Mendukung Kinerja Bank, PT. Solmit Bangun Indonesia, *Webinar Zoom* (2020)
6. *Workshop* Hukum Perbankan Urgensi Peran *Appraisal* Barang Jaminan Debitur Dalam Pemberian Kredit Perbankan, BHP Institute (2019)
7. Pelatihan Penerapan Prinsip Kehati-hatian & Kebijakan Anti Pencucian Uang Dalam Bisnis Perbankan, Forum Komunikasi Direktur Kepatuhan (2018)
8. *Workshop* Nasional Implementasi UU Nomor 8 Tahun 2010 Tentang Pencegahan dan Pemberantasan Tindak Pidana Pencucian Uang (TPPU), Lembaga Pengembangan Informasi (2015)
9. Pelatihan *Internal Control (Legal Compliance, Risk Management, Internal Audit)*, Internal Bank Sumsel Babel (2015)
10. Pelatihan Kewaspadaan dan Tantangan Bank di Bidang Pengawasan dan Pengendalian, Forum Komunikasi Direktur Kepatuhan Perbankan yang bekerja sama dengan PPATK, OJK dan Instansi Terkait lainnya (2014)
11. Pelatihan Implementasi Business Continuity Management (BCM) Yang Terintegrasi, Risk Management Guard (RMG) (2014)
11. *Training Legal Drafting & Writing*, PT. Patrari Jaya Utama Consultant (2014)
12. Pelatihan *Awareness Security*, PT. Andalan Nusantara Teknologi (ANT) (2014)
13. Pelatihan *Inspiring Leaders*, Remaja Tampubolon (2014)
14. Sosialisasi Awareness Pedoman Mutu & SOP ISO 9001:2008 (Multisite), PT. Global Sistem Konsultan (2013)
15. *Workshop* Penerapan PSAK 24 (Akuntansi Imbalan Kerja) & Aspek Peraturan Perundang-Undangan, *Awesome Consulting* (2013)
16. *Workshop International Standard Banking Practice (ISBP 745) 2013: Implementasi ISBP 745 Terhadap Dokumen Transaksi Dalam SKBDN dan L/C, Risk Management Guard (RMG)* (2013)
17. Sosialisasi Reformulasi dan Rekomitmen Budaya Kerja Bank Sumsel Babel, LAPI ITB (2013)

18. *Training Good Corporate Governance*, Expertindo Training & Consulting (2013)
19. Pelatihan *Awareness* dan Internal Audit ISO 9001:2008 dengan *Multisite Sistem*, PT. Global Sistem Konsultan (2013)
20. Pelatihan Dasar Perbankan Syariah, ICDIF – LPPI (2012)
21. Pelatihan Peran Bank Dalam Mencegah serta Memberantas Kejahatan Perbankan Tindak Pidana Perbankan dan Implementasi APU / PPT, Forum Komunikasi Direktur Kepatuhan Perbankan yang bekerja sama dengan Bank Indonesia dan PPATK (2010)
22. Pelatihan Teknik Beracara dalam PPHI di Pengadilan, Asosiasi HRD Sriwijaya (2007)
23. Pelatihan Mencegah dan Manangani Masalah Tanah dan Bangunan Secara Efisien, PLSHP (2006)
24. Bimbingan Teknis Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2004 Tentang Penyelesaian Perselisihan Hubungan Industrial (PPHI) Pasca Pengadilan Hubungan Industrial, Departemen Agama Institut Agama Islam Negeri Raden Fatah Palembang Program Pascasarjana *Centre For Islamic Education Review* (2006)
25. *Workshop* Mengelola Keputusan Manajemen yang Berisiko Hukum, Prima Management Consultant (2006)
26. Pelatihan Keterampilan Membuat Akta Perjanjian dan Dokumen Hukum, PLSHP (2006)
27. Pelatihan Menangani Aspek Hukum Perseroan Terbatas, Asosiasi HRD Sriwijaya (2006)
28. Diskusi Konsistensi UU Kepailitan dan Implementasinya, DPC AA Indonesia (2005)
29. Seminar Pelaksanaan dan Pemantapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja, Pemda Palembang (2005)
30. Seminar Strategi Manajemen Hubungan Industrial di Era OTODA, Yayasan Indonesia Baru (2003)
31. Pelatihan *Corporate Lawyer*, *Partners Law Firm* (2003)
32. Bedah Buku dengan judul “Hukum Surat Berharga dan Perkembangannya di Indonesia” Karangan Bapak Joni Emirzon, S.H., M.Hum. Kajian Hukum dan Bisnis, Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya kerjasama dengan Penerbit PT. Prenhallindo Jakarta (2002)
33. Diskusi Sehari “Pemanfaatan Teknik Arbitrase Dalam Penyelesaian Sengketa Bisnis”, *Law Firm ASA* Palembang bekerja sama dengan Badan Arbitrase Nasional Indonesia (BANI) Jakarta (2002)
34. Seminar Tentang Permasalahan-Permasalahan Hukum Dalam Praktek Perbankan, Universitas Terumanagara Pascasarjana Magister Ilmu Hukum bekerja sama dengan Bank Mandiri dan Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Hukum Indonesia (LP2HI) (2002)
35. Kursus “Teknik Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan (*Alternatif Dispute Resolution / ADR*)”, *Law Firm ASA* (2001)
36. Pelatihan Dasar Internet: Browing, Search Engine, Email, Chatting, dll., DJ Net (2001)
37. Kursus *Service Excellence* Bank Sumsel, Institut Bankir Indonesia (IBI), (2000)
38. Acara Bedah Buku dengan judul: “Dasar-Dasar dan Teknik Penyusunan Kontrak” Karangan Bapak Joni Emirzon, S.H., M.Hum. (1998)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
RINGKASAN	viii
<i>SUMMARY</i>	xxx
KATA PENGANTAR	liii
RIWAYAT HIDUP	lviii
DAFTAR ISI	lxi
DAFTAR TABEL	lxvii
DAFTAR BAGAN	lxviii
DAFTAR GRAFIK	lxix
DAFTAR ISTILAH DAN SINGKATAN	lxx
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Permasalahan	52
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	52
1. Tujuan Penelitian	52
2. Manfaat Penelitian	53
D. Keaslian (Orisinalitas) Penelitian Terdahulu	54
E. Kerangka Teoritik	63
1. <i>Grand Theory</i>	68
1.1 Teori Keadilan	68
1.2 Teori Kepastian Hukum	70
2. <i>Middle Theory</i>	73
2.1 Teori Risiko	73
2.2 Teori Pengawasan	76
2.3 Teori Unifikasi dan Harmonisasi Hukum	80
3. <i>Applied Theory</i>	82
3.1 Teori Perlindungan Hukum	82
3.2 Teori Perjanjian	85
3.3 Teori Keseimbangan Hukum	88
3.4 Teori Ganti Rugi	96
F. Definisi Konseptual	100
1. Mitigasi Risiko	100
2. Transaksi	100
3. Perlindungan Hukum Konsumen	100
4. Keseimbangan Hukum	101
G. Metode Penelitian	103
1. Tipe Penelitian	103
2. Pendekatan Penelitian	106

3. Arah Penelitian	109
4. Jenis dan Sumber Bahan Hukum Penelitian	109
5. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum	117
6. Tehnik Pengolahan Bahan Hukum	118
7. Metode Analisa Bahan Hukum	119
8. Teknik Penarikan Kesimpulan	120

BAB II : MITIGASI RISIKO SEBAGAI BENTUK PERLINDUNGAN HUKUM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MELALUI PLATFORM MARKETPLACE	123
A. Hubungan Hukum Para Pihak dalam Transaksi Jual Beli melalui <i>Platform Marketplace</i>	123
1. Konsumen	123
1.1. Hak Konsumen	124
1.2. Kewajiban Konsumen	124
2. Pelaku Usaha	126
2.1. Hak Pelaku Usaha	127
2.2. Kewajiban Pelaku Usaha	127
3. <i>Marketplace</i>	128
3.1. Pengertian <i>Marketplace</i>	128
3.2. Pengaturan <i>Marketplace</i>	131
3.3. Jenis-Jenis dan Contoh Produk <i>Marketplace</i>	132
3.4. Tujuan <i>Marketplace</i>	137
3.5. Kelebihan dan Kekurangan Berjualan di <i>Marketplace</i>	137
B. Perlindungan Konsumen Transaksi Jual Beli melalui <i>Platform Marketplace</i>	139
1. Pengertian Perlindungan Konsumen	139
2. Hukum Perlindungan Konsumen	145
3. Asas, Prinsip dan Tujuan Hukum Perlindungan Konsumen	147
3.1 Asas Perlindungan Konsumen	147
3.2 Prinsip Perlindungan Konsumen	164
3.3 Tujuan Perlindungan Konsumen	164
4. Klausula Baku dalam Transaksi Jual Beli melalui <i>Platform Marketplace</i>	165
C. Transaksi <i>E-Commerce</i> di Era Digital	171
1. Pengertian Transaksi <i>E-Commerce</i>	171
2. Kelebihan dan Kekurangan Transaksi <i>E-Commerce</i>	183
2.1 Kelebihan Transaksi <i>E-Commerce</i>	183
2.2 Kekurangan Transaksi <i>E-Commerce</i>	185
3. Jenis-Jenis Transaksi <i>E-Commerce</i>	188
4. Karakteristik Transaksi <i>E-Commerce</i>	192
5. Pihak-Pihak yang Terlibat dalam Transaksi <i>E-Commerce</i>	193
6. Kerugian dalam Transaksi Jual Beli pada <i>Platform Marketplace</i>	195
6.1 Kerugian Konsumen	197
6.2 Kerugian Pelaku Usaha	199
6.3 Kerugian <i>Marketplace</i>	200

BAB III : PENGATURAN HUKUM TRANSAKSI JUAL BELI DALAM MEMBERIKAN PERLINDUNGAN HUKUM YANG SEIMBANG ANTARA KONSUMEN, PELAKU USAHA DAN MARKETPLACE	202
A. Pengaturan Hukum dalam Transaksi Jual Beli melalui <i>Platform Marketplace</i>	204
1. Pengaturan Hukum Perlindungan Hukum Transaksi Jual Beli melalui <i>Platform Marketplace</i>	205
2. Pengaturan Hukum Penyelenggaraan Sistem Elektronik pada Jual Beli melalui <i>Platform Marketplace</i> di Indonesia	238
3. Pengaturan Hukum Transaksi Jual Beli melalui <i>Platform Marketplace</i> dalam memberikan perlindungan hukum terhadap Data Pribadi	256
4. Pengaturan Hukum Transaksi Jual Beli melalui <i>Platform Marketplace</i> dalam memberikan perlindungan hukum terhadap Hak Cipta	265
5. Pengaturan Hukum Transaksi Jual Beli melalui <i>Platform Marketplace</i> terkait Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat	268
6. Pengaturan Hukum Sistem Pembayaran dan Pajak	273
B. Perlindungan Hukum yang Seimbang Terhadap Konsumen, Pelaku Usaha dan <i>Marketplace</i> pada Transaksi Jual Beli	282
1. Hubungan Hukum antara Konsumen, Pelaku Usaha dan <i>Marketplace</i> pada Transaksi Jual Beli	285
2. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli melalui <i>Platform Marketplace</i>	288
3. Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha dalam Transaksi Jual Beli melalui <i>Platform Marketplace</i>	291
4. Perlindungan Hukum Terhadap <i>Marketplace</i> dalam Transaksi Jual Beli melalui <i>Platform Marketplace</i> ...	295
 BAB IV : KENDALA DAN MITIGASI TRANSAKSI JUAL BELI DALAM MEWUJUDKAN MEWUJUDKAN HUKUM PERLINDUNGAN HUKUM YANG SEIMBANG ANTARA KONSUMEN PELAKU USAHA DAN MARKETPLACE BERDASARKAN ASAS KEPASTIAN HUKUM	 303
A. Kendala Perlindungan pada Transaksi Jual Beli melalui <i>Platform Marketplace</i>	303
1. Faktor Regulasi Pengaturan Perlindungan Hukum Transaksi Jual Beli melalui <i>Platform Marketplace</i>	303
2. Faktor Aparat Penegak Hukum	327

3. Faktor Masyarakat	332
4. Sarana dan Fasilitas Pendukung	335
5. Faktor Kebudayaan	335
6. Faktor Sistem Penyelesaian Sengketa	340
7. Faktor Koordinasi	341
8. Faktor Teknologi dan Sistem Informasi	341
9. Faktor Pendidikan dan Kesadaran Masyarakat	342
10. Pengawasan terhadap pelaksanaan Transaksi Jual Beli melalui <i>Platform Marketplace</i>	342
B. Mitigasi Risiko Transaksi Jual Beli pada <i>platform Marketplace</i> Berdasarkan Asas Kepastian Hukum	345
1. Identifikasi Risiko dan Mitigasi Risiko pada Konsumen	346
2. Identifikasi Risiko dan Mitigasi Risiko pada Pelaku Usaha	385
3. Identifikasi Risiko dan Mitigasi Risiko pada <i>Marketplace</i>	393
C. Transaksi Jual Beli melalui <i>Platform Marketplace</i>	414
1. Penerapan Hukum Transaksi Jual Beli melalui <i>Platform Marketplace</i>	414
2. Kontrak Digital/ <i>Online</i> Transaksi Jual Beli melalui <i>Platform Marketplace</i>	417
2.1. Kontrak secara Umum	417
2.2. Kontrak Digital/ <i>Online</i> Global/Lintas Batas Negara/Internasional Transaksi <i>Platform Marketplace</i> yang Berkepastian Hukum	421
3. Standar Keamanan pembayaran Transaksi Jual Beli melalui <i>Platform Marketplace</i>	430
D. Upaya penyelesaian Sengketa Transaksi Jual Beli melalui <i>Platform Marketplace</i>	436
1. Model penyelesaian Sengketa Transaksi Jual Beli melalui <i>Platform Marketplace</i>	436
1.1. Model Penyelesaian Sengketa Transaksi Jual Beli pada <i>Platform Marketplace</i> melalui Jalur Pengadilan (Litigasi)	439
1.2. Model Penyelesaian Sengketa Transaksi Jual Beli pada <i>Platform Marketplace</i> melalui Jalur di Luar Pengadilan (Non Litigasi)	449
2. Penyelesaian Kerugian Terhadap Konsumen dengan Prinsip Kehati-hatian	461
E. Analisis Kasus dalam Konteks Perlindungan Hukum Refresif	469

BAB V : KONSEP HUKUM ARAH REKONSTRUKSI HUKUM KEDEPAN (<i>IUS CONSTITUENDUM</i>) UNTUK MEMITIGASI RISIKO DALAM RANGKA MEWUJUDKAN PERLINDUNGAN HUKUM YANG SEIMBANG ANTARA KONSUMEN, PELAKU USAHA DAN <i>MARKETPLACE</i> BERDASARKAN ASAS KEPASTIAN HUKUM	477
A. Perlindungan Hukum dalam Transaksi Jual Beli melalui <i>Platform Marketplace</i> dan mekanisme serta upaya penyelesaian sengketa perbandingan Sistem Hukum di Beberapa Negara	477
1. <i>Civil Law System:</i>	477
1.1 Belanda	477
1.2 Jepang	482
1.3 Indonesia	485
2. <i>Common Law System:</i>	491
1.1. Amerika Serikat	491
2.3 Singapura	496
3. Implikasi dari Hasil Perbandingan Hukum pada Aspek Perlindungan Hukum dan Mekanisme serta Upaya Penyelesaian Sengketa pada Transaksi Jual Beli melalui <i>Platform Marketplace</i> di Beberapa Negara	499
B. Rekonstruksi Hukum Ke depan (<i>Ius Constituendum</i>) untuk Memitigasi Risiko dan Mewujudkan Perlindungan Hukum antara Konsumen, Pelaku Usaha dan <i>Marketplace</i>	504
1. Konsep Hukum arah Rekonstruksi Hukum Transaksi Jual Beli pada <i>Platform Marketplace</i>	505
2. Perubahan mekanisme dan SOP penyelesaian sengketa pada Transaksi Jual Beli melalui <i>Platform Marketplace</i> yang efektif	544
3. Konsep Hukum Arah Rekonstruksi Hukum Ke Depan (<i>Ius Constituendum</i>) pada Aspek Kelembagaan pada Transaksi Jual Beli melalui <i>Platform Marketplace</i>	553
3.1 Peranan Kementerian Perdagangan dalam melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen, pelaku usaha dan <i>marketpace</i>	557
3.2 Peranan Kementerian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO) dalam Transaksi Jual Beli melalui <i>Platform Marketplace</i> dalam Melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan Perlindungan Konsumen, Pelaku Usaha dan <i>Marketplace</i>	566
3.3 Pengembangan upaya perlindungan Konsumen Oleh Badan Perlindungan Konsumen Nasional ...	567
3.4 Peranan aktif Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia dalam mewujudkan perlindungan hukum pada Konsumen, Pelaku usaha dan <i>Marketplace</i>	578

3.5. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam melakukan pengawasan yang efektif pada transaksi jual beli melalui <i>platform marketplace</i>	585
C. Perlindungan Hukum yang Seimbang antara Konsumen, Pelaku Usaha dan <i>Marketplace</i>	592
1. Pancasila dan UUD 1945 sebagai Cita Hukum dan Nilai Dasar	592
1.1. Pancasila dan UUD 1945 sebagai Cita Hukum dan Nilai Dasar dalam Penguatan pembentukan Aturan Perlindungan Konsumen pada Transaksi Jual Beli Melalui <i>Platform Marketplace</i>	593
1.2. Pancasila sebagai Filsafat Negara	594
1.3. Pancasila sebagai Karakteristik Hukum Modern	596
2. Implikasi Filosofis	597
2.1. Esensi dan Ruang Lingkup Asas Keseimbangan Hukum	603
2.2. Fungsi Asas Keseimbangan Hukum	606
2.3. Penggalian Asas Kepastian Perlindungan Hukum yang seimbang	608
3. Implikasi Teoritis	610
3.1. Ruang Lingkup Teori Kepastian Perlindungan Hukum yang Seimbang pada Transaksi Jual Beli melalui <i>Platform Marketplace</i>	614
3.2. Fungsi dan Pengembangan Teori Kepastian Perlindungan Hukum yang seimbang	615
4. Implikasi Dogmatis	618
4.1. Penerapan Asas Keseimbangan dalam Transaksi Jual Beli melalui <i>Platform Marketplace</i>	618
4.2. Perlindungan Hukum yang Seimbang pada Konsumen, Pelaku Usaha dan <i>Marketplace</i> pada Transaksi Jual Beli	624
BAB VI : PENUTUP	629
A. Kesimpulan	629
B. Rekomendasi	636
DAFTAR PUSTAKA	641
DAFTAR INDEKS	672
DAFTAR LAMPIRAN	678

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 : Daftar Peringkat <i>Marketplace</i> yang Paling Banyak Dikunjungi Tahun 2024	4
Tabel 2 : Jumlah Pengaduan Konsumen BPKN Tahun 2020 – Juni 2024	6
Tabel 3 : Permasalahan Pengaduan pada Jual Beli melalui <i>Platform Marketplace</i>	8
Tabel 4 : Matrik Judul Keaslian (Orisinalitas) Penelitian Terdahulu	57
Tabel 5 : Data Perbandingan Hukum Perlindungan Konsumen pada Transaksi Jual Beli pada <i>Platform Marketplace</i>	489
Tabel 6 : Reformula Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen	531
Tabel 7 : Reformula PP Nomor 71 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik	539
Tabel 8 : Saran dan Pertimbangan BPKN kepada Pemerintah	570

DAFTAR BAGAN

Perlindungan Hukum dalam Hubungan Hukum dengan Konsumen, Pelaku Usaha dan *Marketplace* pada Transaksi Jual Beli

	Halaman
Bagan 1. Perlindungan Hukum dalam Hubungan Hukum dengan Konsumen, Pelaku Usaha dan <i>Marketplace</i> pada Transaksi Jual Beli Melalui <i>Platform Marketplace</i>	16
Bagan 2. Alur Pikir Disertasi	51
Bagan 3. Kerangka Teori	99
Bagan 4. Definisi Konseptual	102
Bagan 5. Metode Penelitian	122

DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik 1. Komoditas Pengaduan selama Tahun 2021	348
Grafik 2. Trend Pengaduan (Selama Kurun Waktu Tahun 2017 – 2021)	349
Grafik 3. Permasalahan Belanja <i>Online</i>	363

DAFTAR ISTILAH DAN SINGKATAN

1. <i>ADR</i>	:	<i>Alternative Dispute Resolution</i>
2. <i>AEC</i>	:	<i>Asean Economic Community</i>
3. <i>AI</i>	:	<i>Artificial Intelligence</i>
4. <i>ATM</i>	:	Anjungan Tunai Mandiri
5. <i>BANI</i>	:	Badan Arbitrase Nasional Indonesia
6. <i>BI</i>	:	Bank Indonesia
7. <i>BPSK</i>	:	Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen
8. <i>BPKN</i>	:	Badan Perlindungan Konsumen Nasional
9. <i>BPOM</i>	:	Badan Pengawasan Obat dan Makanan
10. <i>B2A</i>	:	<i>Business to Administration</i>
11. <i>B2B</i>	:	<i>Business to Business</i>
12. <i>B2C</i>	:	<i>Business to Consumers</i>
13. <i>CIA</i>	:	<i>Chartered Institute of Arbitration</i>
14. <i>COD</i>	:	<i>Cash On Delivery</i>
15. <i>CPA</i>	:	<i>Consumer Protection Act</i>
16. <i>CPC</i>	:	<i>Consumer Protection Council</i>
17. <i>CPFTA</i>	:	<i>Protection (Fair Trading) Act</i>
18. <i>CPSC</i>	:	<i>Consumer Product Safety Commission</i>
19. <i>C2A</i>	:	<i>Consumer to Administration</i>
20. <i>C2C</i>	:	<i>Consumers to Consumers</i>
21. <i>C2B</i>	:	<i>Consumer to Business</i>
22. <i>DJKI</i>	:	Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual
23. <i>DNC</i>	:	<i>Do Not Call</i>
24. <i>DJPDN</i>	:	Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri
25. <i>DODR</i>	:	<i>Digital Online Dispute Resolution</i>
26. <i>DPO</i>	:	Pejabat Perlindungan Data
27. <i>ECA</i>	:	<i>Electronic Commerce Act</i>
28. <i>ECC</i>	:	<i>European Consumer Center</i>
29. <i>E-Cash</i>	:	Uang Elektronik
30. <i>E-Commerce</i>	:	<i>Electronic Commerce</i>
31. <i>ECOSOC</i>	:	Dewan Ekonomi dan Sosial PBB
32. <i>EDI</i>	:	<i>Electronic Data Interchange</i>
33. <i>E-Money</i>	:	<i>Electronic Money</i>
34. <i>FCC</i>	:	<i>Federal Communications Commission</i>
35. <i>FDS</i>	:	<i>Fraud Detection System</i>
36. <i>FTC</i>	:	<i>Federal Trade Commission</i>
37. <i>FTPA</i>	:	<i>Fair Trading Practices Act</i>
38. <i>GBHN</i>	:	Garis-Garis Besar Haluan Negara
39. <i>GPN</i>	:	Gerbang Pembayaran Nasional
40. <i>G2B</i>	:	<i>Government to Business</i>

41. G2C	:	<i>Government to Citizen</i>
42. HKI	:	Hak Kekayaan Intelektual
43. HPI	:	Hukum Perdagangan Internasional
44. ICT	:	<i>Information and Communication Technology</i>
45. ICT	:	<i>Information of Computer Technology</i>
46. IKK	:	Indeks Keberdayaan Konsumen:
47. ISP	:	<i>Internet Service Provider</i>
48. ITE	:	Informasi dan Transaksi Elektronik
49. Juklak	:	Petunjuk Pelaksanaan
50. Juknis	:	Petunjuk Teknis
51. KBBI	:	Kamus Besar Bahasa Indonesia
52. KCA	:	<i>Korea Costumer Agency</i>
53. Kemendag	:	Kementerian Perdagangan
54. KKI	:	Komunitas Konsumen Indonesia
55. KKS	:	Keamanan dan Ketahanan Siber
56. KOMINFO	:	Kementerian Komunikasi dan Informatika
57. KUH-Perdata	:	Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
58. KUHAPerdata	:	Kitab Undang-Undang Hukum Acara Perdata
59. KUH Pidana	:	Kitab Undang-Undang Hukum Pidana
60. KUHAPidana	:	Kitab Undang-Undang Hukum Acara Pidana
61. LAPS	:	Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa
62. LP2K	:	Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen
63. LPKSM	:	Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat
64. MAS	:	<i>Monetary Authrhority of Singapore</i>
65. MEA	:	Masyarakat Ekonomi ASEAN
66. ML	:	<i>Machine Learning</i>
67. MPR	:	Majelis Permusyawaratan Rakyat
68. NPWP	:	Nomor Pokok Wajib Pajak
69. ODR	:	<i>Online Dispute Resolution</i>
70. OJK	:	Otoritas Jasa Keuangan
71. OTP	:	<i>One Time Password</i>
72. OTT	:	<i>Over The Top</i>
73. O2O	:	<i>Online to Offline</i>
74. PBI	:	Peraturan Bank Indonesia
75. PBB	:	<i>Perserikatan Bangsa-Bangsa</i>
76. PDA	:	<i>Personal Digital Assistant</i>
77. PDPA	:	<i>Personal Data Protection Act</i>
78. PKP	:	Pengusaha Kena Pajak
79. PKTN	:	Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga
80. PSTE	:	Penyelenggaraan Sistem dan Traksasi Elektronik
81. POJK	:	Peraturan Otoritas Jasa Keuangan
82. PUJK	:	Penyelenggara Usaha Jasa Keuangan
83. RI	:	Republik Indonesia
84. UGC	:	<i>User Generated Content</i>
85. UMKM	:	Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

86.	<i>UNCITRAL</i>	:	<i>United Nations Commission on International Trade Law</i>
87.	<i>UNGCP</i>	:	<i>United Nation Guidelines for Consumer Protection</i>
88.	UU AAPS	:	Undang-Undang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa
89.	UUD	:	Undang-Undang Dasar
90.	UU ITE	:	Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik
91.	UU PDP	:	Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi
92.	UUPK	:	Undang-Undang Perlindungan Konsumen
93.	<i>UTPCP</i>	:	<i>The Uniform Trade Practices and Consumer Protection</i>
94.	Permendag	:	Peraturan Menteri Perdagangan
95.	PKTN	:	Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga
96.	PMK	:	Peraturan Menteri Keuangan
97.	PMSE	:	Perdagangan Melalui Sistem Elektronik
98.	<i>PO</i>	:	<i>Pre Order</i>
99.	PP	:	Peraturan Pemerintah
100.	PPMSE	:	Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik
101.	PSTE	:	Penyelenggara Sistem dan Transaksi Elektronik
102.	<i>SCA</i>	:	<i>Spam Control Act</i>
103.	SCC	:	<i>Small Claim Court</i>
104.	SCT	:	<i>Small Claim Tribunal</i>
105.	SKPD	:	Satuan Kerja Perangkat Daerah
106.	S&K	:	Syarat dan Ketentuan
107.	SNI	:	Standar Nasional Indonesia
108.	SOP	:	<i>Standard Operating Procedure</i>
109.	<i>SSL</i>	:	<i>Secure Sockets Layer</i>
110.	TIK	:	Teknologi Informasi dan Komunikasi
111.	Tipiring	:	Tindak Pidana Ringan
112.	<i>VMAG</i>	:	<i>Virtual Magistrate</i>
113.	<i>VPN</i>	:	<i>Virtual Private Network</i>
114.	WWW	:	<i>World Wide Web</i>
115.	YBLKI	:	Yayasan Bina Lembaga Konsumen Indonesia
116.	YLKI	:	Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sejak internet memasuki kehidupan orang-orang Indonesia pada sekitar pertengahan tahun 1990-an, sebenarnya jual beli lewat *platform digital* ini sudah mulai terjadi.¹ Dengan kemajuan teknologi jual beli dapat dilakukan dimana saja baik di dalam negeri maupun ke mancanegara dengan cara transaksi jual beli secara *online* yang juga dikenal dengan istilah *e-commerce*. Media elektronik menjadi salah satu andalan untuk melakukan komunikasi dan bisnis.² *Elektronic commerce* atau yang umum dikenal sebagai *e-commerce* merupakan pembelian dan penjualan produk atau jasa melalui sistem elektronik, seperti internet dan jaringan komputer.

E-commerce di Indonesia akhir-akhir ini semakin menjanjikan, perkembangannya semakin pesat, jauh melampaui perkiraan, bahkan telah membentuk gaya berbelanja masyarakat konsumen.³ Media elektronik menjadi salah satu andalan untuk melakukan komunikasi dan bisnis. Penggunaan internet dan *world wide web* (www) saat ini sangat diperlukan untuk bisnis. Setiap bisnis yang ingin meningkatkan penjualan dengan memanfaatkan pemasarannya pasti memiliki *website* yang berfungsi sebagai pusat promosi dan transaksi bisnis. Satu-satunya cara paling efektif untuk menerapkan teknologi guna meningkatkan efisiensi operasi bisnis dan penjualan produk adalah dengan menggunakan perdagangan elektronik

¹ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* (Jakarta: Grasindo, 2000): 23.

² Gayatri Rawit Angreni, *Menuju MR 4.0 Antisipasi Risiko di Era Digital* (Jakarta: Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia (LPPI), 2019): 260.

³ Gayatri Rawit Angreni, *loc. cit.*

(*e-commerce*) untuk mendistribusikan berbagai macam produk, baik fisik maupun digital.⁴ Perkembangan teknologi yang pesat, juga membuka peluang bisnis baru yang sebelumnya tidak mungkin terjadi. Contohnya adalah bisnis *e-commerce* yang muncul berkat adanya internet. Bisnis *e-commerce* telah memungkinkan pelanggan untuk membeli produk dari mana saja dan kapan saja, serta memungkinkan pengusaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas.⁵ Hal tersebut menyebabkan *e-commerce* terus berkembang di tahun 1980-an dan 1990-an hingga lahirnya salah satu perusahaan terbesar, eBay dan Amazon yang mendorong revolusi dunia *e-commerce*. *E-commerce* kemudian berevolusi melalui beberapa tahapan, yaitu iklan baris, *retail* dan *marketplace*.⁶

Teknologi informasi membuka mata dunia akan sebuah dunia baru, *marketplace* baru dan sebuah jaringan bisnis dunia yang tanpa batas. Bagaimanapun juga teknologi internet berhasil mengubah pola interaksi masyarakat, yaitu interaksi bisnis, ekonomi, sosial dan budaya. Bertolak dari hal tersebut internet telah memberikan kontribusi yang demikian besar bagi masyarakat, perusahaan / industri maupun pemerintah. Kehadiran internet dianggap dapat menunjang efektivitas dan efisiensi operasional perusahaan terutama perannya sebagai sarana informasi yang dibutuhkan oleh sebuah usaha dan bentuk badan usaha atau lembaga lainnya.⁷ Teknologi internet yang serba digital itu

⁴ Apprilisda Ranica Putri, dkk., “Peran *E-commerce* Sebagai Media Komunikasi Bisnis Dalam Peningkatan Penjualan UMKM Salaut Di Universitas Teknologi Digital,” *Jurnal Kajian dan Penelitian Umum* 1, no. 3 (Juni 2023): 1–16, e-ISSN: 2985-8666; p-ISSN: 2985-9573.

⁵ Wildan Mahendra Ardiansyah, “Peran Teknologi dalam Transformasi Ekonomi dan Bisnis di Era Digital Universitas Singaperbangsa Karawang (UNSIKA),” *Jurnal Kajian dan Penelitian Umum* 1, no. 3 (Juni 2023): 1–16, e-ISSN: 2985-8666; p-ISSN: 2985-9573.

⁶ *Ibid.*

⁷ Iman Sjahputra, *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik* (Bandung: Alumni, 2010): 130-131.

dapat berfungsi sebagai ajang promosi strategis yang efektif dan efisien, karena internet dapat menjangkau seluruh yurisdiksi hukum negara-negara di dunia.⁸

Setelah 2 (dua) dekade berlalu, perubahan minat belanja konsumen dalam negeri dan minat belanja *online* melalui *platform* perdagangan digital semakin meningkat. Hal ini dikarenakan kecepatan akses yang tinggi, stok produk dan jenis layanan yang lebih banyak pilihan, hemat waktu dan biaya, serta kepraktisan dalam prosesnya, menjadikan *e-commerce* impian masyarakat dan bidang yang menarik untuk ditekuni, digeluti, dicermati seiring dengan lahirnya perusahaan rintisan (*start-upcompanies*) di berbagai segmen. Apalagi dengan adanya pandemi Covid 19, pengguna transaksi *e-commerce* justru semakin meningkat. Sejak pandemi Covid-19 melanda dunia, kebiasaan konsumen dalam berbelanja mengalami perubahan signifikan.⁹ Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh A. Dianda and M. G. R. Pandin yang berjudul “*E-Commerce in Strengthening The Economy During The Covid19 Pandemic: A Historical Review*”. Dari hasil penelitiannya diketahui sejak pandemi Covid-19 sebagai dampak dari pembatasan sosial yang diberlakukan oleh banyak negara telah memaksa banyak toko fisik untuk ditutup, sehingga konsumen beralih ke belanja *online* sebagai alternatif. Hal ini menyebabkan lonjakan signifikan dalam jumlah transaksi *e-commerce* selama pandemi.¹⁰ Perkembangan media elektronik yang semakin hari semakin canggih sangat membantu masyarakat untuk bisa melakukan apa yang mereka

⁸ *Ibid.*

⁹ D. Godara, “E-Commerce Trends Post Covid-19,” *Jurnal Goswami Ganesh Dutta Sanatan Dharam College (GGSD)* 8, no. 1 (May 2022): 187–192.

¹⁰ A. Dianda and M. G. R. Pandin, “E-Commerce in Strengthening The Economy During The Covid19 Pandemic: A Historical Review,” *Jurnal Ekonomi Bisnis Jagaditha* 8, no. 2 (2021): 179–186, doi: 10.22225/jj.8.2.2021.179.186.

inginkan dengan mudah. Terutama penggunaan media elektronik seperti *handphone* dan juga *laptop*/komputer yang paling banyak dipergunakan sebagai sarana untuk berkomunikasi dengan orang lain, seperti untuk transaksi pada *platform marketplace* tanpa harus bertatap muka secara langsung pada era pandemi Covid-19 ini.¹¹ Terhadap hal tersebut dapat terlihat dari data persaingan *marketplace* sebagaimana data yang tercantum pada Tabel Nomor 1.

Tabel 1
Daftar Peringkat *Marketplace* yang Banyak Dikunjungi
Tahun 2024

NO.	<i>MARKETPLACE</i>	PENGUNJUNG <i>WEB</i> BULANAN (Dalam Juta)
1.	Shopee	237
2.	Tokopedia	88.9
3.	Lazada	47.69
4.	Blibli	28.89
5.	Orami	18.66
6.	Bukalapak	11.2
7.	Zalora	2.065
8.	Bhinneka	1.040
9.	Mapclub/Mapenmall	476.536
10.	Jakmall	474.528
11.	Otten Coffee	383.079
12.	Sephora Indonesia	221.595
13.	Berrybenka	170.949
14.	Hijup	170.847
15.	Laku6	162.145
16.	MyHartono	154.540
17.	Ralali	75.179
	Jumlah	375,6

Sumber : Databoks, <https://sasanadigital.com/pilih-marketplace>.
Diakses pada tanggal 5 Januari 2024 Pukul 20.35 WIB.

¹¹ Ridini, "Penggunaan Media Elektronik sebagai Sarana Komunikasi Pada Era Pandemi Covid- 19," *Jurnal Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 11, no. 2 (2022): 137–143, e-ISSN. 2442-6962.

Dilihat dari Data Tabel Nomor 1 tersebut di atas, maka berdasarkan penelusuran terhadap Databoks pada Kuartal II 2022, terdapat data 10 (sepuluh) *e-commerce* dengan pengunjung terbanyak di Kuartal II 2022 sebanyak 375,6 Juta.¹²

Perkembangan *e-commerce* yang semakin pesat dan berkembang memberikan peluang besar bagi pelaku bisnis untuk dapat mengembangkan bisnis dan meningkatkan akses pasar. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ony Thoyib Hadi Wijaya yang dimuat pada Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis pada sekitar Bulan Juli 2023 dengan judul “*E-Commerce: Perkembangan, Tren, dan Peraturan Perundang-Undangan*”. Berdasarkan penelitian dari Ony Thoyib Hadi Wijaya diketahui bahwa *e-commerce* merupakan industri yang terus berkembang dan memiliki potensi besar untuk pertumbuhan yang lebih besar di masa depan. Tren yang mengarah pada penggunaan *Artificial Intelligence (AI)* dan *machine learning, chatbot* dan *virtual assistant*, pengalaman pelanggan yang lebih personal, dan peningkatan pengiriman dan logistik merupakan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pertumbuhan bisnis *e-commerce* di masa depan.

Namun jika dilihat dari data pengaduan kerugian konsumen rentang waktu dari tahun 2020 - Juni 2024, bisnis *e-commerce* juga dihadapkan pada beberapa tantangan dan risiko, seperti persaingan yang ketat, ketergantungan pada teknologi, keamanan data, masalah logistik, masalah regulasi, dan penipuan dan kejahatan. Oleh karena itu, bisnis *e-commerce* harus dapat merancang strategi yang tepat untuk mengatasi tantangan dan risiko yang dihadapi serta meningkatkan kepercayaan dan

¹² Adi Ahdiat, “10 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia (Kuartal II 2022)”, Diakses pada tanggal 21 November 2022 Pukul 20.15 WIB., <https://databoks.katadata.co.id>.

kepuasan pelanggan.¹³ Hal ini dikarenakan keberadaan *platform marketplace* juga berdampak risiko menyebabkan kerugian tidak hanya pada konsumen, tetapi juga pada pelaku usaha dan *marketplace*. Ini dapat terlihat dari data pengaduan *e-commerce* konsumen yang masuk ke Badan Perlindungan Konsumen Nasional yang selanjutnya disingkat dengan BPKN pada Tabel di bawah ini, yaitu:

Tabel 2
Jumlah Pengaduan Konsumen BPKN
Tahun 2020 – Juni 2024

NO.	TAHUN	TOTAL JUMLAH PENGADUAN KONSUMEN PADA SELURUH SEKTOR BERDASARKAN STRANAS PK	JUMLAH PENGADUAN E-COMMERCE PADA SEKTOR BERDASARKAN STRANAS PK
1.	2020	1.372	315
2.	2021	3.256	491
3.	2022	1.096	193
4.	2023	191	155
5.	2024	304	78

Sumber : Data Statistik Pengaduan BPKN, https://bpkn.go.id/statistik_pengaduan
Diakses pada tanggal 19 Juni 2024 Pukul 20.45 WIB.

¹³ Ony Thoyib Hadi Wijaya, "E-Commerce: Perkembangan, Tren, dan Peraturan Perundang-Undangan," *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 16, no. 1 (Juli 2023): 41–47, p-ISSN : 1979-0155 (print) e-ISSN : 2614-8870 (online). doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i1.

Dari data pengaduan kerugian konsumen yang masuk ke Badan Perlindungan Konsumen Nasional yang selanjutnya disingkat dengan BPKN, BPKN menerima total 3.211 pengaduan konsumen sepanjang 2021. Pengaduan ini meningkat dibandingkan dengan jumlah yang terdata pada 2020 sebanyak 1.372 pengaduan. Wakil Ketua Komisi Advokasi BPKN Andi Muhammad Rusdi menjelaskan pengaduan dari sektor jasa keuangan menjadi yang paling banyak diterima pada 2021. Jumlahnya tercatat meningkat dari 226 pengaduan pada 2020 menjadi 2.152 pengaduan per 16 Desember 2021¹⁴, laporan yang diterima BPKN paling banyak juga berasal dari sektor *e-commerce* yang meningkat dari 315 pengaduan pada 2020 menjadi 491 pengaduan pada 2021.¹⁴

Selama tahun 2022, pengaduan konsumen yang masuk ke BPKN, diketahui bahwa Kementerian Perdagangan melalui Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (PKTN) telah melayani 7.464 laporan konsumen, 1.899 laporan berupa pertanyaan, dan 523 laporan berupa informasi. Direktur Jenderal PKTN Veri Anggrijono menyebutkan, 5.035 dari 5.042 laporan pengaduan atau 99 persen laporan pengaduan telah selesai.¹⁵ Pengaduan konsumen pun dapat dikategorikan telah selesai apabila konsumen telah menerima hasil klarifikasi dari pelaku usaha dan mengonfirmasi pengaduan telah selesai. Pengaduan juga dinyatakan selesai apabila terjadi kesepakatan antara pelaku usaha dan konsumen. Jika kedua belah pihak tidak menerima atau tidak sepakat, kami menyarankan untuk melanjutkan ke BPSK atau ke pengadilan. Kemudian, pengaduan tersebut

¹⁴ Iim Fathimah Timorria, "Pengaduan Konsumen ke BPKN Naik pada 2021, Jasa Keuangan Mendominasi", Diakses pada tanggal 20 Desember 2021 Pukul 16.30 WIB., <https://ekonomi.bisnis.com/>.

¹⁵ Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, "Kemendag Layani Lebih Dari 7.000 Laporan Konsumen Sepanjang 2022, Sistem Perdagangan Elektronik Mendominasi", Diakses pada tanggal 30 Januari 2023 Pukul 21.10 WIB., <https://perindag.babelprov.go.id/>.

dinyatakan telah selesai ditangani di Kementerian Perdagangan.¹⁶ Sementara itu 7 (tujuh) kasus pengaduan tengah diproses, karena baru diterima pada akhir tahun. Adapun persentase layanan pengaduan konsumen terkait transaksi melalui sistem perdagangan elektronik/niaga-el (*e-commerce*) masih mendominasi, yaitu 6.911 layanan atau 93 persen dari total jumlah layanan konsumen yang masuk selama 2022. Pengaduan transaksi melalui *niaga-el* meliputi, yaitu:¹⁷

Tabel 3
Permasalahan Pengaduan pada
Jual Beli melalui *Platform Marketplace*

NO.	PIHAK YANG DIRUGIKAN	PERMASALAHAN
1.	Konsumen	Permasalahan pengembalian dana (<i>refund</i>) Pembelian barang yang tidak sesuai dengan perjanjian atau rusak Barang tidak diterima konsumen. Sistem pembayaran pada <i>paylater</i> dan kartu kredit, pengembalian dana (<i>refund</i>) Pembatalan sepihak pelaku usaha. Pengaduan tersebut juga termasuk waktu kedatangan barang yang tidak sesuai dengan yang dijanjikan, penipuan, serta penggunaan aplikasi <i>platform</i> / media sosial yang tidak berfungsi. ¹⁸
2.	Pelaku Usaha	Konsumen yang melakukan " <i>customer Hit and run</i> ". Istilah tersebut merujuk pada pelanggan yang sebelumnya telah mengkonfirmasi pembelian suatu produk, namun akhirnya tidak melakukan pembayaran.
3.	<i>Marketplace</i>	Akun pelaku usaha mungkin dibatasi jika telah terdeteksi terlibat dalam aktivitas mencurigakan yang melanggar Syarat & Ketentuan pada <i>marketplace</i> termasuk pembuatan pesanan palsu, penyalahgunaan voucher atau promo, penipuan, dan banyak lagi.

¹⁶ Kementerian Perdagangan RI, "Kemendag Terima 7.707 Laporan Pengaduan dari Konsumen Sepanjang 2023, Ini Rinciannya", Diakses pada tanggal 6 Januari 2024 Pukul 19.40 WIB., <https://Kemendag.go.id>.

¹⁷ Kementerian Perdagangan RI, "Kemendag Layani Lebih dari 7 Ribu Konsumen Sepanjang 2022", 11 Januari 2023, <https://Kemendag.go.id>.

¹⁸ Fitri Novia Heriani, "BPKN: Pengaduan Konsumen 2022 Didominasi Jasa Keuangan, E-Commerce dan Perumahan", Diakses pada tanggal 4 Januari 2023 Pukul 20.10 WIB., <https://hukumonline.com>.

Rizal E Halim (Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN)) menjelaskan bahwa BPKN mencatat 8.126 pengaduan sejak tahun 2017 sampai dengan 16 Desember 2022 yang didominasi oleh Pengaduan Jasa Keuangan, *E-commerce* dan Perumahan. Adapun persentase layanan pengaduan konsumen terkait transaksi melalui sistem perdagangan elektronik/niaga-el masih yang tertinggi, yaitu 7.019 layanan atau 91 persen dari jumlah layanan konsumen yang masuk selama 2023. Sepanjang tahun 2023, Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (PKTN) Kementerian Perdagangan (Kemendag) berupaya menjamin kepastian hukum dan memberikan perlindungan kepada seluruh konsumen Indonesia dengan melayani 7.707. “Meliputi 6.018 pengaduan konsumen, 1.274 pertanyaan, dan 415 informasi. Sebanyak 7.704 laporan pengaduan (99 persen) berhasil selesai.¹⁹ Diantara pengaduan tersebut diantaranya dari sektor niaga-el”.²⁰ Adapun laporan pengaduan konsumen ke Badan Perlindungan Konsumen Nasional yang selanjutnya disingkat dengan BPKN pada posisi per Juni 2024 diketahui bahwa jumlah pengaduan yang masuk selama 78, sedang proses 65 dan berstatus *closed* 13.

Pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, transaksi dapat terjadi hanya lewat surat-menyurat melalui *e-mail*, telekopi dan lain-lain. Pembayaran (*payment*) bisa dilakukan juga melalui internet. Pesan data (*Data Message*) yang berisi perjanjian dan kesepakatan kontrak (*aggrement*) dalam bentuk klausula baku pada kontrak transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dapat terjadi antara konsumen dan pelaku usaha, atau antara pelaku

¹⁹ Kementerian Perdagangan RI, *loc. cit.*

²⁰ *Ibid.*

usaha dan *marketplace* atau bahkan antara konsumen dengan *marketplace* dengan melewati media atau melalui jasa elektronik, seperti internet, ekstranet, *email* dan lainnya dilakukan juga melalui internet.²¹

Berdasarkan penjelasan di atas diketahui bahwa konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* masing-masing pihak berada pada posisi tawar yang lemah, sehingga diperlukan perlindungan hukum yang seimbang, karena dalam pelaksanaannya kerap terdapat ketidakseimbangan perlindungan hukum antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Menurut penelitian Tetanoe Bernada, berpendapat bahwa dengan adanya perubahan cara transaksi dalam dunia bisnis dari dunia nyata ke dunia *virtual*, telah melahirkan berbagai macam permasalahan hukum baru bagi konsumen dalam perdagangan *online* pada *platform marketplace*, dimana konsumen sering tidak memiliki posisi tawar yang kuat dan menempatkan konsumen dalam posisi yang lemah. Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, konsumen terkadang tidak memiliki akses langsung ke informasi produk yang lengkap dan akurat. Mereka tergantung pada informasi yang disajikan oleh penjual, yang dapat berbeda dengan kenyataan produk yang sebenarnya. Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, konsumen tidak memiliki kesempatan untuk memeriksa produk secara langsung sebelum membelinya. Hal ini dapat meningkatkan risiko pembelian produk yang tidak sesuai dengan harapan. Konsumen terkadang harus mengandalkan penjual untuk mengirimkan produk yang dipesan. Ketergantungan ini dapat menyebabkan masalah jika penjual tidak memenuhi tanggung jawabnya. Dalam beberapa kasus, hukum yang berlaku tidak sepenuhnya melindungi hak-hak konsumen dalam

²¹ Riyeka Ustadiyanto, *Framework E-Commerce* (Yogyakarta: Andi Offset, 2001): 1-12.

transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Hal ini dapat membuat konsumen lebih rentan terhadap penipuan atau penyalahgunaan. Konsumen terkadang tidak memiliki sarana yang efektif untuk mengadukan masalah yang terjadi dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace*. Hal ini dapat membuat konsumen merasa tidak dilindungi jika terjadi masalah. Konsumen terkadang tidak memiliki pengetahuan yang memadai tentang cara menggunakan teknologi jual beli melalui *platform marketplace* yang kompleks. Hal ini dapat membuat konsumen lebih rentan terhadap penipuan atau masalah lainnya. Selain itu, konsumen harus memiliki akses internet yang stabil dan gadget yang memadai untuk melakukan transaksi jual beli pada *platform marketplace*. Ketergantungan pada teknologi ini dapat menyebabkan masalah jika terjadi gangguan jaringan atau perangkat yang rusak.

Suatu negara harus mengatur perlindungan hukum terhadap konsumen, didasarkan pada pertimbangan aktualitas dan urgensinya, untuk menciptakan tingkat kepastian yang diperlukan dalam transaksi bisnis dan melindungi hak-hak konsumen transaksi jual beli pada *platform marketplace*. Perlindungan hukum terhadap hak-hak konsumen dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace* tidak dapat diberikan oleh satu aspek hukum saja, melainkan oleh suatu sistem hukum yang mampu memberikan perlindungan yang simultan dan komprehensif.²² Untuk mengatasi kelemahan ini, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan kesadaran dan kemampuan konsumen dalam menggunakan teknologi pada *platform marketplace*, serta meningkatkan perlindungan hukum dan administratif untuk melindungi hak-hak konsumen. Namun, dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, pelaku usaha dan *marketplace* juga kerap kali berada pada posisi yang perlu dilindungi.

²² Tetanoe Bernada, "Upaya Perlindungan Hukum pada Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce untuk Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Digital di Indonesia," *Jurnal Hukum dan Peradilan* 6, no. 1 (Maret 2017): 1–24.

Sama seperti halnya konsumen, pelaku usaha perlu juga mendapatkan perlindungan hukum pada saat mengalami kerugian dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Hal ini sebagai akibat hukum terhadap konsumen yang tidak melakukan itikad baik berupa tidak melakukan pembayaran terhadap barang yang sudah dipesan dalam sistem *pre order (PO)*. Dengan kata lain konsumen tidak melaksanakan kewajibannya untuk melakukan pembayaran. Hal ini dikenal dengan istilah "*customer Hit and run*" sering kali digunakan dalam bisnis ini. Istilah tersebut merujuk pada pelanggan yang sebelumnya telah mengkonfirmasi pembelian suatu produk, namun akhirnya tidak melakukan pembayaran. Selain itu, metode pembayaran untuk transaksi jual beli secara *online* yang dapat dilakukan dengan metode bayar tunai saat barang diterima (*COD*), dimana *Cash On Delivery* berarti membayar secara langsung atau di tempat setelah pengiriman penuh barang. Dimana salah satu masalah yang muncul karena kemudahan yang ditawarkan oleh opsi *Cash On Delivery (COD)* adalah adanya pembatalan tanpa pemberitahuan dari pihak pembeli atau penjual.²³

Berdasarkan penelitian ini dapat diketahui bahwa perlindungan hukum terhadap pelaku usaha yang mengalami kerugian adalah berupa ganti kerugian dan/atau sanksi pidana terhadap konsumen bilamana konsumen tetap tidak mengganti kerugian sebagaimana dimaksud dan perbuatannya telah memenuhi unsur pidana. Akibat hukum terhadap konsumen yang tidak melakukan itikad baik dalam bertransaksi yaitu selain menimbulkan tanggung jawab mutlak (*strict liability*) terhadap kerugian yang dialami pelaku usaha juga menimbulkan gugatan ganti kerugian dari pelaku usaha serta menimbulkan tuntutan pidana berdasarkan ketentuan

²³ Hanafiah, Idham dan Januri, "Implementasi Perlindungan Hukum Terhadap Seller pada *Marketplace*," *Jurnal Pro Justitia (JPJ)* 5, no. 1 (Februari 2024): 17.

pidana pada UU ITE, BAB 13 UUPK dan/atau ketentuan pidana dalam KUHP.²⁴

Marketplace sebagai *platform* perdagangan *online* juga berada pada posisi yang lemah, *marketplace* perlu juga perlu mendapatkan perlindungan hukum pada saat mengalami kerugian dalam transaksi jual beli melalui *platform* perdagangan *online*. Keterbatasan pengawasan dari *marketplace*, sehingga *marketplace* tidak memiliki kontrol langsung terhadap penjual dan produk yang dijual. Mereka hanya sebagai *platform* untuk mempertemukan penjual dan pembeli, sehingga tidak dapat memastikan kualitas produk yang dijual. Konsumen terkadang harus mengandalkan pelaku usaha untuk mengirimkan produk yang dipesan. Ketergantungan ini dapat menyebabkan masalah jika ternyata pelaku usaha tidak memenuhi tanggung jawabnya. Adanya keterbatasan proteksi hukum. Hukum yang berlaku tidak sepenuhnya melindungi konsumen dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace*. Hal ini dapat membuat pembeli lebih rentan dan dapat menyebabkan masalah jika terjadi penipuan atau penyalahgunaan. Selain itu, pembeli terkadang tidak memiliki sarana yang efektif untuk mengadukan masalah yang terjadi dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Hal ini dapat membuat pembeli merasa tidak dilindungi jika terjadi masalah. *Marketplace* memiliki keterbatasan dalam mengawasi data pribadi pelanggan, yang dapat meningkatkan risiko keamanan data. *Marketplace* tidak memiliki kontrol langsung terhadap transaksi yang dilakukan oleh penjual dan pembeli. Dimana pada kasus tertentu, *marketplace* dibebankan tanggung jawab untuk mengganti kerugian padahal seharusnya pelaku usahalah yang dituntut untuk bertanggung jawab terhadap kerugian yang dialami oleh pihak

²⁴ Chory Ayu Sugesti, Si Ngurah Ardhya, dan Muhamad Jodi Setianto., "Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Online Shop yang Mengalami Kerugian yang disebabkan oleh Konsumen di Kota Singaraja," *Jurnal Komunitas Yustisia Program Studi Ilmu Hukum Universitas Pendidikan Ganesha* 3, no. 3 (2020): 166.

konsumen, namun justru malah *marketplace* yang dijatuhkan hukuman untuk mengganti kerugian sebagai akibat kesalahan/kelalaian dari pelaku usaha. Pada kasus seperti ini, terlihat bahwa *marketplace* berada pada posisi yang dirugikan, sehingga perlu mendapatkan perlindungan hukum pada transaksi jual beli melalui *platform* perdagangan *online*.

Untuk mengatasi kelemahan ini, *marketplace* perlu dilindungi dengan regulasi yang lebih ketat dan perlindungan hukum yang lebih baik untuk melindungi hak-hak pembeli. *Marketplace* juga perlu meningkatkan kesadaran dan kemampuan pembeli dalam menggunakan teknologi pada *platform* perdagangan *online* yang kompleks. Selain itu, *marketplace* perlu meningkatkan pengawasan data dan transaksi untuk memastikan keamanan dan keandalan sistem elektronik mereka.

Hal ini juga diperkuat dengan penelitian Disertasi yang dilakukan oleh Tukinah, Ukie mengenai rekonstruksi pengaturan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* yang berbasis nilai keadilan bermartabat. Dimana pada penelitian Disertasi tersebut Tukinah Ukie menyatakan dalam kesimpulan hasil penelitiannya bahwa Perlindungan hukum bagi konsumen bertujuan untuk mendapatkan keseimbangan tentang keadilan dalam bertransaksi.²⁵ Pernyataan pendapat ini dipertegas lagi dari hasil penelitian Disertasi yang disampaikan oleh Ratu Galuh Gerllian Wirasuta yang berjudul “Transaksi Elektronik dalam Sistem *E-Commerce* Sebagai Upaya Pengembangan Perekonomian Indonesia”, yang menyatakan bahwa kerangka regulasi perdagangan elektronik adalah dengan pemberlakuan PP Nomor 80 Tahun 2019, bertujuan untuk

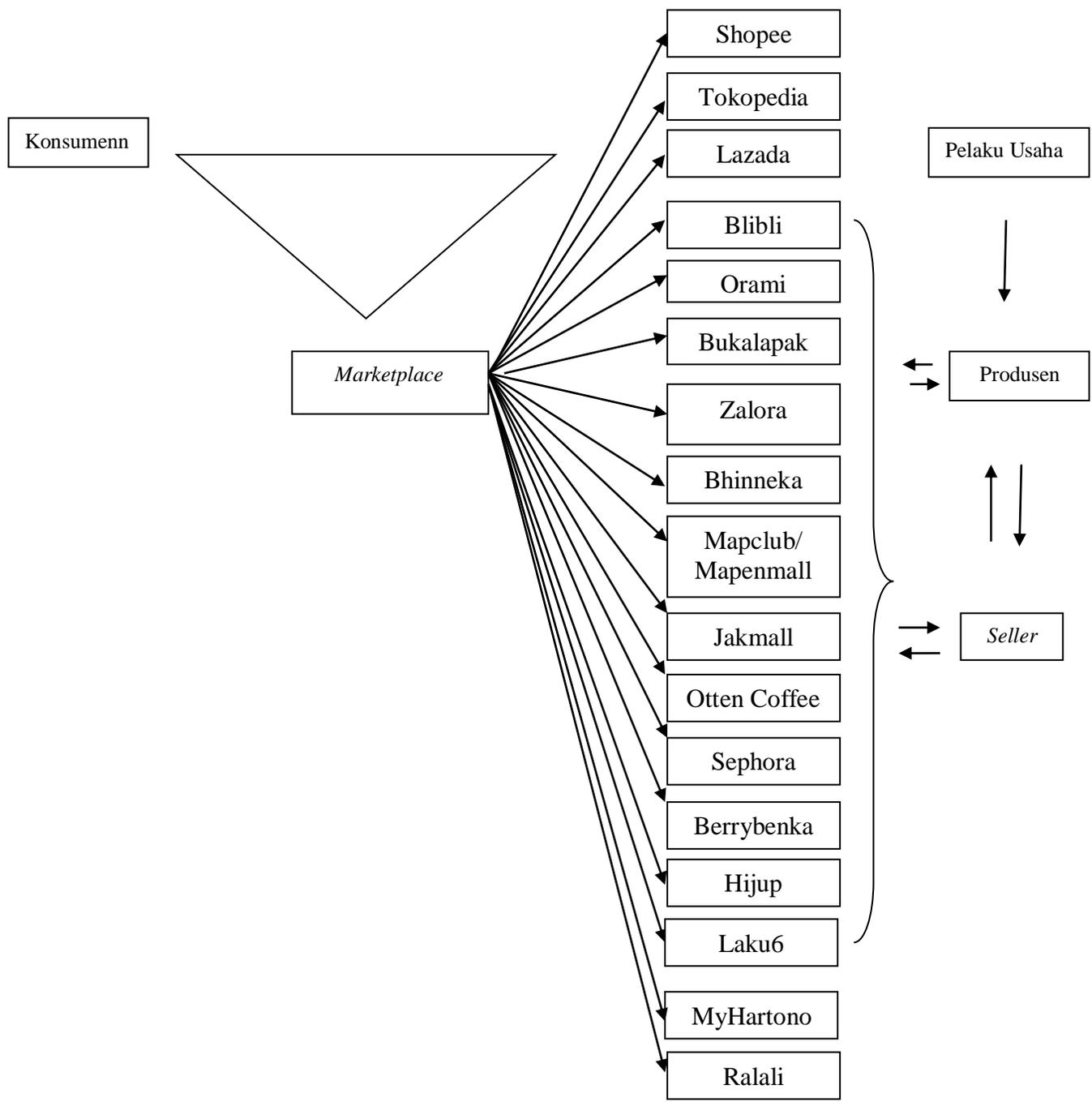
²⁵ Ukie Tukinah, “Rekonstruksi Pengaturan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Onlineshop (E-Commerce) Berbasis Nilai Keadilan Bermartabat.” Program Doktor Ilmu Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 2020: 400.

mengklarifikasi undang-undang yang sudah ada serta regulasi yang spesifik untuk perdagangan elektronik. Pembentukan kebijakan transaksi elektronik merujuk kepada tujuan hukum untuk menciptakan adanya keseimbangan kepentingan baik dari pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi elektronik berupa kepastian dan perlindungan hukum yang tertuang PP Nomor 80 Tahun 2019, telah memberikan kepastian hukum atas kegiatan transaksi elektronik dalam sistem *e-commerce* di Indonesia yang berorientasi pada perlindungan konsumen.²⁶

Dari penjelasan tersebut di atas, dapat diketahui bahwa dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, persepsi kebanyakan orang bahwa konsumen adalah pihak yang dirugikan dan perlu mendapatkan perlindungan hukum, ternyata pelaku usaha dan *marketplace* juga rentan mengalami kerugian, sehingga perlu mendapatkan perlindungan hukum juga, sehingga tercipta dan terwujud perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berdasarkan asas kepastian hukum.

²⁶ Ratu Galuh Gerllian Wirasuta, "Transaksi Elektronik dalam Sistem E-Commerce Sebagai Upaya Pengembangan Perekonomian Indonesia." Program Doktor Ilmu Hukum Universitas Pasundan Bandung, 2018: 51-52.

Bagan 1
Perlindungan Hukum dalam Hubungan Hukum dengan
Konsumen, Pelaku Usaha dan *Marketplace*
pada Transaksi Jual Beli
melalui *Platform Marketplace*



Berdasarkan pada Bagan di atas, Pasal 4, 5 dan 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya disebut UUPK yang mengatur mengenai hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha, memberikan payung hukum perlindungan konsumen pada perdagangan konvensional dan jual beli melalui *platform marketplace* secara umum. Sedangkan pengaturan pada Pasal 18A, 27, 28, 29 dan 40A Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang selanjutnya disebut UU ITE juga terkait dengan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, seperti masalah klausula baku pada kontrak elektronik dan perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha.

Pengaturan mengenai klausula baku pada Kontrak Elektronik internasional mengatur mengenai penggunaan klausula baku yang dibuat oleh Penyelenggara Sistem Elektronik diatur dengan hukum Indonesia, yaitu harus mendapatkan persetujuan terlebih dahulu dalam menyelenggarakan Sistem Elektronik dari atau dalam yurisdiksi Indonesia, tempat pelaksanaan kontrak ada di wilayah Indonesia; dan/ atau Penyelenggara Sistem Elektronik memiliki tempat usaha atau melakukan kegiatan usaha di wilayah Indonesia. Selain itu Kontrak Elektronik menggunakan bahasa yang sederhana, jelas, dan mudah dipahami, serta menjunjung prinsip iktikad baik dan transparansi. Hal ini bertujuan tidak lain untuk melindungi para pihak dalam Kontrak Elektronik internasional. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian dari Abdul Halim Barkatullah dalam Disertasi yang menguraikan mengenai pentingnya perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi lintas negara di Indonesia,

khususnya pada bentuk perlindungan hukum apa yang dapat ditawarkan bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* lintas negara. Berdasarkan hasil penelitian Abdul Halim Barkatullah menunjukkan bahwa konsumen mempunyai posisi tawar yang lemah jika dibandingkan dengan pelaku usaha. Dengan berkembangnya cara transaksi *e-commerce*, apalagi jika transaksi itu dilakukan lintas negara semakin memperlemah posisi tawar konsumen. Kelemahan posisi tawar konsumen dalam transaksi *e-commerce* lintas negara disebabkan karena konsumen *e-commerce* lintas negara menghadapi berbagai permasalahan hukum dalam transaksi. Konsumen dalam transaksi *e-commerce* lintas negara yang berada dalam posisi tawar yang lemah memerlukan perlindungan hukum dalam bentuk intervensi negara dalam transaksi, yang telah dilakukan di berbagai negara untuk memberikan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce*. Selain perlindungan hukum dalam hukum nasional, institusi internasional seperti UNCITRAL, OECD, dan WTO, yang memberikan usulan atau saran bagi negara perlunya memberikan perlindungan hukum bagi konsumen *e-commerce*, dalam bentuk *UNCITRAL Model Law, Guidelines on Consumer Protection OECD*, dan *Declaration on Global Electronic Commerce WTO*. Namun, upaya perlindungan hukum bagi konsumen transaksi *e-commerce* lintas negara dalam hukum nasional dan internasional belum memberikan perlindungan hukum yang maksimal dan komprehensif terhadap hak-hak konsumen. Peran negara untuk memberikan perlindungan hukum dalam transaksi *e-commerce* lintas negara ada keterbatasan tidak seperti perlindungan hukum bagi konsumen di "dunia nyata". Intervensi negara yang dapat dilakukan terhadap perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* lintas negara, mencakup aspek nasional dan

internasional dengan menghilangkan kendala-kendala hukum dan memberikan pengaturan dalam transaksi, serta memberikan fasilitas dalam bentuk pengaturan terhadap upaya perlindungan hukum bagi konsumen yang diberikan oleh pelaku usaha (*self-regulation*) dan konsumen sendiri.²⁷

Pemerintah bertanggung jawab dalam mendorong terciptanya ekosistem digital yang adil, akuntabel, aman, dan inovatif. Pemerintah berwenang memerintahkan Penyelenggara Sistem Elektronik untuk melakukan penyesuaian pada Sistem Elektronik dan/atau melakukan tindakan tertentu. Selain itu terdapat juga pengaturan yang memuat larangan setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang melanggar diantaranya untuk pemerasan dan/atau pengancaman, larangan kepada setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik. Terdapat juga larangan bagi setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mengirimkan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang berisi ancaman kekerasan atau menakut-nakuti yang ditujukan secara pribadi. Pengaturan terhadap penyelenggaraan transaksi elektronik melalui *platform marketplace* perlu diatur, hal ini tidak lain untuk memberikan perlindungan hukum kepada para pihak yang terlibat dalam transaksi tersebut baik itu konsumen, pelaku usaha maupun *marketplace*. Dimana pada *platform marketplace*, posisi masing-masing pihak berada dalam

²⁷ Abdul Halim Barkatullah, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Lintas Negara di Indonesia." Program Doktor Ilmu Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2006: 404-405.

posisi yang tidak seimbang, Baik itu konsumen, pelaku usaha maupun *marketplace* dihadapkan pada potensi kerugian, dimana terhadap kerugian tersebut para pihak perlu diberikan perlindungan hukum. Namun pada kenyataannya perlindungan hukum yang diberikan tidaklah seimbang, sehingga tidak terwujud kepastian hukum didalam pelaksanaannya.

Pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur kepada konsumen, serta memberikan jaminan keamanan dan kualitas produk yang dijual. Informasi tersebut, seperti pelaku usaha harus memberikan informasi produk yang jelas dan akurat, termasuk deskripsi produk, spesifikasi, harga dan gambar produk. Hal ini untuk memastikan konsumen memiliki gambaran yang jelas tentang produk yang akan dibeli. Selain itu pelaku usaha harus memberikan hak konsumen untuk mengembalikan atau menukar barang jika produk tidak sesuai dengan spesifikasi atau tidak memenuhi harapan konsumen. Hal ini untuk melindungi hak konsumen dan memastikan mereka dapat memperbaiki kesalahan yang terjadi. Bahkan pelaku usaha juga harus memberikan informasi pembayaran yang jelas dan akurat, termasuk metode pembayaran yang tersedia, biaya pengiriman, dan jangka waktu pengiriman. Hal ini untuk memastikan konsumen memiliki gambaran yang jelas tentang biaya dan jangka waktu pengiriman produk. Dengan memberikan informasi yang jelas dan jujur, pelaku usaha dapat memastikan konsumen memiliki gambaran yang jelas tentang produk dan proses transaksi, serta mempertahankan hak konsumen dan memastikan privasi mereka.

Dari sisi konsumen, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) memiliki tugas dan wewenang untuk menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan

konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. *Marketplace* juga memiliki peran dalam memberikan perlindungan konsumen dengan menerapkan fitur keamanan dan sistem ulasan dari pembeli sebelumnya.

Dalam mengatasi risiko terkait perlindungan hukum konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace* dalam transaksi jual beli, diperlukan upaya terutama dari pemerintah, pelaku usaha, dan konsumen untuk meningkatkan pengawasan, transparansi, dan kesadaran tentang perlindungan hukum dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Upaya yang dilakukan oleh pemerintah meliputi, yaitu pembuatan peraturan yang jelas dan efektif untuk melindungi hak dan kewajiban konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Peraturan ini harus mencakup perlindungan data pribadi, hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha dalam memberikan informasi yang benar dan jujur. Pemerintah juga harus melakukan pengawasan yang efektif terhadap pelaku usaha dan *marketplace* untuk memastikan mereka memenuhi peraturan yang ada. Pengawasan ini dapat dilakukan dengan cara melakukan inspeksi, audit dan penilaian terhadap pelaku usaha dan *marketplace*. Disamping itu, pemerintah juga harus melakukan pendidikan dan sosialisasi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran konsumen tentang hak dan kewajiban mereka dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Pemerintah juga harus meningkatkan kesadaran pelaku usaha tentang kewajiban mereka dalam memberikan informasi yang benar dan jujur.

Upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha, yaitu harus memberikan informasi yang benar dan jujur tentang produk dan jasa yang mereka tawarkan. Informasi ini harus mencakup deskripsi produk, spesifikasi, harga dan gambar produk. Pelaku usaha juga harus menggunakan sistem keamanan yang efektif untuk melindungi

transaksi jual beli melalui *marketplace*. Sistem keamanan ini harus mencakup perlindungan data pribadi, verifikasi identitas dan sistem pembayaran yang aman. Selain itu, pelaku usaha harus memiliki prosedur penanganan pengaduan yang jelas dan efektif. Konsumen harus dapat melaporkan masalah yang dialami dan mendapatkan penyelesaian yang adil dan cepat.

Upaya dari sisi konsumen sendiri, konsumen harus menggunakan *marketplace* yang terpercaya dan memiliki reputasi yang baik. *Marketplace* yang terpercaya harus memiliki sistem keamanan yang efektif dan memberikan informasi yang benar dan jujur. Konsumen harus mengawasi transaksi jual beli mereka dengan cara memantau status pengiriman, memantau biaya pengiriman, dan memantau kualitas produk. Konsumen harus mengadukan masalah yang dialami kepada pelaku usaha atau *marketplace* yang terlibat. Konsumen harus mendapatkan penyelesaian yang adil dan cepat atas masalah yang dialami. Dengan melakukan upaya-upaya tersebut, pemerintah, pelaku usaha, dan konsumen dapat meningkatkan pengawasan, transparansi, dan kesadaran tentang perlindungan hukum dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

Sedangkan upaya yang dilakukan oleh *marketplace*, seperti Shopee, Bukalapak dan Tokopedia untuk meningkatkan keamanan dan transparansi dalam transaksi jual beli melalui *platform digital*, antara lain dengan melakukan identifikasi produk secara detail untuk memastikan bahwa produk yang dijual tidak palsu atau bajakan. Mereka juga mengedukasi pelapak dan pembeli untuk tidak menjual maupun membeli barang palsu. *Marketplace* bekerja sama dengan pemerintah untuk menghentikan peredaran barang palsu atau pembajakan karya cipta melalui *platform digital*. Mereka juga

berkoordinasi dengan aparat penegak hukum untuk menginvestigasi penjual yang terindikasi memperdagangkan produk obat atau vitamin palsu. *Marketplace* membuat peraturan khusus untuk penjualan barang di lapak mereka. Mereka juga menutup toko yang terindikasi kuat menjual produk ilegal atau palsu. *Marketplace* memiliki prosedur penanganan pengaduan yang jelas dan efektif. Konsumen dapat melaporkan masalah yang dialami dan mendapatkan penyelesaian yang adil dan cepat. *Marketplace* melakukan pendidikan dan sosialisasi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran pelapak dan pembeli tentang hak dan kewajiban mereka dalam transaksi jual beli melalui *platform* digital. *Marketplace* menggunakan teknologi informasi untuk mempermudah proses transaksi jual beli, seperti dengan cara memberikan pelatihan dan meningkatkan pengetahuan tentang perkembangan teknologi dan sistem informasi kepada pelaku bisnis. *Marketplace* mengembangkan strategi untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan bisnis, seperti dengan cara penerapan *service excellent*, gencar promo harga, dan lain-lain. Dengan melakukan upaya-upaya tersebut, *marketplace* dapat meningkatkan keamanan dan transparansi dalam transaksi jual beli melalui *platform* digital, serta mempertahankan kepercayaan konsumen dan menumbuhkan rasa aman bagi pemilik produk kekayaan intelektual. Dalam upaya meningkatkan perlindungan hukum dalam hubungan hukum dengan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*, diperlukan upaya dari semua pihak untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang hak dan kewajiban masing-masing pihak, serta pengawasan yang efektif dari pemerintah.

Di dalam suatu transaksi jual beli melalui *platform marketplace* juga mengandung suatu asas konsensualisme, dimana penawaran dari pihak pelaku usaha lalu ada suatu penerimaan dari pihak calon pembeli melalui media *marketplace*. Inilah yang merupakan awal terjadinya kesepakatan antara pihak-pihak yang bersangkutan dalam suatu kontrak *online*. Pada kontrak dalam transaksi jual beli antara konsumen dan *marketplace*, terdapat kontrak antara kedua belah pihak yang mengatur persyaratan dan ketentuan yang harus dipenuhi oleh konsumen dan *marketplace* untuk dapat melakukan transaksi jual-beli, seperti Kontrak Pembelian. Kontrak baku dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* ini dikenal dengan istilah kontrak *online*. Kontrak *online* antara pelaku usaha dan *marketplace* mengatur persyaratan dan ketentuan yang harus dipenuhi oleh penjual (pelaku usaha) untuk dapat menjual produk atau layanan mereka melalui *platform marketplace* tersebut. Pada *marketplace* Tokopedia, klausula baku pada kontrak *online* dikenal dengan istilah “*Terms of Conditions*”, antara lain klausula baku yang dicantumkan secara sepihak oleh *marketplace* dan dirasakan melemahkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen, seperti pencantuman klausula baku sebagai berikut: ²⁸.

- Klausula baku terkait Rekening Saldo Pengembalian Dana, Saldo Pendapatan, Kata Sandi dan Keamanan:
 18. Tokopedia berwenang membekukan Saldo Pengembalian Dana dan Saldo Pendapatan Pengguna apabila terjadi/dugaan penipuan transaksi dan/atau pelanggaran terhadap syarat dan ketentuan Tokopedia.
 25. Pengguna dengan ini menyatakan bahwa Tokopedia tidak bertanggung jawab atas segala kerugian atau permasalahan yang timbul akibat penyalahgunaan akun Pengguna yang diakibatkan oleh kelalaian Pengguna, termasuk namun tidak terbatas pada menyetujui dan/atau memberikan akses login akun

²⁸ *Terms and Conditions* Tokopedia.

yang dikirimkan oleh Tokopedia melalui notifikasi pesan kepada pihak lain yang dikirimkan melalui perangkat pengguna, meminjamkan akun kepada pihak lain, mengakes *link* yang disediakan oleh pihak lain, memberikan atau memperlihatkan kode verifikasi (OTP), *password* atau *email* kepada pihak lain, atau kelalaian pengguna lainnya yang mengakibatkan hilangnya atau menimbulkan masalah pada akun pengguna.

Klausula Baku terkait Transaksi Pembelian, diantaranya yaitu:

1. Pembeli wajib melakukan transaksi sesuai tata cara transaksi yang ditetapkan oleh Tokopedia. Pembeli wajib melakukan pembayaran menggunakan metode pembayaran yang telah dipilih sebelumnya oleh Pembeli, dan selanjutnya Tokopedia akan meneruskan dananya kepada Penjual jika tahapan transaksi jual beli pada sistem Tokopedia telah selesai.

Dilihat dari isi klausula baku pada kontrak digital antara *marketplace* Tokopedia dengan pelaku usaha, terlihat bahwa klausula baku pada kontrak digital tersebut dibuat secara sepihak oleh *marketplace* Tokopedia. Dimana terkesan bahwa isi klausula baku tersebut cenderung mengamankan posisi dari *marketplace*, sedangkan posisi konsumen dan pelaku usaha berada pada posisi yang lemah. Hal ini dikarenakan isi dari klausula baku lebih melindungi kepentingan pihak *marketplace*, dimana Tokopedia sebagai *marketplace* tidak bertanggung jawab atas segala kerugian atau permasalahan yang timbul akibat penyalahgunaan akun Pengguna yang diakibatkan oleh kelalaian Pengguna dan konsumen wajib melakukan transaksi sesuai tata cara transaksi yang ditetapkan oleh Tokopedia. Konsumen wajib melakukan pembayaran menggunakan metode pembayaran yang telah dipilih sebelumnya oleh konsumen.

Kontrak Pembelian *online* terjadi ketika seseorang pembeli membeli produk atau layanan dari penjual melalui *platform marketplace*. Kontrak ini mencakup detail produk atau layanan yang dibeli, harga, metode pembayaran, dan ketentuan pengiriman serta harus memenuhi persyaratan hukum yang berlaku

di negara tempat bisnis tersebut beroperasi, termasuk persyaratan tentang perlindungan konsumen.

Permasalahan dalam kontrak *online*, juga dikenal sebagai kontrak elektronik (*e-contract*), terjadi ketika transaksi jual beli atau perjanjian lainnya dilakukan melalui internet tanpa tatap muka langsung antara pihak-pihak yang berkontrak. Berikut beberapa permasalahan yang muncul dalam kontrak *online*:

1. **Kesepakatan dan Kecakapan:** Dalam kontrak *online*, para pihak tidak pernah bertatap muka, sehingga permasalahan mengenai identitas dan kecakapan muncul. Bagaimana cara mengetahui apakah pihak-pihak yang berkontrak memiliki kecakapan untuk membuat suatu perjanjian elektronik? Dapatkah kecakapan ini dijamin secara elektronik? Hal ini menjadi permasalahan dalam mengukur keabsahan perjanjian *online*.²⁹
2. **Syarat Sahnya Perjanjian:** Kontrak *online* harus memenuhi syarat sahnya perjanjian, seperti adanya kesepakatan, kecakapan, dan tidak melanggar hukum. Bagaimana cara menjamin bahwa syarat-syarat ini dipenuhi dalam transaksi *online*? Dapatkah syarat-syarat ini dijamin secara elektronik? Hal ini menjadi permasalahan dalam mengukur keabsahan perjanjian *online*.³⁰
3. **Penyelesaian Sengketa:** Jika terjadi sengketa dalam pelaksanaan kontrak *online*, bagaimana cara menyelesaikan masalah tersebut? Dapatkah sengketa ini diselesaikan melalui pengadilan atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif? Hal ini menjadi permasalahan dalam mengatur cara penyelesaian sengketa dalam kontrak *online*.³¹
4. **Penggunaan Data Digital:** Kontrak *online* menggunakan data digital sebagai pengganti kertas. Bagaimana cara menjamin keamanan dan keabsahan data digital ini? Dapatkah data digital ini dijamin secara elektronik? Hal ini menjadi permasalahan dalam mengukur keabsahan perjanjian *online*.³²

²⁹ Laksamana Varelino Zeustan Hartono dan Paramita Prananingtyas, "Aspek Hukum Perjanjian Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online," *Jurnal Notarius* 16, no. 3 (2023): 1361-1375.

³⁰ Emilda Kuspraningrum, "Keabsahan Kontrak Elektronik Dalam UU ITE Ditinjau Dari Pasal 1320 KUHPerdara dan UNCITRAL Model Law On Electronic Commerce (The Legality of Electronic Contract in the Enactment of Information and Electronical Transaction Derived from Article 1320 Civil Code and UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce)," *Jurnal Risalah HUKUM Fakultas Hukum Unmul* 7, no. 2 (Desember 2011): 64-76.

³¹ Lottung Panangian Sianturi, "Kontrak Perdagangan Melalui Internet (Elektronik Commerce) Ditinjau Dari Hukum Perjanjian," *Jurnal Lex Privatum* III, no. 2 (April-Juni 2015): 86-93.

³² Emilda Kuspraningrum, *loc. cit.*

5. **Lisensi dan Persyaratan:** Dalam beberapa kasus, lisensi dan persyaratan yang muncul saat pertama kali akan dipasang di monitor pembeli harus diterima oleh calon pembeli. Bagaimana cara menjamin bahwa calon pembeli memahami dan menyetujui persyaratan tersebut? Hal ini menjadi permasalahan dalam mengukur keabsahan perjanjian *online*.³³

Dalam mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut, perlu diadakan perjanjian yang jelas dan spesifik, serta penggunaan teknologi yang aman dan reliabel. Selain itu, perlu diadakan penyelesaian sengketa yang efektif dan transparan untuk mengatasi masalah yang muncul dalam pelaksanaan kontrak *online*.³⁴

Kontrak *online* ini mencakup informasi tentang persyaratan pendaftaran, biaya, persyaratan produk atau layanan yang dapat dijual, harga, syarat dan ketentuan pembayaran dan informasi pengiriman. Kontrak *online* ini harus memenuhi persyaratan hukum yang berlaku di negara tempat bisnis tersebut beroperasi, termasuk persyaratan tentang perlindungan konsumen serta Dalam kontrak *online* jual beli melalui *platform marketplace*, klausa yang halal merupakan salah satu syarat sah perjanjian yang harus dipenuhi.

Pada *marketplace*, pelaku usaha adalah pihak yang menjual produk atau jasa melalui *platform* tersebut. Pelaku usaha pada *marketplace* dapat berupa individu atau perusahaan. Pelaku usaha memiliki posisi yang penting dalam transaksi *e-commerce* karena mereka bertanggung jawab untuk menyediakan produk atau jasa yang dibutuhkan oleh konsumen. Pelaku usaha juga bertanggung jawab untuk memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang produk atau jasa yang ditawarkan, termasuk harga, deskripsi, dan persyaratan pengiriman. Selain itu,

³³ *Ibid.*

³⁴ Lottung Panangian Sianturi, *loc. cit.*

pelaku usaha juga harus memastikan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan telah sesuai dengan standar kualitas yang diharapkan oleh konsumen. Perdagangan *e-commerce* melalui *marketplace* berbeda dengan perdagangan *e-commerce* melalui *online shop*. Dalam *marketplace*, pemilik bisnis adalah penjual (pelaku usaha) atau pedagang yang menggunakan *platform marketplace* untuk menjual produk atau layanan pelaku usaha. Penjual beroperasi sebagai pelaku usaha di dalam *marketplace* dan menggunakan fitur dan infrastruktur yang disediakan oleh *marketplace*. Pasal 15 ayat (3) UU ITE memuat ketentuan yang membebaskan tanggung jawab hukum penyelenggara sistem elektronik atas kesalahan yang dilakukan pengguna.

Dengan demikian penyedia *platform marketplace* tidak dapat dimintai pertanggungjawaban hukum terhadap beredarnya barang yang melanggar merek yang diunggah oleh *merchant* dalam situs *marketplaceny*. Ini menjadi permasalahan hukum mengingat pengelolaan situs *e-commerce* sejatinya menjadi ranah penyedia *platform*. Hal ini sudah semestinya penyedia *platform e-commerce* tetap dapat dibebankan tanggung jawab atas dasar kesalahan dengan membiarkan pembiaran peredaran dan penyebarluasan barang tersebut dalam *platformnya*. Atas dasar hal tersebut, tanggung jawab hukum yang dibebankan dapat didasarkan oleh Pasal 1365 KUHPerdara mengenai perbuatan melawan hukum.³⁵

Selain itu, pada transaksi *e-commerce* melalui *marketplace*, pembukaan rekening bersama dalam transaksi *e-commerce* adalah salah satu

³⁵ Andreyan Nata Giantama dan Munawar Kholil, "Pertanggungjawaban Hukum Penyedia Platform Terhadap Barang Yang Melanggar Merek Dalam Marketplace", *Jurnal Privat Law* VIII, no. 1 (Januari-Juni 2020): 21–27.

metode pembayaran yang digunakan di beberapa *platform e-commerce* di Indonesia. Rekening bersama ini merupakan rekening yang diampu oleh aplikasi *e-commerce* dan ditujukan khusus untuk para penjual dan pembeli yang bertransaksi di *platform* tersebut. Contoh rekening bersama yang cukup terkenal di Indonesia adalah rekening bersama Tokopedia. Ketika seseorang melakukan pembelian di Tokopedia, mereka akan mentransfer sejumlah dana ke rekening Tokopedia sebagai pihak netral. Setelah pembeli menerima barang tanpa keluhan, dana pembelian baru akan ditransfer kepada penjual. Cara kerja yang serupa juga ditemukan di *platform marketplace* lainnya seperti Shopee, Blibli, Bukalapak, dan sebagainya.

Di sisi lain, dalam *online shop*, pemilik bisnis adalah individu atau perusahaan yang memiliki dan mengelola *platform e-commerce* mereka sendiri. Mereka bertanggung jawab atas semua aspek bisnis, termasuk pengelolaan situs *web*, pemasaran dan transaksi.

Pada transaksi *e-commerce* melalui *marketplace*, *marketplace* memiliki tanggung jawab terhadap hak cipta. Tanggung jawab *marketplace* atas penjualan barang hasil pelanggaran hak cipta didasarkan pada Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta yang mengatur bahwa “Setiap orang yang mengelola tempat perdagangan dalam segala bentuknya tidak boleh dengan sengaja dan mengetahui membiarkan penjualan dan/atau penggandaan barang hasil pelanggaran Hak Cipta dan/ atau Hak Terkait di tempat perdagangan yang dikelolanya”.³⁶ Selain itu, pertanggungjawaban *marketplace* atas penjualan

³⁶ Pasal 114 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Lembaran Negara RI Tahun 2014 Nomor 266 Tambahan Lembaran RI Nomor 5599. Sekretariat Negara. Jakarta.

barang hasil pelanggaran hak cipta dan/atau hak merek didasarkan pada Pasal 1365, Pasal 1366 dan/atau Pasal 1367 ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.³⁷

Pada transaksi jual beli secara *online* melalui *marketplace* ini, konsumen mendapatkan keuntungan, antara lain: konsumen tidak perlu mendatangi toko untuk mendapatkan barang, cukup memesan barang melalui internet, barang akan sampai di rumah, dapat menghemat waktu dan biaya transportasi berbelanja, lebih efisien, dimana konsumen dapat berbelanja dengan lebih mudah selama 24 jam sehari sepanjang tahun, konsumen mempunyai lebih banyak pilihan, karena dapat membandingkan semua produk yang ada di internet dengan mudah. Selain itu, konsumen dapat berbelanja di negara lain, jika barang yang dimaksud belum tersedia di dalam negeri. Harga barang yang dibeli menjadi lebih murah dengan kualitas yang diinginkan.³⁸

Menurut pendapat Babjjaj penjelasan tentang bisnis *online* dari sejumlah keuntungan yang bisa diperoleh dari *e-commerce* ini, antara lain: karena waktu bisnis dapat digunakan seefisien mungkin, mendapat lebih banyak informasi mengenai bisnisnya, sehingga menunjang efektivitas dan efisiensi suatu perusahaan atau bisnis (Kamlesh K. Bajaj, and Debjani Nag., 2000: 7)³⁹

Pada era globalisasi ini, perkembangan teknologi yang begitu pesat memungkinkan semua kegiatan dilakukan dengan menggunakan bantuan teknologi,

³⁷ Cindy Claudya dan Haryanto, "Pertanggungjawaban Marketplace Tokopedia Atas Penjualan Barang Hasil Pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual," Diakses pada tanggal 12 Juli 2022 Pukul 14.15 WIB., <https://etd.repository.ugm.ac.id>.

³⁸ Ustadiyanto, *loc. cit.*

³⁹ Kamlesh K. Bajaj, and Debjani Nag., *E-Commerce : The Cutting Edge of Business* (New Delhi: Tata McGraw Hill Publishing Company Limited, 2000): 7.

termasuk kegiatan perdagangan. Kegiatan perdagangan tersebut menggunakan media elektronik yang biasa disebut dengan *electronic commerce (e-commerce)*. Namun pada penulisan Disertasi ini hanya dibatasi pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Transaksi jual beli melalui *platform marketplace* ini ternyata justru berdampak risiko tidak hanya pada konsumen tetapi juga pada pelaku usaha dan bahkan *marketplace*.

Transaksi jual beli melalui *platform marketplace* memiliki kelemahan, yaitu metode transaksi elektronik yang tidak mempertemukan pelaku usaha dengan konsumen secara langsung serta tidak adanya kesempatan bagi konsumen melihat secara langsung barang yang dipesan. Kondisi tersebut di satu sisi sangat menguntungkan bagi konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Namun karena konsumen mempunyai banyak pilihan untuk mendapatkan barang yang dibeli, tetapi di sisi lain berdampak risiko tidak hanya pada konsumen tetapi juga pada pelaku usaha dan bahkan pada *marketplace*, sehingga diperlukan perlindungan hukum.⁴⁰

Pelanggaran terhadap hak-hak konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dapat dilakukan oleh berbagai pihak, seperti individu, perusahaan, atau pemerintah sangatlah riskan terjadi. Hal ini dikarenakan dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* kerap kali diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen. Sesuai dengan Pasal 18 UUPK, pelaku usaha yang membuat membuat dan mencantumkan klausula baku pada dokumen dan/atau perjanjian antara

⁴⁰ Jamaluddin Mukhtar, dkk., "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Online," *Jurnal Serambi Hukum* 08, no. 02 (2015): 91–102.

konsumen dan pelaku usaha, untuk itu pelaku usaha dilarang memuat klausula baku dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* yang merugikan konsumen dan bertentangan dengan UUPK. Selain itu, pada kontrak *online* antara pelaku usaha dan *marketplace* dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dapat memiliki beberapa kelemahan. Salah satu kelemahan tersebut adalah risiko keamanan dan ketidakmampuan untuk memeriksa barang yang akan dibeli.

Disamping itu, pelaku usaha juga harus memenuhi persyaratan dan ketentuan yang ditetapkan oleh *marketplace*, yang dapat membatasi kebebasan dan fleksibilitas dalam menjalankan bisnis mereka. Pada kontrak *online* ini, pelaku usaha harus memperhatikan persyaratan dan ketentuan yang ditetapkan oleh *marketplace* untuk memastikan bahwa mereka tidak melanggar aturan dan meminimalkan risiko kerugian. Hal ini sesuai dengan Pasal 28 UUPK, pelaku usaha yang membuat dan mencantumkan klausula baku pada dokumen dan/atau perjanjian antara konsumen dan pelaku usaha. Namun, faktor ketidaktahuan atau kelalaian konsumen dalam memahami isi kontrak maupun tindakan pelaku usaha yang curang,⁴¹ tidak jelasnya informasi terhadap barang / jasa yang diberikan pelaku usaha, tidak pahamnya konsumen pada mekanisme transaksi serta perjanjian baku yang masih mengandung pengalihan tanggung jawab (*liability dumping*) yang merugikan konsumen menjadi faktor penyebab lemahnya kedudukan konsumen, sehingga konsumen kadang dirugikan oleh tindakan pelaku usaha. Padahal sesuai

⁴¹ Ghansham Anand, dkk., "The Perspective of Indonesian Law on E-Commerce: Validity, Liability and Dispute Settlement E-Commerce dalam Perspektif Hukum Indonesia: Keabsahan, Tanggung Gugat dan Penyelesaian Sengketa A. Introduction Technological Developments in the Era of Glob," *Padjadjaran Jurnal Ilmu Hukum (Journal of Law)* 7, no. 1 (2020): 334.

dengan Pasal 18 ayat (1) UUPK, pelaku usaha dilarang menyatakan pengalihan tanggung jawabnya kepada konsumen. Berdasarkan Pasal 18 ayat (2) UUPK, pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti. Tetapi dalam pelaksanaannya masih terdapat klausula baku dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* yang sulit dipahami dan merugikan konsumen. Selanjutnya sesuai dengan Pasal 19 ayat (1) UUPK, Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan dan/atau kerugian konsumen pada transaksi perdagangan. Dalam kenyataannya pelaku usaha atau penyedia layanan *e-commerce* tidak bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan dan kerugian konsumen, sehingga kadang diproses melalui jalur peradilan. Padahal sesuai dengan Pasal 18 ayat (1) UU ITE Transaksi Elektronik yang dituangkan ke dalam Kontrak Elektronik mengikat para pihak.

Transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dapat dipahami sebagai jenis transaksi perdagangan baik barang maupun jasa lewat media elektronik. Dalam usaha bidang operasionalnya *e-commerce* ini dapat berbentuk *B to B (Business to Business / Bisnis untuk Bisnis)* atau *B to C (Business to Consumers / Bisnis untuk Konsumen)*. Khusus untuk *B to C* pada umumnya posisi konsumen tidak sekuat perusahaan, sehingga dapat menimbulkan beberapa persoalan. Transaksi *B to C* atau bisnis ke konsumen adalah jenis transaksi yang melibatkan penjualan produk atau layanan dari perusahaan kepada konsumen akhir. Posisi konsumen dalam transaksi *Business to Consumer (B to C)* umumnya lebih

lemah dibandingkan dengan perusahaan, Transaksi B to C merujuk pada transaksi antara bisnis dan konsumen akhir, dimana bisnis menjual produk atau layanan kepada konsumen. Diantara contoh transaksi B to C, seperti konsumen membeli produk, seperti pakaian, makanan, kosmetik, atau peralatan rumah tangga di toko fisik atau *online*, contoh toko *online*, seperti Lazada, Tokopedia, Shopee dan sebagainya.

Dari aspek perlindungan konsumen, konsumen sering kali memerlukan perlindungan tambahan dalam transaksi B to C, seperti perlindungan dari penipuan atau produk palsu. Penipuan dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dapat terjadi jika konsumen melakukan pembayaran untuk produk yang tidak pernah diterima atau tidak sesuai dengan deskripsi yang diberikan oleh pelaku usaha. Selain itu, penipuan juga dapat terjadi jika pelaku usaha mengambil data pribadi konsumen untuk tujuan yang tidak jelas atau untuk melakukan tindakan kriminal lainnya. Banyak pelaku penipuan yang memanfaatkan *platform marketplace* untuk melancarkan aksi penipuannya.

Data pribadi konsumen sering disalahgunakan oleh pedagang / pelaku usaha pada Konsumen merasa dirugikan akibat penyalahgunaan data tersebut oleh transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Konsumen merasa dirugikan akibat penyalahgunaan data tersebut oleh pedagang /pelaku usaha pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* tersebut. Padahal sesuai dengan Pasal 20 ayat (2) huruf d Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi Nomor 27 Tahun 2022 yang selanjutnya disingkat dengan UU PDP telah diatur kewajiban Pengendali Data Pribadi melakukan perlindungan kepentingan vital Subjek Data Pribadi.

Banyaknya aksi penipuan tersebut disebabkan oleh beragam modus pelaku penipuan mulai dari mengaku sebagai pihak perusahaan *marketplace*, kurir atau pihak lainnya maupun dengan memberikan iming-iming diskon atau hadiah / *reward* atau bahkan pelaku berpura-pura sebagai pihak dari jasa pengiriman barang / kurir dan meminta korban / konsumen mengakses suatu *link* atau memberikan kode *One Time Password* (OTP) kepada pihak ketiga, sehingga akunnya dapat diambil alih, dimana korban harus memasukkan informasi tentang transaksi beserta kode OTP.

Modus bentuk penipuan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* pada *M-Banking* biasanya dilakukan dengan berbagai modus, diantaranya, yaitu pelaku penipuan seringkali mengaku sebagai pihak bank dan meminta data pribadi korban seperti *User ID*, PIN, dan nomor mengaku sebagai pihak bank dan meminta data pribadi korban seperti *User ID*, PIN, dan nomor rekening. Bahkan ada juga yang meminta nomor kartu kredit lengkap dengan 3 (tiga) digit nomor kode yang ada di belakang kartu. Pelaku penipuan juga seringkali mengirimkan SMS atau *email* palsu yang mengatasnamakan bank. Pesan tersebut biasanya berisi permintaan pergantian *password* atau permintaan OTP. Jika diterima, ini menjadi tanda bahwa rekening korban sudah menjadi incaran penjahat.

Modus lain yang juga dilakukan dengan menciptakan situs palsu yang mirip dengan situs asli. *Hacker* kemudian mengambil semua data pribadi yang telah diinput oleh korban tanpa disadari⁴² Modus yang tidak kalah ekstrimnya, yaitu Modus Penipuan *Cashback*, dimana pelaku penipuan ini akan memberikan instruksi panjang lebar kepada korban untuk melakukan sejumlah langkah yang seolah-olah

⁴² Simulasi Kredit, "Kenali Modus Penipuan Menggunakan E-Banking," Diakses pada tanggal 2 Februari 2023 Pukul 16.40 WIB., <https://www.simulasi.kredit.com>.

merupakan proses *cashback* dari *marketplace*. Dalam proses tersebut, korban akan diminta untuk memasukkan data pribadi dan informasi rekening bank mereka. Setelah korban mengikuti instruksi tersebut, pelaku penipuan akan mengakses dan membobol rekening korban.⁴³

Keberadaan kode OTP sangat penting dalam menjaga keamanan data pengguna, terutama dalam transaksi *online* dan akses ke akun digital. Untuk itu data OTP perlu untuk dijaga kerahasiaannya. Selain itu terdapatnya wanprestasi, tidak kesesuaian barang yang diterima konsumen. Pembatalan pesanan sepihak karena stok barang kosong karena terjadi kesalahan program padahal konsumen sudah membayar lunas terlebih dahulu. Terjadinya pembobolan akun konsumen yang kemudian pihak lain memanfaatkan data-data kartu kredit atau bank pemilik akun untuk membeli barang dengan dana si pemilik akun tersebut. Bahkan konsumen sendiri sulit melakukan pengaduan dikarenakan konsumen yang memiliki masalah dengan pengembalian dana atau barang, pengiriman barang, serta ketidakjelasan lainnya, sehingga ketika konsumen ini komplain tidak diperhatikan atau prosesnya lama.⁴⁴

UUPK telah disahkan di banyak negara untuk melindungi hak-hak konsumen dalam transaksi *B to C*. Pengiriman produk yang tepat waktu dan aman merupakan hal yang penting dalam transaksi *B to C*. Konsumen biasanya membayar biaya pengiriman, namun mereka juga ingin produk yang dikirimkan dalam kondisi yang baik dan tidak rusak. Faktanya kondisinya yang tidak baik dan rusak. Hal ini disebabkan antara lain karena kurang tepatnya

⁴³ Media Konsumen, "Pembobolan Shopee Spinjam dan M-Banking BCA dengan Modus Pinjaman Cashback Shopee," Diakses pada tanggal 5 Agustus 2021 Pukul 17.50 WIB., <https://www.mediakonsumen.com>.

⁴⁴ Rovita Jayanti, "UU ITE : Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce," Diakses pada tanggal 10 Juni 2022 Pukul 20.35 WIB., <https://www.kompasiana.com>.

pengemasan produk, keterbatasan sumber daya manusia, kualitas bahan kemasan yang buruk dan lain sebagainya.

Mengingat lemahnya kedudukan konsumen pada umumnya dibandingkan dengan kedudukan pelaku usaha yang lebih kuat dalam banyak hal. Dimana dalam hal ini konsumen selaku pihak yang memerlukan barang dan/atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha diharuskan mengikuti aturan yang telah ditetapkan sepihak oleh pelaku usaha. Untuk itu, konsumen perlu dilindungi haknya. Dalam menghargai hak-hak para konsumen, informasi yang lengkap dan akurat sangat penting atas suatu barang dalam menjunjung hak konsumen. Hal ini sesuai dengan UUPK diatur bahwa “konsumen berhak untuk mendapatkan kompensasi penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya”.⁴⁵ Pasal 4 UUPK yang mengatur hak dan kewajiban konsumen belum mencakup perlindungan dan keamanan data pada transaksi digital, misalnya mengenai teknik kriptografi yang mempelajari bagaimana membuat suatu pesan yang dikirim pengirim dapat disampaikan kepada penerima dengan aman⁴⁶ dan kebijakan privasi penyelenggara transaksi jual beli secara *online* melalui *platform* perdagangan *digital*.⁴⁷

Selain memberikan perlindungan hukum kepada konsumen, UUPK juga mengatur hak dari pada pelaku usaha untuk dilindungi. Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, tidak hanya konsumen saja yang perlu dilindungi.

⁴⁵ Pasal 4 huruf (h) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

⁴⁶ “Definisi Kriptografi”, *loc. cit.*

⁴⁷ Helmi Shemi, “Perlindungan Konsumen di E-Commerce Lemah, Pemerintah ke Mana Aja?”, Diakses pada tanggal 23 Juli 2020 Pukul 21.10 WIB., <https://www.idntimes.com>.

Faktanya dalam bertransaksi secara *online*, kerugian tidak hanya dialami oleh konsumen. Terdapatnya kerugian yang dialami oleh pelaku usaha. Dimana sesuai dengan UUPK, pelaku usaha berhak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.⁴⁸ Terkadang terjadi perilaku dengan itikad tidak baik yang dilakukan konsumen, seperti melakukan pemesanan tetapi melakukan pembatalan tanpa penjelasan, hal ini sering disebut dengan istilah *hit and run*. Terutama terlihat pada pembatalan secara sepihak oleh konsumen Terdapat juga Hal ini sudah pasti mengakibatkan kerugian yang dialami oleh pelaku usaha.⁴⁹

Selain itu, adanya keluhan yang tidak berdasar. Jika pembeli / konsumen mengajukan keluhan yang tidak berdasar atas produk yang dijual oleh pelaku usaha, maka pelaku usaha dapat memberikan penjelasan yang jelas dan berdasar untuk mempertahankan produknya. Terdapat juga pelanggaran privasi, jika *platform marketplace* yang digunakan oleh pelaku usaha tidak dapat menjaga privasi data pelaku usaha atau terjadi pelanggaran privasi pada pelaku usaha, maka pelaku usaha dapat melaporkan masalah ini kepada *platform* perdagangan *digital* atau pihak yang berwenang yang disebabkan oleh tidak terpenuhinya prestasi yang seharusnya dilakukan oleh pihak konsumen. Walaupun dari kedua belah pihak sama-sama belum menunaikan prestasinya namun dari pihak pelaku usaha telah memproses barang yang telah dipesan oleh konsumen dengan menggunakan uang pribadinya. Dari sisi *marketplace* sendiri, transaksi jual beli

⁴⁸ Pasal 6 huruf b Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

⁴⁹ Bagus Made Bama Anandika Berata dan I.G.N. Parikesit Widiatedja, "Perlindungan Hukum Terhadap Usaha Terkait Wanprestasi yang Dilakukan Konsumen dengan Cara Hit and Run," 2022, Diakses pada tanggal 5 Juni 2022 Pukul 17.10 WIB. <https://ojs.unud.ac.id>.

berpotensi menimbulkan kerugian bagi *marketplace*. Terjadinya tuntutan ganti rugi dari konsumen yang mengalami kerugian akibat kesalahan atau kelalaian *marketplace* dalam menyediakan layanan mereka. Kerugian ini dapat meliputi kerugian, antara lain Kerugian finansial akibat pengembalian uang atau produk yang dibeli, kerugian reputasi dan biaya hukum serta kerugian akibat pelanggaran persaingan usaha dalam sektor jual beli secara *online* melalui *platform marketplace*.

Upaya-upaya untuk memberikan perlindungan hukum yang seimbang dan memadai berdasarkan Asas Kepastian Hukum pada transaksi jual beli terhadap kepentingan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* merupakan suatu hal yang penting dan mendesak. Hal ini kiranya untuk segera dicarikan solusinya terutama di Indonesia, mengingat sedemikian kompleksnya permasalahan yang menyangkut perlindungan konsumen, lebih-lebih pada era perdagangan bebas saat ini.⁵⁰ Pemberian perlindungan hukum kepada konsumen tidak lain untuk mewujudkan Asas Kepastian Hukum.

UUPK memberikan payung hukum pengaturan secara umum terhadap perlindungan konsumen dan pelaku usaha pada perdagangan konvensional dan transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Namun pada kenyataannya UUPK belum sepenuhnya mengatur mengenai transaksi elektronik, hanya beberapa pasal saja yang dapat dipergunakan dalam transaksi elektronik. UUPK hanya mengatur pelaku usaha yang beroperasi dalam yurisdiksi Indonesia dan belum mengakui adanya kontrak digital, pihak ketiga (penyelenggara) dan pemberlakuan kontrak

⁵⁰ Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Bandung: Mandar Maju, 2000): 24.

mana yang mengikat antara penjual dan pembeli.⁵¹ Hal tersebutlah yang membuat masih kurangnya perlindungan bagi para pihak yang melakukan transaksi elektronik. Perdagangan elektronik atau *online (e-commerce)* memiliki perbedaan dari sisi hukum perlindungan konsumen dibandingkan konvensional atau *offline*. Terdapat berbagai aspek hukum yang umumnya tidak terdapat pada perdagangan konvensional tetapi dimiliki transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Misalnya, pengaturan mengenai perlindungan data pribadi hingga metode pembayaran secara elektronik. Hal ini tentunya tidak lepas dari karakter transaksi *e-commerce* yang dapat berlangsung tanpa tatap muka antara konsumen dan penjual.⁵²

Dari sisi keberlakuan UU ITE juga masih belum mengatur transaksi lintas batas atau *cross border* yang saat ini sudah banyak dilakukan. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, sendiri telah mengatur bahwa bukti transaksi PMSE dapat digunakan untuk memfasilitasi transaksi elektronik yang bersifat lintas negara sepanjang menggunakan sistem dan otoritas instansi terkait yang berkompeten sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.⁵³ Namun, perlu ada penjelasan lebih lanjut dan detail mengenai bagaimana prosedur dan mekanisme transaksi lintas batas ini, termasuk aspek hukum dan regulasi dari negara lain yang terlibat dalam transaksi.

Selain itu, Pasal 15 ayat (1) UU ITE mengatur bahwa di satu sisi penyelenggara sistem elektronik harus menyelenggarakan sistemnya secara andal dan

⁵¹ Shemi, *loc. cit.*

⁵² Mochammad Januar Rizki, "Pentingnya Pelaku Usaha Pahami Hukum Perlindungan Konsumen E-Commerce," Diakses pada tanggal 15 Juli 2020 Pukul 12.31 WIB., <https://hukumonline.com/berita>.

⁵³ Jogloabang, "PP 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik," Diakses pada tanggal 12 Mei 2019 Pukul 16.45 WIB., <https://www.jogloabang.com>.

aman serta bertanggung jawab terhadap beroperasinya sistem elektronik, kecuali apabila terdapat keadaan memaksa, kesalahan dan/atau kelalaian pengguna sistem elektronik sebagaimana yang diatur dalam Pasal 15 ayat (3) UU ITE. Pada penerapan Pasal 15 ayat (1) UU ITE pada proses peradilan, pihak konsumen sulit membuktikan bahwa penyelenggara sistem elektronik (*platform*) *e-commerce* telah menyelenggarakan sistem elektroniknya secara andal dan aman serta bertanggung jawab terhadap beroperasinya sistem elektronik.

Pada penulisan ini, penulis hanya akan membahas dari sisi perlindungan hukum pada transaksi jual beli melalui *platform* perdagangan *online* (*marketplace*), yaitu *Consumers to Consumers (C2C)*, adalah model bisnis yang memfasilitasi transaksi produk atau layanan antar pelanggan. C2C dilakukan antara sesama konsumen, yaitu perorangan antara konsumen dan pelaku usaha yang menjual barang atau jasanya melalui situs *marketplace* sebagai situs jual beli.⁵⁴ Dimana pada transaksi jual beli secara *online* melalui *platform* perdagangan *digital* C2C, perlindungan hukum pada konsumen dikarenakan kerugian yang menimpa konsumen disebabkan oleh tindakan pelaku usaha yang memanfaatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dari konsumen, sedangkan perlindungan hukum terhadap pelaku usaha dan *marketplace* sebagai dampak dari kerugian yang menimpa pelaku usaha dan *marketplace* akibat dari tuntutan ganti rugi dari konsumen sebagai akibat dari kesalahan atau kelalaian dari pelaku usaha atau kelalaian dari *marketplace* sendiri di dalam menyediakan layanan mereka. Contohnya transaksi bisnis di berbagai *marketplace*, misalnya Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Blibli, Kaskus,

⁵⁴ Belajar Ekonomi, "Pengertian Apa Itu Customer to Customer (C2C)," Diakses pada tanggal 19 Maret 2023 Pukul 16.31 WIB., <https://belajarekonomi.com/customer-to-customer-c2c/>.

Traveloka, dll. Jika dibandingkan dengan belanja *online*, baik di *Instagram* maupun *facebook*. Pada *Instagram Shopping* menggabungkan fungsi bisnis dan media sosial. *Instagram Shopping* merupakan salah satu fitur yang dikembangkan Instagram untuk mendukung bisnis dan *brand*. Fitur ini bisa dikatakan sebagai respon Instagram terhadap banyaknya orang yang memanfaatkan *platformnya* untuk menjual produknya, mulai dari bisnis kecil hingga *brand-brand* besar. Selain Instagram, kita juga dapat membandingkan belanja *online* dengan *Facebook marketplace*.

Dalam melakukan transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, jika konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* tidak memahami hak dan kewajibannya masing-masing. Konsumen tidak berhati-hati dalam memilih barang atau jasa yang ditawarkan, konsumen dan sebaliknya juga pelaku usaha dan *marketplace* tidak memastikan informasi yang diberikan adalah benar dan jelas, serta tidak memahami kebijakan pengembalian barang atau jasa yang dibeli. Pelaku usaha dan *marketplace* tidak menjaga kerahasiaan data konsumen, serta tidak memastikan keamanan transaksi, maka kondisi ini berpotensi menimbulkan permasalahan yang tidak hanya merugikan konsumen, bahkan juga pelaku usaha dan juga *marketplace*.

Pada kasus transaksi jual beli melalui *platform marketplace* ini, dapat terlihat studi kasus perdata perbuatan melawan hukum (*wanprestasi*) dalam transaksi *e-commerce* berdasarkan Perjanjian Transaksi Elektronik yang melibatkan Amir Salim sebagai penggugat dan PT. Ecart Webportal Indonesia (Lazada Indonesia) sebagai Tergugat sesuai dengan pengaturan dalam Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2016 tentang Batasan dan Tanggung Jawab Penyedia *Platform* dan Pedagang (*Merchant*) Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*Electronic Commercial*) yang berbentuk *User Generated Content (UGC)*.

Tergugat merupakan badan hukum penyedia *platform* belanja *online* / *e-commerce* yang berbentuk *User Generated Content (UGC)*, dimana konten yang ada didalamnya dibuat dan/atau diunggah secara mandiri oleh penjual. Produk-produk beserta dengan informasi yang termuat pada *platform* Tergugat adalah unggahan mandiri dari penjual / pelaku usaha bukan oleh Tergugat.

Mahkamah Agung menimbang bahwa Penggugat dengan akun yang dugunakannya atas nama Reno dengan surat gugatannya tertanggal 31 Juli 2020 yang didaftarkan pada Kepaniteraan Pengadilan Negeri Jakarta Barat dengan register pendaftaran Perkara Nomor 588/Pdt.G/2020/PN Jkt.Brt dalam Perkara *e-commerce* pemesanan barang berupa Antam Logam Mulia Keping Emas (50 g/999.9% *Fine Gold Certificate*) dengan Nomor pesanan 390468958969274 dalam situs belanja *Online* pada Sistem Elektronik Lazada (Selanjutnya disebut Produk). Terhadap pemesanan tersebut pada tanggal 26 Maret 2020, pukul 10.11 WIB. Sdr. Reno telah melakukan transfer uang sebesar Rp.17.000.000,- (tujuh belas juta rupiah) dari rekening atas nama Reno ke Rekening Lazada, yaitu dengan nomor rekening BCA 3905280630443928. Setelah uang ditransfer ternyata produk yang dipesan oleh Sdr. Reno tidak juga dikirim oleh Lazada, sehingga konsumen merasa dirugikan. Adapun alasan Lazada tidak mengirimkan produk emas yang telah dipesan oleh Reno, karena pesanan tersebut telah dibatalkan oleh akun penggugat, sehingga Tergugat Pihak Lazada mengirimkan instruksi pengembalian dana sebesar Rp.17.000.000,- (tujuh belas juta rupiah) kepada pihak bank, *in casu* PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk. (Bank BRI) dengan tujuan rekening pihak tidak dikenal sebagaimana yang sebelumnya telah diubah oleh akun pelanggan Penggugat. Diakui oleh Penggugat adanya unsur kelalaian oleh Pihak Penggugat

karena telah memberitahukan Kata Sandi kepada Pihak Tidak Dikenal karena berasumsi bahwa Pihak Tidak Dikenal tersebut adalah Tergugat. Dimana akun Penggugat telah diretas (*hacking*) oleh pihak yang tidak bertanggung jawab sebab ternyata yang diminta oleh pihak tersebut, bukanlah nomor aktivasi untuk resi pengiriman, melainkan kode OTP (*One-Time Password*) akun Penggugat. Bahwa terhadap kejadian tersebut, maka hak Penggugat sebagai Konsumen Tergugat, mengalami kerugian materiil sebesar Rp.17.000.000,- (tujuh belas juta rupiah) dan kerugian immaterial sebesar Rp.100.000.000,- (Seratus juta rupiah). Kasus ini telah diproses di Pengadilan Negeri Jakarta Barat dan Putusannya telah dikeluarkan pada tanggal 13 April 2021. Pengadilan memutuskan, yaitu:

1. Mengabulkan eksepsi tentang kewenangan yang diajukan oleh Tergugat. Mengingat akan Pasal 136 HIR, serta ketentuan-ketentuan berkaitan dengan perkara ini, maka Mahkamah Agung mengadili dengan mengabulkan eksepsi tentang kewenangan yang diajukan oleh Tergugat.⁵⁵
2. Menyatakan Pengadilan Negeri Jakarta Barat tidak berwenang memeriksa dan mengadili perkara ini.
3. Membebankan biaya perkara kepada Penggugat sebesar Rp.970.000,- (Sembilan Ratus Tujuh Puluh Ribu Rupiah).

Berdasarkan putusan Pengadilan tersebut, Penggugat berasumsi bahwa setiap pedagang atau *merchant* / Pelaku Usaha pada Sistem Elektronik Tergugat berdasarkan hukum, seyogyanya secara jelas dan jujur memberikan identitas subjek ataupun objek pedagang atau *seller* pada Sistem Elektronik Tergugat. Hal tersebut dilandasi dengan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (selanjutnya disingkat PP PMSE) yang mengatur bahwa :⁵⁶ “PPMSE dalam

⁵⁵ Arya Bintang, “Analisa Putusan Pengadilan Kasus Wanprestasi dalam Transaksi E-Commerce Berdasar Perjanjian Transaksi Elektronik (Studi Kasus: PT Ecart WebPortal Indonesia (Lazada Indonesia),” Fakultas Hukum Universitas UPN Veteran, Diakses pada tanggal 6 Mei 2022 Pukul 21.45 WIB. , <https://www.researchgate.net/publication>.

⁵⁶ Pasal 17 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Lembaran Negara RI Tahun 2021 Nomor 234, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6728. Sekretariat Negara. Jakarta.

negeri dan/atau PPMSE luar negeri dilarang menerima pedagang dalam negeri dan pedagang luar negeri yang tidak memenuhi syarat dan ketentuan diatur dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia”.⁵⁷

Selain itu, pada contoh kasus transaksi jual beli melalui *e-commerce*

(Studi Kasus Putusan Pengadilan Nomor 183/Pdt.G/2018/PN.Mdn), yaitu:

Terdapat transaksi pembelian *Macbook* oleh pembeli dalam hal ini adalah Penggugat (konsumen) terhadap Toko Elipa *Store* sebagai *e-merchant* (pelaku usaha) melalui *platform* Aplikasi Tokopedia pada tanggal 15 Februari 2018 dengan harga sebesar Rp.22.369.400,-. Penggugat merasa dirugikan akibat kelalaian dari pihak Tokopedia selaku *marketplace*, maka pembeli (konsumen) mengajukan gugatan ganti kerugian melalui Pengadilan Negeri Medan dengan Nomor Perkara 183/Pdt.G/2018/PN.Mdn Perdata Gugatan pada tahun 2018. Adapun isi putusan Pengadilan pada kasus tersebut, yaitu : dengan memperhatikan ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, R.Bg dan peraturan perundang-undangan yang berkaitan, Pengadilan Negeri Medan yang mengadili perkara :

1. Dalam Provisi :
 - Menolak gugatan Provisi Penggugat;
2. Dalam Eksepsi :
 - Menyatakan Eksepsi Tergugat dapat diterima;
3. Dalam Pokok Perkara :
 - Menyatakan gugatan Penggugat tidak dapat diterima.

Dilihat dari kedua putusan tersebut terlihat bahwa pada transaksi *e-commerce*, pada Kasus I, *pihak* konsumen sebagai pihak Penggugat yang dirugikan karena kelalaian atas kelalaian dari konsumen sendiri selaku penggugat karena telah memberitahukan Kata Sandi kepada Pihak Tidak Dikenal karena berasumsi bahwa Pihak Tidak Dikenal adalah Tergugat. Sedangkan pada Kasus II, konsumen selaku penggugat merasa dirugikan akibat kelalaian dari pihak Tokopedia selaku *marketplace*. Pada kedua kasus tersebut di atas, terlihat kedudukan konsumen

⁵⁷ Y.I.V. Simanjuntak, “Tanggung Jawab Para Pihak Atas Wan Prestasi yang Terjadi dalam Jual Beli Secara Online (Studi di PT. Raksasa Indonesia Daan Mogot.Com),” 2020: 1.

kerap kali berada pada posisi yang lemah. Hal ini dikarenakan gugatan konsumen untuk membuktikan terhadap kerugian yang menimpa konsumen akibat kelalaian dari pelaku usaha maupun *marketplace* sulit untuk dibuktikan. Pada Kasus II putusan Pengadilan tersebut, konsumen sulit membuktikan bahwa Tergugat dalam hal ini *marketplace* tidak menyelenggarakan Sistem Elektronik yang tidak memenuhi standar hukum, yaitu tidak bertanggung jawab dikarenakan tidak dapat melindungi hak Penggugat dalam hal ini konsumen dari kerugian. Selain itu, gugatan oleh konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* ditujukan kepada *marketplace* Lazada Indonesia (PT. Ecart Webportal Indonesia) dan Tokopedia. Hal ini menurut Tergugat, seharusnya ditujukan kepada pelaku usaha juga. Manifestasi dari kesalahan yang dilakukan oleh Penggugat sebagaimana yang dimaksud dalam UU ITE dan SE Menkominfo Nomor 5 Tahun 2016 tentang Batasan dan Tanggung Jawab Penyedia *Platform* dan Pedagang (*Merchant*) Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*Electronic Commerce*) yang berbentuk *User Generated Content*), bahwa Tergugat tidak bertanggung jawab jika pengguna *platform* termasuk dalam hal ini Penggugat melakukan pelanggaran terhadap syarat dan ketentuan yang ada.

Dari penjelasan tersebut di atas, selain konsumen dan pelaku usaha dan *marketplace* juga perlu dilindungi terutama dalam hal terjadinya penipuan dari transaksi jual beli melalui *platform marketplace* supaya terwujud hubungan hukum yang seimbang (berkeadilan) berdasarkan Asas Kepastian Hukum yang tercipta dalam transaksi jual beli antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* terutama dilihat dari aspek pelaksanaan dan keseimbangan hak dan kewajiban para

pihak. Hal ini dikarenakan UUPK sendiri belum mengakomodir sepenuhnya perlindungan konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Apalagi di era globalisasi saat ini, Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) mendorong perkembangan *e-commerce* yang belum sepenuhnya terlindungi dengan UUPK.⁵⁸

UUPK mengatur bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Hal ini juga didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sulasi Rongiyati dalam Jurnalnya yang berjudul : Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Dagang Melalui Sistem Elektronik *Consumer Protection in E-Commerce* yang berpendapat bahwa UUPK belum mampu menjangkau perlindungan konsumen dalam transaksi dagang elektronik secara keseluruhan, khususnya dalam hal para pihak memiliki perbedaan yurisdiksi.⁵⁹ Pendapat ini juga selanjutnya diperkuat oleh hasil penelitian Ni Putu Enna Krisnayanti dan Suatra Putrawan dalam Jurnalnya yang berjudul Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi *E-Commerce*, mereka mengemukakan bahwa UUPK tidak memperhitungkan hak-hak konsumennya pada saat bertransaksi sebagaimana yang diatur dalam Pasal 4 UUPK. Hal ini dikarenakan transaksi *e-commerce* memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan dengan transaksi konvensional. UUPK memiliki keterbatasan untuk melindungi konsumennya saat bertransaksi *e-commerce* dari pemahaman pelaku-pelaku usaha tersebut.⁶⁰ Termasuk juga dalam hal ini

⁵⁸ Arfian Setiantoro; dkk., “Urgensi Perlindungan Hukum Konsumen dan Penyelesaian Sengketa E-Commerce di Era Masyarakat Ekonomi ASEAN (The Urgency of Consumer Law Protection and The E-Commerce Dispute Resolution in the Era of ASEAN Economic Community),” *Jurnal Rechtsvinding Media Pembinaan Hukum Nasional* 7, no. 1 (2018): 1.

⁵⁹ Rongiyati Sulasi, “Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Dagang Melalui Sistem Elektronik (Consumer Protection in E-Commerce),” *Jurnal Negara Hukum* 10, no. 1 (Juni 2019): 1.

⁶⁰ Ni Putu Enna Krisnayanti dan Suatra Putrawan, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce,” *Jurnal Kertha Wicara* 11, no. 1 (2021): 32–42.

ITE itu ternyata memiliki beberapa kelemahan dalam memberikan perlindungan terhadap konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace*. Beberapa kelemahan tersebut antara lain adanya perbedaan penafsiran. Dimana beberapa pasal dalam UU ITE dapat menimbulkan perbedaan penafsiran yang menyebabkan adanya ketidakpastian hukum di masyarakat.⁶¹ Oleh karena itu, diperlukan revisi pada pasal yang mengandung multitafsir tersebut, terutama terkait pembatasan atau tolok ukur delik dan mekanisme penyelesaian sengketa. Termasuk dalam hal ini Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) juga masih memiliki beberapa kelemahan, antara lain Pengaturan Mengenai Penyelesaian Sengketa dalam PMSE belum cukup jelas dan detail. Misalnya, peraturan ini belum mengatur secara jelas mengenai lembaga atau mekanisme apa yang bisa digunakan dalam menyelesaikan sengketa dalam PMSE.⁶²

Terhadap transaksi *fairness* atau keadilan transaksi dapat diartikan sebagai transaksi yang dilakukan dengan prinsip keadilan dan keseimbangan (*fairness*) bagi semua pihak yang terlibat dalam dunia bisnis *online*. Dengan adanya Asas Kepastian Hukum, konsumen, pelaku usaha dan para pengguna *marketplace* akan mendapatkan perlindungan yang seimbang dan adil kepada semua pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli, yaitu konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Tujuannya adalah untuk menciptakan lingkungan perdagangan elektronik yang aman dan menguntungkan bagi semua pihak.

Penulis bermaksud untuk meneliti dan mengkaji lebih mendalam terhadap mitigasi risiko (*risk mitigation*) pada transaksi jual beli secara *online* melalui

⁶¹ Jayanti, Rovita, *loc. cit.*

⁶² Rendra Topan, "Mengenal Perdagangan Melalui Sistem Elektronik," Diakses pada tanggal 5 Mei 2022 Pukul 17.15 WIB., <https://www.rendratopan.com>.

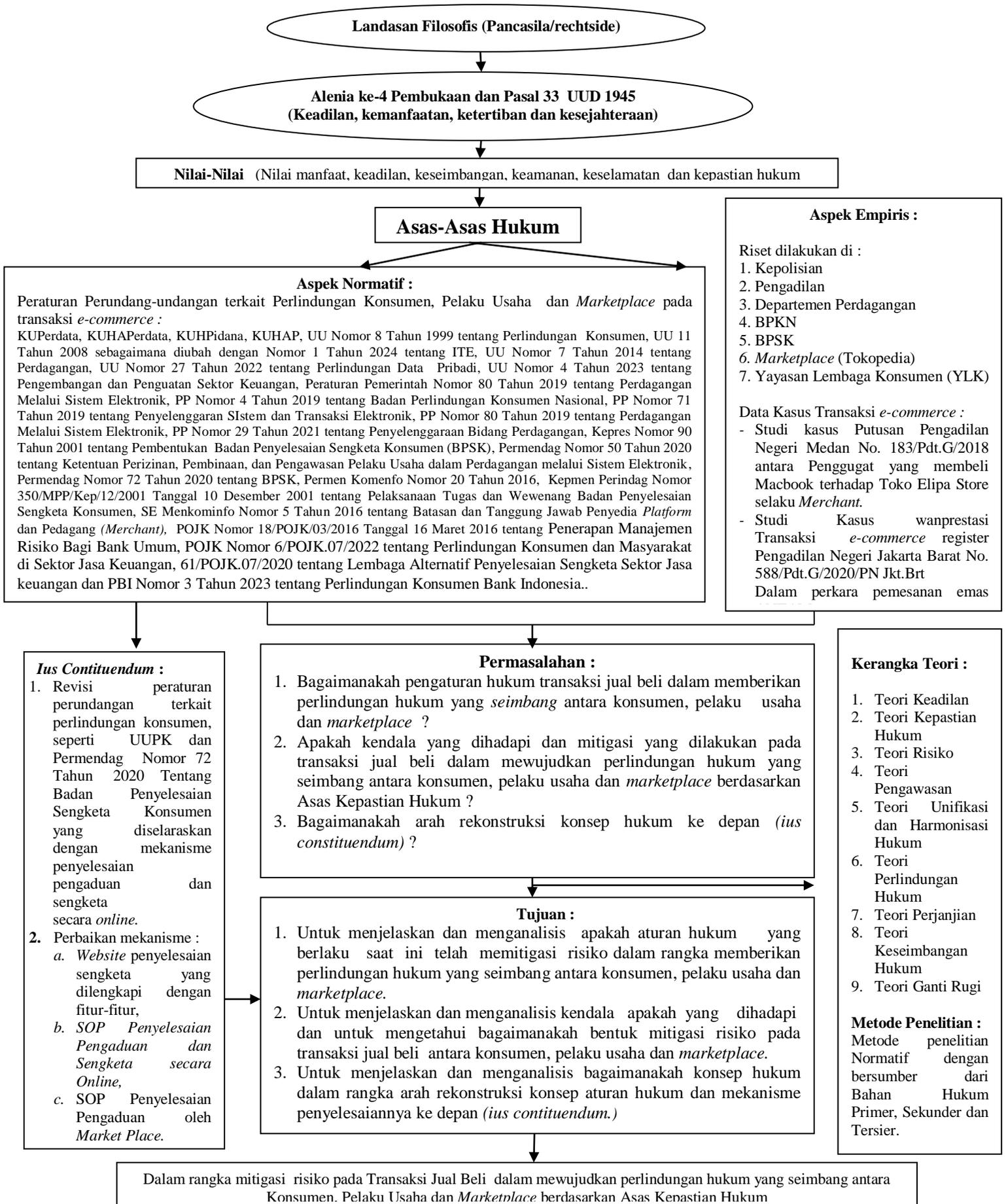
platform marketplace. Mitigasi risiko pada transaksi jual beli secara *online* melalui *platform marketplace* adalah upaya untuk mengurangi kemungkinan terjadinya risiko atau dampak yang merugikan dalam transaksi jual beli *online* yang memiliki risiko yang tinggi, sehingga perlu diminimalisir terhadap dampak potensi risiko yang muncul.

Risiko dalam transaksi jual beli secara *online* melalui *platform marketplace* dapat berasal dari berbagai faktor, seperti keamanan informasi, penipuan, ketidakcocokan produk dan kegagalan pengiriman atau penerimaan barang. Upaya mitigasi risiko yang dilakukan dapat berupa antara lain dengan melakukan verifikasi dan validasi data dan informasi baik konsumen maupun pelaku usaha, termasuk alamat pengiriman dan informasi pembayaran serta penggunaan metode pembayaran yang aman dan terpercaya untuk memastikan bahwa pembayaran yang dilakukan aman dan tidak disalahgunakan. Melakukan perlindungan informasi, seperti nomor kartu kredit atau informasi akun bank agar tidak disalahgunakan dengan cara melindungi data pribadi dan menggunakan koneksi internet yang aman dan terenkripsi saat melakukan transaksi. Melakukan pemeriksaan produk yang sesuai dengan deskripsi dan gambar yang ditampilkan, pemilihan *marketplace* yang terpercaya, membaca dan memahami syarat dan ketentuan yang berlaku dan lain sebagainya.

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka perlu dikaji tentang potensi risiko dan mitigasi risiko pada transaksi jual beli dalam hubungannya dengan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berdasarkan Asas Kepastian Hukum dengan lebih menyoroti permasalahan melalui pendekatan dari sisi aspek mitigasi risiko (*risk mitigation*) mulai dari tahapan eksposur risiko,

yaitu potensi risiko yang sering muncul dan upaya meminimalisirnya serta upaya penyelesaiannya dalam memberikan perlindungan hukum yang seimbang terhadap konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berdasarkan Asas Kepastian Hukum. Dimana penulis menilai bahwa terdapat ketidakseimbangan perlindungan hukum pada transaksi jual beli antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*, sehingga tidak terwujudnya adanya kepastian hukum, Disertasi dengan judul : “Mitigasi Risiko Transaksi Jual Beli dalam Hubungannya dengan Perlindungan Hukum yang Seimbang antara Konsumen, Pelaku Usaha dan *Marketplace* Berdasarkan Asas Kepastian Hukum”, sehingga konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* tidak dirugikan karena dampak dari transaksi jual beli tersebut dan tercipta hubungan hukum yang seimbang antara para pihak. Mitigasi risiko terkait perlindungan hukum terhadap konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* dalam transaksi jual beli harus diatasi dengan keseimbangan hukum yang seimbang. Pemerintah, konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* perlu bekerja sama untuk meningkatkan pengawasan, transparansi dan kesadaran tentang perlindungan hukum dalam transaksi jual beli.

Bagan 2 Alur Pikir Disertasi



B. Rumusan Permasalahan

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka ruang lingkup permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah pengaturan hukum dalam transaksi jual beli antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* telah memberikan perlindungan hukum yang seimbang ?
2. Kendala apa saja yang dihadapi dan mitigasi yang dilakukan pada transaksi jual beli dalam mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berdasarkan Asas Kepastian Hukum ?
3. Bagaimanakah arah rekonstruksi konsep hukum ke depan (*ius constituendum*) untuk memitigasi risiko dalam rangka mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengevaluasi dan menganalisis pengaturan hukum transaksi jual beli apakah telah memberikan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*.
- b. Untuk menjelaskan dan menganalisis kendala dalam mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang pada transaksi jual beli antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* dan untuk menjelaskan dan mengetahui mitigasi risiko pada transaksi jual beli dalam rangka memberikan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berdasarkan Asas Kepastian Hukum.

- c. Untuk menjelaskan dan menganalisis arah rekonstruksi konsep hukum ke depan (*ius constituendum*) untuk memitigasi risiko dalam rangka memberikan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*.

2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan berguna untuk kepentingan teoritis maupun praktis, yakni:

- a. **Kegunaan secara teoritis**, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmiah bagi ilmu pengetahuan hukum dalam pengembangan Hukum Bisnis khususnya di Bidang Hukum Perlindungan Konsumen dan juga perlindungan hukum pada transaksi jual beli bagi konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*.
- b. Kegunaan secara praktis, hasil penelitian yang memiliki titik fokus pada Hukum Bisnis khususnya pada aspek perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* pada transaksi jual beli diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan sumbangan pemikiran serta dapat memberikan kontribusi dan solusi kongkrit tidak hanya bagi konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* tetapi juga bagi:
 1. **Aparat Penegak Hukum**, untuk menjadi salah satu sumber informasi dan masukan bagi Aparat Penegak Hukum dalam mengambil kebijakan yang tepat dalam memberikan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berdasarkan Asas Kepastian Hukum.

2. **Konsumen**, di Bidang Hukum Bisnis khususnya di Bidang Perlindungan Konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, seperti Tokopedia, Shopee dan lain-lain, sehingga menjadi salah satu sumber informasi dan pengetahuan umum, dengan itu dapat dijadikan rujukan dari aspek yuridis perlindungan konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.
3. **Pelaku Usaha**, di Bidang Hukum Bisnis khususnya di Bidang Perlindungan Konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.
4. **Marketplace**, di Bidang Hukum Bisnis khususnya di Bidang Perlindungan Konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.
5. **Lembaga Eksekutif**, sehingga menjadi salah satu sumber informasi dan masukan bagi Lembaga Eksekutif (Departemen dan Kementerian terkait) untuk menentukan langkah pencegahan, perlindungan dan pengawasan konsumen, seperti Kominfo, Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).
6. **Lembaga Legislatif**, untuk membuat formulasi peraturan perundang-undangan serta peraturan pelaksanaannya yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dan *marketplace* pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

D. Keaslian (Orisinalitas) Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil penelusuran terhadap studi kepustakaan, maka dari sisi Keaslian / Orisinalitas Penelitian diketahui bahwa belum pernah ada tulisan yang membahas dan mengkaji secara khusus mengenai “Mitigasi Risiko Transaksi

Jual Beli dalam Hubungannya dengan Perlindungan Hukum yang seimbang antara Konsumen, Pelaku Usaha dan *Marketplace* berdasarkan Asas Kepastian Hukum”, sehingga penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Dalam penelitian ini menitikberatkan pada 3 (tiga) persoalan pokok, yaitu: Untuk menganalisis mengenai apakah pengaturan hukum dalam transaksi jual beli antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* telah memberikan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*, kendala apakah yang dihadapi dalam mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dan bagaimana memitigasinya serta menentukan arah rekonstruksi konsep hukum ke depan (*ius constituendum*) untuk memitigasi risiko dalam rangka mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*.

Karya Tulis ini merupakan karya penulis sendiri dengan referensi Daftar Pustaka diperoleh dari berbagai sumber. Namun untuk menghindari terjadinya duplikasi terhadap penelitian ini, maka penulis telah melakukan perbandingan penelitian yang ada sebelumnya. Beberapa penelitian yang ditemukan adalah diantaranya, yaitu:

Pertama, Disertasi yang ditulis oleh Abdul Halim Barkatullah, dengan judul “*Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Lintas Negara di Indonesia*”, pada Program Doktor Ilmu Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Tahun 2006. Dalam Disertasi ini Abdul Halim Barkatullah menguji dan menganalisis terhadap perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* lintas negara di Indonesia, khususnya pada bentuk perlindungan hukum apa yang dapat ditawarkan bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* lintas negara.

Kedua, Disertasi yang ditulis oleh Ratu Galuh Gerllian Wirasuta, dengan judul *“Transaksi Elektronik Dalam Sistem E-Commerce Sebagai Upaya Pengembangan Perekonomian Indonesia”*, pada Program Doktor Ilmu Hukum Universitas Pasundan Bandung Tahun 2018. Dalam Disertasi ini Ratu Galuh Wirasuta menguji dan mengkaji Transaksi perdagangan yang dilakukan melalui sistem *e-commerce* berisiko menyebabkan tindakan wanprestasi yang sulit dijangkau oleh aturan-aturan hukum yang berlaku dan transaksi tidak mempertemukan para pihak yang bertransaksi, serta tidak adanya kesempatan bagi konsumen melihat secara langsung barang yang dipesan berpotensi menimbulkan permasalahan yang merugikan konsumen.

Ketiga, Disertasi yang ditulis oleh Abd. Syakur dengan judul *“Rekonstruksi Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Melalui Kebijakan Pemerintah untuk Mendukung Ekonomi Digital yang Berkeadilan”*, pada Program Doktor (S3) Ilmu Hukum (PDIH) Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang Tahun 2022. Dalam Disertasi ini Abd. Syakur, menguji dan mengkaji rekonstruksi perlindungan hukum konsumen transaksi *e-commerce* untuk mendukung Ekonomi Digital yang berkeadilan melalui Kebijakan Pemerintah.

Keempat, Disertasi yang ditulis oleh Stella, dengan judul *“Pertanggungjawaban Hukum Perdata Penyelenggara Sarana Perantara Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (E-Commerce) di Indonesia”*, pada Program Doktor Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara Medan Tahun 2023. Dalam Disertasi ini Stella menguji dan mengkaji mengenai pertanggungjawaban Hukum Perdata dari Penyelenggara Sarana Perantara Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*E-Commerce*) di Indonesia.

Penulis menyadari bahwa telah banyak penelitian sejenis baik dalam bentuk Karya Tulis Ilmiah berupa Disertasi. Namun analisa permasalahannya dan penekanan penelitian ditinjau dari aspek yang berbeda, yaitu keseimbangan perlindungan hukum 3 (tiga) pihak pada transaksi jual beli antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berdasarkan asas kepastian hukum yang dilihat baik dari sisi kelembagaan pengaturannya, kendala dan mitigasinya serta arah rekonstruksi konsep hukum ke depannya (*ius constituendum.*). Sedangkan 4 (empat) penelitian Disertasi sebelumnya hanya lebih fokus pada aspek perlindungan konsumen, dimana ada yang membahas mengenai aspek perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* lintas negara di Indonesia, Transaksi *E-Commerce* Sebagai Upaya Pengembangan Perekonomian Indonesia, perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi *E-Commerce* Melalui Kebijakan Pemerintah untuk Mendukung Ekonomi Digital yang Berkeadilan dan pertanggungjawaban Hukum Perdata Penyelenggara Sarana Perantara Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*E-Commerce*) di Indonesia yang dapat dilihat pada Tabel di bawah ini, yaitu:

Tabel 4
Matriks Judul Keaslian (Orisinalitas) Penelitian Terdahulu

No.	Disertasi	Alur, Substansi dan Temuan Penelitian Terdahulu		Alur, Substansi dan Temuan Penelitian Saat ini
		Masalah / Tujuan Penelitian	Hasil (Kesimpulan Penelitian)	
1.	Abdul Halim Barkatullah yang berjudul "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi <i>E-Commerce</i> Lintas Negara di Indonesia." <i>Disertasi</i> ,	Penelitian ini menganalisis terhadap perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi <i>e-commerce</i> lintas negara di Indonesia, khususnya pada bentuk perlindungan	1. Pada transaksi <i>e-commerce</i> lintas negara, konsumen mempunyai posisi tawar yang lemah jika dibandingkan dengan pelaku usaha.	Disertasi ini lebih menyoroti pembahasan permasalahan mengenai aspek perlindungan hukum bagi

- Program Doktor Ilmu Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2006.
- hukum apa yang dapat ditawarkan bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* lintas negara. Konsumen dalam transaksi *e-commerce* lintas negara yang berada dalam posisi tawar yang lemah memerlukan perlindungan hukum dalam bentuk intervensi negara dalam transaksi *e-commerce*.
- Hal ini disebabkan karena konsumen *e-commerce* lintas negara menghadapi berbagai permasalahan hukum, dalam hal keabsahan kontrak dan tanda tangan digital, kontrak baku yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha, perbedaan yurisdiksi, ketentuan dalam kontrak transaksi bahwa jika terjadi sengketa hukum yang berlaku adalah hukum pelaku usaha.
- Konsumen dalam transaksi *e-commerce* lintas negara yang berada dalam posisi tawar yang lemah memerlukan perlindungan hukum dalam bentuk intervensi negara dalam transaksi *e-commerce*. Bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* lintas negara di Indonesia yang dapat ditawarkan dibagi dalam 3 (tiga) fase :
 Pertama, fase perlindungan sebelum transaksi;
 Kedua, fase perlindungan hukum saat transaksi;
 Ketiga, fase perlindungan hukum pasca transaksi.
2. Ratu Galuh Gerlian Wirasuta yang berjudul “*Transaksi Elektronik dalam Sistem E-Commerce Sebagai Upaya Pengembangan*” Penelitian ini mengkaji dan menganalisis terhadap perlindungan Transaksi perdagangan yang dilakukan melalui sistem *e-commerce* berisiko Dari hasil analisa dan pembahasan Disertasinya, Ratu Galuh Gerlian Wirasuta menyimpulkan Disertasi ini lebih menyoroti pembahasan permasalahan mengenai pemanfaatan
- konsumen dalam transaksi *e-commerce* lintas Negara di Indonesia.

Perekonomian Indonesia”, *Disertasi*, Program Doktor Ilmu Hukum Universitas Pasundan Bandung, 2018.

menyebabkan tindakan wanprestasi yang sulit dijangkau oleh aturan-aturan hukum yang berlaku dan transaksi tidak mempertemukan para pihak yang bertransaksi, serta tidak adanya kesempatan bagi konsumen melihat secara langsung barang yang dipesan berpotensi menimbulkan permasalahan yang merugikan konsumen. Transaksi perdagangan yang dilakukan melalui sistem *e-commerce* berisiko menyebabkan tindakan wanprestasi yang sulit dijangkau oleh aturan-aturan hukum yang berlaku. Permasalahan transaksi elektronik melalui sistem *e-commerce* tidak mempertemukan para pihak yang bertransaksi, serta tidak adanya kesempatan bagi konsumen melihat secara langsung barang yang dipesan berpotensi menimbulkan permasalahan yang merugikan konsumen, di antaranya ketidaksesuaian jenis dan kualitas barang yang dijanjikan, ketidaktepatan waktu pengiriman barang, ketidakamanan transaksi mulai dari pembayaran menggunakan kartu kredit milik orang lain (pembajakan), akses *illegal* ke sistem informasi perusakan *website* sampai dengan pencurian data.

bahwa pemanfaatan Sistem *e-commerce* dalam transaksi elektronik mempunyai peranan penting dalam meningkatkan perdagangan dan perekonomian nasional. Keberadaan UU Perdagangan dan PP PMSE sangat penting melihat potensi dan pertumbuhan perdagangan melalui sistem *e-commerce* di Indonesia. Berlakunya Permendag Nomor 50 Tahun 2020, hanya mengatur perihal perizinan dalam transaksi elektronik melalui sistem *e-commerce*, maka Pemerintah juga harus membentuk suatu aturan berupa petunjuk pelaksanaan dan petunjuk teknis agar prinsip pengolaan data yang baik, termasuk data pribadi, perlindungan konsumen, domain, dan ketaatan hukum dapat tercapai agar dapat membantu semua pihak, baik pemerintah maupun swasta, sehingga pertumbuhan ekonomi digital Indonesia makin memberi manfaat bagi seluruh Rakyat Indonesia.

Perlindungan dan tanggung jawab hukum yang dihadapi konsumen dalam melakukan transaksi elektronik, yaitu perlindungan hukumnya terletak pada sejauh mana para pihak tunduk pada azas kebebasan berkontrak. Penanggulangan kerugian para pihak pada transaksi elektronik dalam sistem *e-commerce* melalui kontrak elektronik berdasarkan UU ITE dan PP PSTE tetap diakui sebagai transaksi

sistem *e-commerce* dalam transaksi elektronik dalam meningkatkan perdagangan dan perekonomian nasional.

elektronik yang sah dan dapat di-pertanggungjawabkan, karena persetujuan atas transaksi elektronik merupakan bentuk tindakan penerimaan yang menyatakan persetujuan dalam kesepakatan pada transaksi elektronik. Pelaku usaha dalam *e-commerce* juga harus bertanggung jawab dengan memberikan ganti kerugian terhadap kerugian yang diderita oleh pihak konsumen sebagaimana yang telah diatur dalam perundang-undangan. Kerangka regulasi perdagangan elektronik adalah dengan pemberlakuan PP Nomor 80 Tahun 2019, bertujuan untuk mengklarifikasi UU yang sudah ada serta regulasi yang spesifik untuk perdagangan elektronik. Pembentukan kebijakan transaksi elektronik merujuk kepada tujuan hukum untuk menciptakan adanya keseimbangan kepentingan baik dari pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi elektronik berupa kepastian dan perlindungan hukum yang tertuang PP Nomor 80 Tahun 2019, telah memberikan kepastian hukum atas kegiatan transaksi elektronik dalam sistem *e-commerce* di Indonesia

yang berorientasi pada perlindungan konsumen, namun demikian masih terdapat beberapa ketentuan yang perlu dijabarkan dalam petunjuk pelaksanaan (Juklak) dan petunjuk teknis (Juknis) oleh Pemerintah sebagai implementasi dari PP Nomor 80 Tahun 2019 berupa Peraturan Menteri Perdagangan untuk menjabarkan cakupan teknis dalam transaksi elektronik terkait dengan pelaku usaha, domain, perlindungan konsumen, dan perlindungan data pribadi sebagai upaya pengembangan perkonomian dalam transaksi elektronik melalui sistem *e-commerce* dan melindungi para pihak yang terlibat dalam transaksi elektronik dalam perdagangan melalui sistem *e-commerce*.

3. Abd. Syakur yang berjudul “*Rekonstruksi Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Melalui Kebijakan Pemerintah untuk Mendukung Ekonomi Digital yang Berkeadilan*”, pada Program Doktor (S3) Ilmu Hukum (PDIH) Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang Tahun 2022
- Mengapa perlindungan konsumen *e-commerce* melalui kebijakan pemerintah belum menjamin kepastian hukum dan keadilan, bagaimana kelemahan-kelemahan dalam perlindungan hukum konsumen dalam transaksi *e-commerce* untuk mendukung pertumbuhan ekonomi digital yang berkeadilan di Indonesia dan
- Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi *E-commerce* Melalui Kebijakan Pemerintah untuk Mendukung Ekonomi Digital belum berbasis nilai Kepastian hukum dan keadilan yang tidak kunjung terwujud karena tidak jelasnya pada asas kemanfaatan masih belum dirasakan menyeluruh. Manfaat yang dirasakan hanya oleh beberapa pihak, maka otomasti rasa
- Disertasi ini lebih menyoroti pembahasan pada perlindungan hukum konsumen dalam *e-commerce* untuk mendukung ekonomi Digital yang berkeadilan melalui Kebijakan Pemerintah.

bagaimana rekonstruksi perlindungan hukum konsumen dalam transaksi *e-commerce* melalui kebijakan pemerintah untuk mendukung ekonomi digital yang berkeadilan di Indonesia.

keadilan tidak dapat diwujudkan. Selain itu, keseimbangan juga masih mengalami kendala dalam usaha mewujudkannya. Pada poin keselamatan dan keamanan khususnya bagi konsumen masih tetap mempunyai resiko tinggi, khususnya berkaitan dengan penyalagunaan data pribadi pasca transaksi elektronik. Pada poin yang terakhir ini, tentang kepastian hukum bagi konsumen *e-commerce*, menjadi salah-satu pertanyaan besar. Kelemahan pada tataran undang-undangan perlindungan konsumen *e-commerce*, seperti kelemahan pada UUPK dan *hukum perlindungan konsumen di Indonesia masih terbatas pada konsumen dengan tipe transaksi konvensional*.

4. Stella yang berjudul “*Pertanggungjawaban Hukum Perdata Penyelenggara Sarana Perantara Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (E-Commerce) di Indonesia*”, pada Program Doktor Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara Medan Tahun 2023.

Penyelenggara sarana perantara *e-commerce* yang mempunyai kewajiban tanggung jawab hukum yang jelas atas informasi pemasaran dan transaksi elektronik. kepada konsumen. Penelitian ini membahas tentang tanggung jawab hukum yang menjadi prinsip utama penyedia perantara dengan pelaku usaha lain dalam *e-commerce*, tanggung jawab hukum perdata

Kebijakan tanggung jawab hukum perdata harus diterapkan oleh penyedia perantara untuk memastikan etika bisnis dalam *e-commerce* yang aman seperti yang telah ditetapkan di Singapura. Selain itu juga diperlukan kebijakan pemerintah di Indonesia yang menegakkan peraturan hukum *e-commerce* yang jelas dalam tanggung jawab dan pengawasan terhadap para perantara

Disertasi ini lebih menyoroti pembahasan pertanggungjawaban dari penyelenggara sarana perantara dalam *e-commerce*.

4. perantara dalam penyedia yang bekerja menyelaraskan hubungan hukum sama dalam pemasaran, sehingga perdagangan untuk menghilangkan melalui e-commerce sangat diperlukan. segala hambatan *e-commerce*, dan Perdagangan elektronik dan kebijakan pemerintah dapat terjamin dengan aman, jujur, dan untuk menjamin keamanan *e-commerce* terpercaya di Indonesia di Indonesia.

E. Kerangka Teoritik

Kerangka teoritik yang digunakan dalam penelitian Disertasi ini adalah teori-teori yang saling berhubungan untuk menganalisis bahan-bahan hukum yang telah dikumpulkan. Gagasan utama dalam penelitian ini adalah politik hukum.⁶³ Dimana kerangka teori dari penelitian ini lebih dititikberatkan pada Asas Kepastian dan perlindungan hukum yang seimbang pada transaksi jual beli antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*.

Teori ini diperlukan dalam penelitian ilmiah untuk memberikan landasan sebagai pendekatan dalam memecahkan permasalahan hukum dalam penelitian ini. Bangunan suatu teori mengabstrak dari sejumlah konsep yang disepakati dalam definisi-definisi yang berkaitan secara sistematis dan digeneralisasi untuk menjelaskan dan memprediksi suatu fenomena serta akan mengalami perkembangan.⁶⁴

Philipus M. Hadjon dan Tatiek S. Djatmiati menyebutkan ilmu hukum sebagai ilmu sui generis (Philipus M. Hadjon dan Tatiek S. Djatmiati, 2008: 38-40)⁶⁵ Mark Van Hoecke juga menunjukkan beberapa karakter ilmu hukum yang dapat

⁶³ Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum* (Bandung: Citra Aditya Bhakti, 2014): 1-414.

⁶⁴ Reza A.A. Wattimena, *Filsafat dan Sains Sebuah Pengantar* (Jakarta: Grasindo, 2008): 118.

⁶⁵ Philipus M. Hadjon dan Tatiek S. Djatmiati, *Argumentasi Hukum* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2008): 38-40.

hukum yang dapat dimaknai sebagai ilmu *sui generis*, seperti termuat dalam buku *Methodologies of Legal Research*.⁶⁶

Ciri khas ilmu hukum sebagai ilmu *sui generis* ada pada lapisan-lapisan kajiannya, yang terdiri dari dogmatik hukum, teori hukum dan filsafat hukum.⁶⁷ J.J.H. Bruggink menggambarkan lapisan itu bersifat vertikal. Lapisan paling bawah adalah dogmatik hukum, berikutnya teori hukum dan paling atas adalah Filsafat Hukum.⁶⁸ Rasionalitas dogmatik hukum dijelaskan oleh teori hukum. Teori hukum dijelaskan oleh filsafat hukum. Filsafat hukum memberikan penjelasan yang lebih mendalam terhadap dogmatik hukum.⁶⁹

Teori hukum dijelaskan oleh Bernard Arief Sidharta, merupakan seperangkat pernyataan, pandangan, pengertian yang saling berkaitan secara logika berkenaan dengan sistem hukum tertentu atau suatu bagian dari sistem tersebut, yang dirumuskan sedemikian rupa, sehingga berdasarkan hal tersebut dimungkinkan untuk merancang hipotesis tentang isi aturan hukum (yakni produk interpretasi aturan hukum) dan konsep yuridik yang terbuka untuk pengujian, berfungsi untuk mensistematisasi kaidah-kaidah hukum dengan cara-cara tertentu.⁷⁰

Teori hukum ciri khasnya adalah memiliki karakter interdisipliner. Dalam perspektif interdisipliner tersebut Richard A. Posner menegaskan bahwa:

⁶⁶ Mark van Hoecke, *Methodologies of Legal Research* (Oregon: Hart Publishing, Oxford and Portland, 2011): 113-115.

⁶⁷ Jan Gijssels and Mark van Hoecke, *Wat is Rechtsheori ?* (Antwerpen: Kluwer, 1982), Terjemahan Bernard Arief Sidharta (Bandung: Laboratorium Hukum Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan, 2001): 6-11 dan 51-55.

⁶⁸ J.J.H. Bruggink, *Rechts Reflectief (Refleksi Tentang Hukum : Pengertian-Pengertian Dasar dalam Teori Hukum)*, Terjemahan Arief Sidharta (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti Bandung, 2011): 272.

⁶⁹ *Ibid.*

⁷⁰ Bernard Arief Sidharta, *Ilmu Hukum Indonesia : Upaya Pengembangan Ilmu Hukum Sistematis yang Responsif Terhadap Perubahan Masyarakat* (Yogyakarta: Genta Publishing, 2013): 1-124.

*“Legal Theory is concerned with the practical problems of law, but it approaches them from the outside, using the tools of other discipline. It does not consider the internal perspective of the legal professional adequate to the solution even of the practical problem of law”. Put as the only approaches to a genuinely scientific conception of law are those that come from other disciplines, such as economics, sociology and psychology. It is appropriate when speaking of “legal theory” at large to confine the term to theories that come from outside law”.*⁷¹

Dilihat dari karakter interdisipliner Teori Hukum juga dikemukakan oleh Satjipto Rahardjo, yang melihat hukum dari perspektif sosiologis. Menurut Satjipto Rahardjo, teori hukum memberikan sumbangan yang tidak kecil terhadap ilmu hukum, yang ingin mempelajari hukum dari segala seluk beluk, hakikat dan perkembangannya. Teori hukum merupakan bagian yang penting dari ilmu hukum, karena melalui teori hukum, ilmu hukum dapat mencerminkan perkembangan masyarakat. Teori hukum membahas perkembangan hukum yang berkaitan dengan perubahan-perubahan dari masyarakat dan melibatkan pembicaraan mengenai struktur politiknya, pengelompokan sosial dan sebagainya.⁷²

Mauwissen menggunakan istilah pengembangan hukum (*rechtsbeoefening*) untuk menunjuk pada semua kegiatan manusia yang berkenaan dengan ada dan berlakunya hukum dalam masyarakat.⁷³ Tataran disiplin ilmu hukum dapat dibedakan berdasarkan tingkat abstraksinya. Abstraksi paling rendah ada pada tataran ilmu hukum positif disebut ilmu hukum yang terdiri atas dogmatik hukum (ilmu hukum dalam arti sempit), sejarah hukum, perbandingan hukum, sosiologi dan psikologi hukum. Tataran lebih abstrak disebut dengan teori hukum, yang merupakan wujud peralihan dari ilmu hukum ke Filsafat Hukum karena mereflesikan objek dan metode

⁷¹ Richard A. Posner, *Frontiers of Legal Theory* (Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 2001): 2-3.

⁷² Raharjo, *loc. cit.*

⁷³ D.H.M. Mauwissen, *Pengembangan Hukum, Ilmu Hukum, Teori Hukum dan Filsafat Hukum, Diterjemahkan Oleh Bernard Arief Sidharta* (Bandung: Refika Aditama, 2007): 31-55.

merefleksikan objek dan metode dari berbagai bentuk ilmu hukum.⁷⁴ Tataran abstraksi tertinggi disebut dengan filsafat hukum karena Mauwissen merefleksi semua masalah fundamental yang berkaitan dengan hukum dan tidak hanya merefleksikan hakikat dan metode dari hukum atau ajaran metode.⁷⁵

Jan Gijssels dan Mark van Hoecke berpendapat bahwa teori hukum berada antara dogmatika hukum dan filsafat hukum. Teori hukum diperlukan dalam menjembatani dogmatika hukum dan filsafat hukum.⁷⁶ Hal tersebut dikenal dengan konsep “*metatheory*”, yakni disiplin ilmu yang objek studinya adalah ilmu lain (Jan Gijssels dan Mark van Hoecke, 1982: 48).⁷⁷ Di samping diperlukan dalam praktik hukum, teori hukum juga dibutuhkan di dalam kegiatan akademis, yaitu menghasilkan suatu teori baru dan bahkan prinsip hukum yang akan bermanfaat bagi pengembangan ilmu hukum. Dalam hal ini tugas teori hukum adalah memberikan landasan teoritis baik dalam pembuatan hukum maupun dalam penerapan hukum.

Fungsi teori hukum, sesuai dengan pendapat Kerlinger, “*Theory is a set of interrelated constructs (concepts), definitions, and propositions that present a systematic view of phenomena by specifying relations among variables with the purpose of explaining and predicting the phenomena*”. (Teori adalah sekumpulan struktur (konsep), definisi, dan proposisi yang saling berhubungan yang menyajikan pandangan sistematis tentang fenomena dengan menentukan hubungan antar variable dengan tujuan menjelaskan dan memprediksi fenomena).⁷⁸

⁷⁴ *Ibid.*

⁷⁵ *Ibid.*

⁷⁶ Peter Mahmud Marzuki, *Pengantar Ilmu Hukum* (Jakarta: Prenada Media Group, 2008): 36-37.

⁷⁷ Jan Gijssels, *op. cit.*, hlm 48.

⁷⁸ Sidharta, *Teori Hukum Berstatus Ganda dalam Buku Pengembangan Hukum Teoritis, Refleksi atas Konstelasi Disiplin Hukum* (Bandung: Logos Publishing, 2015): 118.

Selanjutnya menurut Radbruch sebagai berikut: ⁷⁹

“The task of legal theory is clarification of legal values and postulates up to their ultimate philosophical foundation”. (Tugas teori hukum adalah membuat jelas nilai-nilai hukum serta postula-postulatnya sampai pada landasan filosofisnya yang terdalam).”

Sekilas makna teori hukum versi Radbruch adalah mengacu pada penjelajahan ilmiah filsafat hukum. Namun jika dipahami secara mendalam teori hukum yang dimaksudkan Radbruch tersebut adalah ilmu hukum itu sendiri atau teori hukum dalam arti luas, yang terdiri dari ketiga lapisan hukum.

Teori hukum merupakan bagian dari strategi kognisi yang dibangun dari bawah (faktual), digeneralisasi menuju ke konsep, dari konsep direalisasikan ke konsep lain sebagai suatu proposisi-proposisi yang saling berhubungan membentuk kerangka berpikir untuk menjelaskan (*explaining*) dan memperkirakan (*predicting*) suatu fenomena. ⁸⁰

Dengan demikian menurut penulis, teori hukum merupakan pernyataan dan pandangan seseorang berkenaan dengan sistem hukum tertentu atau suatu bagian dari sistem tersebut yang bertujuan untuk pengembangan hukum dalam rangka memberikan landasan sebagai pendekatan dalam memecahkan permasalahan hukum dalam suatu penelitian. Untuk tujuan pengembangan dan nempelajari hukum ini dapat dilihat juga dari perspektif sosiologis untuk mempelajari hukum dari segala seluk beluk, hakikat dan perkembangannya.

Teori Hukum yang digunakan dalam penulisan ini adalah : ***Grand Theory***, yaitu Teori Kepastian Hukum dan Keadilan karena kepastian hukum dalam konteks penelitian ini, dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen dan

⁷⁹ W. Friedman, *Legal Theory* (London: Steven & Sons Ltd., 1951): 12-13.

⁸⁰ Peter Mahmud Marzuki, *loc. cit.*

marketplace selaku pihak ketiga menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen serta negara menjamin adanya kepastian hukum tersebut. ***Middle Range Theory***, yaitu Teori Mitigasi Risiko merupakan suatu teori dari matematika yang memberikan prediksi untuk mengatasi kemungkinan yang dapat terjadi. Sedangkan dilihat dari aspek ***Applied Theorynya***, maka Perlindungan Hukum, Teori Perjanjian dan Teori Penegakan Hukum Penegakan Hukum dari Soerjono Soekanto. dan Teori Perlindungan Hukumnya.

Berdasarkan poin-poin di Latar Belakang untuk konsep dan teori yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. ***Grand Theory***

1.1 **Teori Keadilan**

Terkait Asas Keadilan hukum (*gerechtigheid*), Asas ini meninjau dari sudut filosofis, dimana keadilan adalah kesamaan hak untuk semua orang di depan pengadilan. Definisi keadilan menurut Kamus Bahasa Indonesia adil adalah tidak sewenang-wenang, tidak memihak, tidak berat sebelah. Adil terutama mengandung arti bahwa suatu keputusan dan tindakan didasarkan atas norma-norma objektif. Keadilan pada dasarnya adalah suatu konsep yang relatif, setiap orang tidak sama, adil menurut yang 1 (satu) belum tentu adil bagi yang lainnya, ketika seseorang menegaskan bahwa ia melakukan suatu keadilan, hal itu tentunya harus relevan dengan ketertiban umum, dimana suatu skala keadilan diakui.

Teori Keadilan, dimana Teori Keadilan yang tepat diterapkan dalam penulisan ini adalah Teori Keadilan Hukum dan keadilan masyarakat memiliki hubungan yang erat. Masalah keadilan merupakan

persoalan yang dijumpai disetiap masyarakat. Tugas utama, yakni mencapai keadilan dan kepastian bagi semua masyarakat. Teori Keadilan Distributif, yaitu keadilan yang diperoleh oleh anggota masyarakat yang dikemukakan oleh Aristoteles⁸¹ dan Teori Keadilan Roscoe Pound, yaitu keadilan sosiologis; keadilan yang didasarkan pada kebiasaan, budaya, pola perilaku dan hubungan antar manusia dalam masyarakat. Roscoe Pound melihat keadilan dalam hasil-hasil konkrit yang bisa diberikannya kepada masyarakat, dengan tujuan supaya *social engineering* semakin efektif⁸². Di Indonesia sendiri, keadilan sesuai dengan Pancasila sebagai dasar negara dan landasan yuridis konstitusional dipergunakan sebagai dasar mengatur penyelenggaraan pemerintahan negara. Secara objektif ilmiah, Pancasila adalah suatu paham filsafat, suatu *philosophical way of thinking* atau *philosophical system*. Di dalam Pancasila kata adil terdapat pada sila kedua dan sila kelima, yaitu Nilai Kemanusiaan yang adil dan keadilan sosial.

Terkait dengan perspektif keadilan pada keseimbangan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* pada Transaksi Jual Beli berdasarkan Asas Kepastian Hukum, maka Teori Keadilan yang sesuai adalah Teori Keadilan Distributif dari Aristoteles, dimana keadilan yang seimbang dalam perlindungan hukum tidak hanya diperuntukan bagi konsumen saja, tetapi juga terhadap pelaku usaha dan *marketplace*. Selain itu, Teori Keadilan Roscoe Pound, keadilan, yaitu keadilan sosiologis; keadilan yang didasarkan pada kebiasaan, budaya, pola perilaku dan hubungan antar manusia

⁸¹ Hyronimus Rhiti, *Filsafat Hukum Edisi Lengkap (Dari Klasik ke Postmodernisme)*, Cetakan Kelima (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya, 2015): 241.

⁸² Rahardjo, *op. cit.*, hlm. 174.

dalam masyarakat. Perlindungan hukum bagi konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* untuk melindungi masyarakat secara keseluruhan. Asas keadilan ini dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil. Hal ini dikarenakan hampir semua barang dapat menjadi objek perdagangan melalui internet.

Keadilan yang sesuai untuk diterapkan di Indonesia dalam konteks perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* dalam transaksi jual beli adalah keadilan yang berkeimbangan dan berkepastian hukum sesuai dengan Pancasila sebagai dasar negara dan yuridis konstitusional dipergunakan sebagai dasar mengatur penyelenggaraan pemerintahan negara. Secara objektif ilmiah, Pancasila adalah suatu paham filsafat, suatu *philosophical way of thinking* atau *philosophical system*. Di dalam Pancasila kata adil terdapat pada sila kedua dan sila kelima. Nilai kemanusiaan yang adil dan keadilan sosial.

1.2 Teori Kepastian Hukum

Dilihat dari Teori Kepastian Hukum, maka dapat melihat definisi kepastian hukum menurut Jan Michiel Otto mendefinisikan sebagai kemungkinan bahwa dalam situasi tertentu:

- 1) Tersedia aturan-aturan yang jelas (jernih), konsisten dan mudah diperoleh, diterbitkan oleh dan diakui karena (kekuasaan) negara.
- 2) Instansi-instansi penguasa (pemerintah) menerapkan aturan-aturan hukum tersebut secara konsisten dan juga tunduk dan taat kepadanya.
- 3) Warga secara prinsipil menyesuaikan perilaku mereka terhadap aturan-aturan tersebut.

- 4) Hakim-hakim (peradilan) yang mandiri dan tidak berpikir menerapkan aturan-aturan hukum tersebut secara konsisten sewaktu mereka menyelesaikan sengketa hukum.
- 5) Keputusan peradilan secara konkrit dilaksanakan.⁸³

Menurut L.J. Van Apeldoorn, kepastian hukum mempunyai 2 (dua) segi. Pertama, mengenai soal dapat dibentuknya (*bepaalbaarheid*) hukum dalam hal-hal yang konkret. Artinya pihak-pihak yang mencari keadilan ingin mengetahui hukum dalam hal yang khusus sebelum memulai perkara. Kedua, kepastian hukum berarti keamanan hukum. Artinya perlindungan bagi para pihak terhadap kesewenangan hakim.⁸⁴

Menurut Utrecht kepastian hukum mengandung 2 (dua) pengertian; pertama adanya aturan yang bersifat umum membuat individu mengetahui perbuatan apa yang boleh atau tidak boleh dilakukan dan kedua berupa keamanan hukum bagi individu dari kesewenangan pemerintah karena dengan adanya aturan yang bersifat umum itu individu dapat mengetahui apa saja yang boleh dibebankan atau dilakukan oleh negara terhadap individu. Sifat umum dari aturan-aturan hukum membuktikan bahwa hukum tidak bertujuan untuk mewujudkan keadilan atau kemanfaatan, melainkan semata-mata untuk kepastian hukum.

Sudikno Mertokusumo mendefinisikan kepastian hukum merupakan sebuah jaminan bahwa hukum tersebut harus dijalankan dengan cara yang baik. Kepastian hukum menghendaki adanya upaya pengaturan hukum dalam perundang-undangan yang dibuat oleh pihak yang berwenang dan berwibawa, sehingga aturan-aturan itu memiliki aspek yuridis yang dapat menjamin adanya kepastian bahwa hukum

⁸³ Soeroso, *Pengantar Ilmu Hukum* (Jakarta: PT. Sinar Grafika, 2011): 45.

⁸⁴ L.J. van Apeldoorn dalam Shidarta, *Moralitas Profesi Hukum Suatu Tawaran Kerangka Berfikir* (Bandung: PT Revika Aditama, 2006): 79-80.

berfungsi sebagai suatu peraturan yang harus ditaati.⁸⁵ Demi terwujudnya kepastian hukum dalam mewujudkan keamanan bertransaksi melalui internet. Dimana internet merupakan media yang paling efektif saat ini.⁸⁶ Hal ini tentunya dalam rangka keamanan dalam bertransaksi jual beli melalui *platform marketplace* dan secara yuridis terkait pula dengan jaminan kepastian hukum dalam rangka terwujudnya keadilan dalam bertransaksi di masyarakat.

Terkait Asas Kepastian Hukum, penyelesaian sengketa melalui *Online Dispute Resolution (ODR)* dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* tidak memiliki kepastian hukum berdasarkan hukum nasional Indonesia, yakni KUHPerdata dan Hukum Acara Perdata, KUHP dan KUHP, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 atas Perubahan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik serta Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, maka semua peraturan ini hanya mengakui penyelesaian sengketa melalui pilihan hukum didasarkan pada Asas Hukum Perdata Internasional (HPI), forum arbitrase dan alternatif penyelesaian sengketa dan forum pengadilan.⁸⁷

Dengan demikian menurut penulis Asas Kepastian Hukum dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* adalah lebih kepada ketersediaan aturan yang jelas dan konsisten diberlakukan dan ditaati, adanya jaminan bahwa hukum tersebut harus dijalankan dengan cara yang baik. Kepastian hukum menghendaki adanya

⁸⁵ Zainal Asikin, *Pengantar Tata Hukum Indonesia* (Jakarta: Rajawali Press, 2012): 30.

⁸⁶ Yapiter Marp, *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen atas Keabsahan Kontrak Elektronik dalam Transaksi E-Commerce* (Tasikmalaya: PT Zona Media Mandiri, 2010): 85.

⁸⁷ Trisya Benazir Dewinagara, "Kepastian Hukum Penyelesaian Sengketa Melalui Online Dispute Resolution (ODR) dalam Transaksi Electronic Commerce (E-Commerce) Berdasarkan Hukum Nasional Indonesia," *Jurnal Lex Suprema Fakultas Hukum Universitas Balikpapan* 2, no. 1 (2020): 1.

upaya pengaturan hukum dalam perundang-undangan yang dibuat oleh pihak yang berwenang dan berwibawa, sehingga aturan-aturan itu memiliki aspek yuridis yang dapat menjamin adanya kepastian bahwa hukum berfungsi sebagai suatu peraturan yang harus ditaati. Aparat penegak hukum dan Instansi-instansi penguasa (pemerintah) menerapkan aturan-aturan hukum tersebut secara konsisten dan juga tunduk dan taat kepadanya. Hakim-hakim (peradilan) menerapkan aturan-aturan hukum tersebut secara konsisten sewaktu mereka menyelesaikan sengketa hukum. Keputusan peradilan secara konkrit dilaksanakan. Kepastian hukum berarti keamanan hukum. Artinya perlindungan bagi para pihak terhadap kesewenangan hakim.

2. *Middle Theory*

2.1 Teori Risiko

Eddie Cade mendefinisikan risiko sebagai *exposure to uncertainty of outcome*.⁸⁸ Maksudnya adalah pada kata *outcome* tidak selalu berupa kerugian. Pada suatu kondisi yang dinanti ketika *outcome* menjadi keuntungan. Sedangkan George J. Benston yang mengemukakan pengertian risiko sebagai *The probability that any event, or set of event, might occur. It usually denotes a negative or undesired event-one that will cause a financial institution (hereafter generally called a bank) to fail rather than to be very successful*.⁸⁹ Maksudnya adalah kemungkinan tercapainya suatu keberhasilan namun peluang gagalnya jauh lebih besar. Menurut Ari Kristin Prasetyoningrum, risiko memiliki karakteristik sebagai berikut:⁹⁰

⁸⁸ Robert Tampubulon, *Risk Management: Qualitative Approach Applied to Commercial Banks* (Jakarta: Alex Media Komputindo, 2004): 24.

⁸⁹ *Ibid.*

⁹⁰ Ari Kristin Prasetyoningrum, *Risiko Bank Syariah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015): 37-39.

1. Merupakan ketidakpastian atas terjadinya suatu peristiwa.
2. Merupakan ketidakpastian yang bila terjadi akan menimbulkan kerugian.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), risiko adalah akibat yang kurang menyenangkan (merugikan, membahayakan) dari suatu perbuatan atau tindakan. Risiko selalu dihubungkan dengan kemungkinan terjadinya sesuatu yang merugikan yang tidak diduga / tidak diinginkan. Dalam bidang asuransi, risiko dapat diartikan sebagai suatu keadaan ketidakpastian, dimana jika terjadi suatu keadaan yang tidak dikehendaki dapat menimbulkan kerugian. Risiko dalam konteks perbankan menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 18/POJK.03/2016 Tanggal 16 Maret 2016 tentang Penerapan Manajemen Risiko Bagi Bank Umum mendefinisikan risiko sebagai suatu “potensi kerugian akibat terjadinya suatu peristiwa tertentu”.⁹¹

Dari penjelasan tersebut di atas dapat disimpulkan menurut penulis bahwa risiko dapat didefinisikan sebagai tingkat kemungkinan sebuah peristiwa atau kegiatan yang dilakukan akan menuai hasil atau peluang untuk mengalami keuntungan atau justru berdampak pada kerugian. Berbicara dalam konteks mitigasi risiko (*risk mitigation*), dimulai dari tahapan mengidentifikasi risiko terhadap eksposur risiko (potensi) risiko yang sering muncul atau terjadi. Selanjutnya dilakukan mitigasi. Dimana kata mitigasi risiko berarti lebih kepada pencegahan terhadap risiko selanjutnya dilakukan penyelesaian dan monitoring untuk perbaikan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), mitigasi adalah kata benda yang memiliki 2 (dua) makna tergantung konteks penggunaannya. Makna

⁹¹ Pasal 1 angka 2 Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 18/POJK/03/2016 Tanggal 16 Maret 2016 tentang Penerapan Manajemen Risiko Bagi Bank Umum. Lembaran Negara RI Tahun 2016 Nomor 53, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 5861. Sekretariat Negara. Jakarta.

pertama, mitigasi adalah upaya menjadikan berkurang kekasaran atau atau kesuburannya (tentang tanah dan sebagainya). Sedangkan makna kedua, mitigasi adalah tindakan mengurangi dampak bencana. Mitigasi adalah kata yang memiliki padanan kata dalam Bahasa Inggris, *mitigation*. Definisi *mitigation* dalam Bahasa Inggris, mitigasi adalah tindakan mengurangi keparahan, keseriusan, atau rasa sakit dari sesuatu. Menurut *Cambridge Dictionary*, mitigasi adalah tindakan mengurangi seberapa berbahaya, tidak menyenangkan, atau buruknya sesuatu. Sementara itu menurut Merriam-Webster, mitigasi adalah tindakan mengurangi sesuatu atau keadaan yang dikurangi: proses atau hasil membuat sesuatu yang kurang parah, berbahaya, menyakitkan, keras, atau merusak. Definisi mitigasi menurut Merriam-Webster, mitigasi adalah tindakan mengurangi sesuatu atau keadaan yang dikurangi: proses atau hasil membuat sesuatu yang kurang parah, berbahaya, menyakitkan, keras, atau merusak. Definisi mitigasi menurut Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana, mitigasi adalah serangkaian upaya untuk mengurangi risiko bencana, baik melalui pembangunan fisik maupun penyadaran dan peningkatan kemampuan menghadapi bencana.

Dari sejumlah definisi tersebut ada kesamaan komponen makna, yakni mengurangi sesuatu yang terkait dengan risiko, dampak, buruk, atau hal-hal yang tidak diinginkan. Dengan kata lain menurut pendapat penulis bisa dikatakan bahwa mitigasi adalah serangkaian upaya yang dilakukan untuk mengurangi risiko, dampak buruk atau hal lain yang tidak diinginkan, akibat dari suatu peristiwa, yang umumnya adalah bencana. Mitigasi adalah upaya yang bertujuan untuk menurunkan risiko dan dampak dari kerugian. Mitigasi adalah

hal penting yang perlu diketahui untuk setidaknya mengurangi dampak dari kerugian. Mitigasi adalah langkah yang memiliki sejumlah prosedur dan tahapan guna mengurangi risiko dan dampak dari kerugian.⁹²

Teori risiko dalam konteks perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* dalam transaksi jual beli menurut penulis bertujuan untuk memitigasi risiko hukum terhadap eksposur risiko hukum yang mungkin timbul dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace* di era digital sangatlah penting dan diperlukan dalam melindungi konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* dalam transaksi jual beli yang berdasarkan Asas Keadilan serta dilandaskan pada Prinsip Kejujuran dan Keterbukaan harus senantiasa menyertai supaya meminimalisir terjadinya permasalahan hukum dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

2.2 Teori Pengawasan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), maka yang dimaksudkan dengan pengawasan adalah berasal dari kata 'awas' yang berarti mengamati dan menjaga baik-baik. Definisi pengawasan menurut para ahli, diantaranya dikemukakan oleh Hendry Fanyol menyebutkan definisi dari pengawasan; yaitu *“Control consist in verifyying wether everything accur in comformity with the plan asopted, the instruction issued and principles established. It has for object to point out weaknesses and errors in to recttivy then and prevent recurrence.”* Dimana pengawasan merupakan realitas bahwa hakikat merupakan

⁹² Badan Penanggulangan Bencana Pemerintah Kabupaten Bogor, “Mitigasi Adalah Upaya Mengurangi Risiko, Berikut Langkah-Langkah dan Contohnya,” Diakses pada tanggal 6 Mei 2022 Pukul 12.05 WIB., <https://bpbd.bogorkab.go.id/mitigasi-adalah-upaya-mengurangi-risiko-berikut-langkah-langkah-dan-contohnya>.

suatu tindakan menilai (menguji) apakah sesuatu telah berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan. Melalui pengawasan tersebut akan dapat ditemukan kesalahan kesalahan yang akhirnya kesalahan-kesalahan tersebut akan dapat diperbaiki dan yang terpenting jangan sampai kesalahan tersebut terulang kembali.

Selain itu, definisi pengawasan dikemukakan juga oleh George R. Terry yang dikutip Muchsan yang mendefinisikan pengertian pengawasan sebagai berikut; *“Control is to determine what is accomplished evaluate it, and apply corrective measure, if needed to result in keeping with the plan.”* Dimana pengawasan merupakan suatu tindakan yang menitik beratkan pada tindakan evaluasi serta koreksi terhadap hasil yang dicapai, dengan maksud agar hasil tersebut sesuai dengan rencana. Dengan demikian tindakan pengawasan itu tidak dilakukan terhadap suatu proses kegiatan yang sedang berjalan, akan tetapi justru pada akhir suatu kegiatan setelah kegiatan tersebut menghasilkan sesuatu.

Pengertian pengawasan menurut Robert J. Mockler berpendapat bahwa pengawasan manajemen adalah suatu usaha sistematis untuk menetapkan standart pelaksanaan dengan tujuan-tujuan perencanaan, merancang sistem informasi, umpan balik, membandingkan kegiatan nyata dengan standard yang telah ditetapkan sebelumnya, menentukan dan mengukur penyimpangan-penyimpangan serta mengambil tindakan koreksi yang diperlukan untuk menjamin bahwa semua sumber daya perusahaan dipergunakan dengan cara efektif dan efisien dalam pencapaian tujuan-tujuan perusahaan.⁹³

⁹³Zamani, *Manajemen* (Jakarta: IPWI, 1998): 132.

Definisi pengawasan juga dikemukakan oleh Newman yang berpendapat bahwa; *“Control is assurance that the performance conform to plan.”* Ini berarti bahwa titik berat pengawasan adalah suatu usaha untuk menjamin agar pelaksanaan suatu tugas dapat sesuai dengan rencana. Karena itu, pengawasan merupakan suatu tindakan yang dilakukan selama proses suatu kegiatan sedang berjalan. Senada dengan pengertian tersebut kita dapat melihat definisi pengawasan yang disampaikan oleh Irham Fahmi mengatakan bahwa pengawasan secara umum dapat didefinisikan sebagai cara suatu organisasi mewujudkan kinerja yang efektif dan efisien, serta lebih jauh mendukung terwujudnya visi dan misi suatu organisasi.⁹⁴ Pengawasan ialah proses pemantauan, penelitian, dan pelaporan rencana atas pencapaian tujuan yang telah ditetapkan untuk tindakan korektif guna penyempurnaan lebih lanjut.⁹⁵ Menurut Yohannes Yahya mendefinisikan pengawasan dapat didefinisikan sebagai proses untuk menjamin bahwa tujuan-tujuan organisasi dan manajemen dapat tercapai. Ini berkenaan dengan cara-cara membuat kegiatan-kegiatan sesuai yang direncanakan. Pengertian ini menunjukkan adanya hubungan yang sangat erat antara perencanaan dan pengawasan.⁹⁶

Menurut S.P. Siagian yang menggambarkan pengawasan sebagai berikut suatu *“Proses pengamatan dari pada pelaksanaan seluruh kegiatan organisasi untuk menjamin agar pekerjaan yang sedang dilaksanakan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan.”*⁹⁷ Pendapat Siagian ini sama dengan Newman dimana pengawasan menitikberatkan pada tindakan pengawasan pada proses

⁹⁴ Irham Fahmi, *Manajemen Keuangan Perusahaan dan Pasar Modal* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2014): 84.

⁹⁵ Brantas, *Dasar-dasar Manajemen*, Alfabeta, (Bandung: Alfabeta, 2009): 195.

⁹⁶ Yohannes Yahya, *Pengantar Manajemen* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006): 133.

⁹⁷ Sondang P. Siagian, *loc. cit.*

yang sedang berjalan atau dilaksanakan. Pengawasan tidak dilaksanakan pada akhir suatu kegiatan, justru pengawasan dilaksanakan pada dalam menilai dan mewarnai hasil yang akan dicapai oleh kegiatan yang sedang dilaksanakan tersebut.

Berdasarkan definisi pengawasan yang dikemukakan oleh para ahli tersebut di atas, maka menurut penulis pengawasan adalah kegiatan untuk menilai suatu pelaksanaan tugas secara *de facto*. Sedangkan tujuan pengawasan hanyalah terbatas pada pencocokan apakah kegiatan yang dilaksanakan telah sesuai dengan tolak ukur yang telah ditentukan sebelumnya. Dari definisi tersebut juga diperoleh suatu konsep pemahaman bahwa perlu dilakukannya pemantauan dan pelaporan rencana atas pencapaian tujuan yang telah ditetapkan untuk tindakan korektif guna penyempurnaan lebih lanjut yang dititikberatkan pada proses yang sedang berjalan atau dilaksanakan. Suatu pengawasan yang dilakukan secara rutin ataupun berkala didalam organisasi perlu dilakukan pemantauan, Hal ini bukan dilakukakan untuk mencari kesalahannya tetapi untuk mendidik, membimbing dan mengarahkannya. Tanpa adanya pengawasan yang baik tentunya akan menghasilkan tujuan yang kurang memuaskan, baik bagi organisasi itu sendiri maupun bagi para pekerjanya. Pengawasan terhadap platform marketplace untuk memastikan bahwa penyelenggaraan perdagangan pada *platform marketplace* telah berjalan sesuai ketentuan yang berlaku. Pengawasan ini dilakukan baik oleh Pemerintah dalam hal ini Kementerian Perdagangan maupun Pemerintah Daerah, Kementerian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO) sebagai lembaga pemerintah Indonesia yang bertanggung jawab atas pengaturan dan pengawasan dalam bidang komunikasi dan informasi, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang bertugas melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen, sedangkan BPSK melakukan pengawasan hanya sebatas terhadap pencantuman klausula baku.

2.3 Teori Unifikasi dan Harmonisasi Hukum

Banyak pendapat ahli hukum yang mendefinisikan mengenai Teori Unifikasi dan Harmonisasi Hukum. Diantaranya, yaitu menurut Annisa, yang dimaksudkan dengan unifikasi hukum adalah mengacu pada upaya untuk menciptakan keseragaman dalam hukum yang berlaku bagi seluruh warga negara di suatu negara tertentu.⁹⁸ Istilah harmonisasi hukum ini muncul dalam kajian ilmu hukum pada tahun 1992 di Jerman. Kajian harmonisasi hukum ini dikembangkan dengan tujuan untuk menunjukkan bahwa dalam dunia hukum kebijakan pemerintah dan hubungan diantara keduanya terdapat keanekaragaman yang dapat mengakibatkan disharmoni.⁹⁹

Dalam hal cakupan harmonisasi hukum, L.M. Gandhi yang mengutip buku *tussen eenheid en verscheidenheid: Opstellen over harmonisatie instaat en bestuurecht* (1988) mengatakan bahwa harmonisasi dalam hukum adalah mencakup penyesuaian peraturan perundang-undangan, keputusan pemerintah, keputusan hakim, sistem hukum dan asas-asas hukum dengan tujuan peningkatan kesatuan hukum, kepastian hukum, keadilan (*justice, gerechtigheid*) dan kesebandingan (*equit, billijheid*), kegunaan dan kejelasan hukum, tanpa mengaburkan dan mengorbankan pluralisme hukum kalau memang dibutuhkan. Badan Pembinaan Hukum Nasional dalam buku yang disusun oleh Moh. Hasan Wargakusumah dan kawan-kawan menyatakan bahwa harmonisasi hukum adalah kegiatan ilmiah untuk menuju proses pengharmonisasian tertulis yang

⁹⁸ Annisa, "Pengertian Unifikasi Hukum, Tujuan, dan Unsur Hukumnya", Diakses pada tanggal 26 Agustus 2023 Pukul 08.35 WIB., <https://fahum.umsu.ac.id/>.

⁹⁹ Inche Sayuna (2016), "Harmonisasi dan Sinkronisasi Hukum Surat Kuasa Membebaskan Hak Tanggungan (SKMHT) Ditinjau Dari Otentisitas Akta Menurut Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2014 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2004 tentang Jabatan Notaris", (*Tesis, Program Studi Magister Kenotariatan Universitas Sebelas Maret Surakarta*): 16.

mengacu baik pada nilai-nilai filosofis, sosiologis, ekonomis maupun yuridis.¹⁰⁰

Dalam pelaksanaannya, kegiatan harmonisasi adalah pengkajian yang komprehensif terhadap suatu rancangan peraturan perundang-undangan, dengan tujuan untuk mengetahui apakah rancangan peraturan tersebut, dalam berbagai aspek, telah mencerminkan keselarasan atau kesesuaian dengan peraturan perundang-undangan nasional lain, dengan hukum tidak tertulis yang hidup dalam masyarakat, atau dengan konvensi-konvensi dan perjanjian-perjanjian internasional, baik bilateral maupun multilateral, yang telah diratifikasi oleh Pemerintah RI.¹⁰¹

Sedangkan harmonisasi hukum dianggap sebagai kegiatan ilmiah yang komprehensif, yang mencakup pengkajian terhadap rancangan peraturan perundang-undangan untuk mengetahui kesesuaiannya dengan peraturan perundang-undangan nasional lain, hukum tidak tertulis yang hidup dalam masyarakat, atau konvensi-konvensi dan perjanjian-perjanjian internasional yang telah diratifikasi oleh Pemerintah. Tujuan utama dari harmonisasi adalah untuk mencapai peraturan perundang-undangan yang sinkron, selaras, serasi, seimbang, terintegrasi, dan konsisten serta taat asas. Dalam praktiknya, harmonisasi dan sinkronisasi hukum dilakukan pada saat perancangan peraturan perundang-undangan dan juga terhadap produk hukum yang telah terbentuk karena dinamika hukum, seperti dibentuk atau diundangkannya suatu peraturan perundang-undangan baru yang menyebabkan beberapa produk hukum menjadi tidak harmonis atau tidak

¹⁰⁰ Suhartono (2011) "Harmonisasi Peraturan Perundang-Undangn Dalam Pelaksanaan Anggaran Belanja Negara (Solusi Penyerapan Anggaran Belanja Negara yang Efisien, Efektif dan Akuntabel)", (*Tesis, Universitas Indonesia Jakarta*): 94.

¹⁰¹ Moh. Hasan Wargakusumah dalam Novianti, *Analisis Terhadap Pembuatan Perjanjian Kerjasama Internasional (Studi di Provinsi Bali)* (Jakarta: P3DI Setjen DPR Republik Indonesia dan Azza Grafika, 2012): 105.

sinkron dengan peraturan perundang-undangan yang baru diundangkan.¹⁰²

Teori unifikasi dan harmonisasi hukum mencakup konsep-konsep yang bertujuan untuk menciptakan keselarasan dan konsistensi dalam sistem hukum, baik dalam konteks peraturan perundang-undangan yang sedang dibuat maupun yang telah berlaku. Proses ini melibatkan pengharmonisasian materi muatan rancangan undang-undang dengan berbagai prinsip dan hukum yang lebih tinggi atau yang setingkat, termasuk Pancasila, UUD 1945, dan peraturan perundang-undangan lainnya. Menurut Fitriani Ahlan Sjarif, harmonisasi ini dilakukan untuk memastikan bahwa peraturan baru tidak bertentangan dengan peraturan yang sudah ada, baik secara vertikal (peraturan yang lebih tinggi mengesampingkan peraturan yang lebih rendah) maupun secara horizontal (peraturan yang baru mengesampingkan peraturan yang lebih lama).¹⁰³

Secara keseluruhan, menurut peneliti Unifikasi hukum adalah penyatuan hukum yang berlaku secara nasional atau penyatuan pemberlakuan hukum secara nasional. Teori unifikasi dan harmonisasi hukum menekankan pentingnya keselarasan dan konsistensi dalam sistem hukum untuk memastikan bahwa hukum yang berlaku adil, efektif, dan mudah dipahami oleh masyarakat. Harmonisasi dalam Teori Hukum ini tidak hanya diartikan harmonisasi dalam penerapan/pelaksanaan aturan hukumnya saja, tetapi harmonisasi dari sisi produk hukum dan juga instansinya.

3. Applied Theory

3.1 Teori Perlindungan Hukum

Mengenai lebih lanjut mengenai Teori Perlindungan Hukum ini sebagai

¹⁰² BPK Sultra, “Harmonisasi dan Sinkronisasi Peraturan Perundang-Undangan,” Diakses pada tanggal 2 April 2018 Pukul 14.30 WIB., <https://sultra.bpk.go.id/>.

¹⁰³ Fitriani Ahlan Sjarif, “Memaknai Harmonisasi Peraturan Indonesia,” Diakses pada tanggal 6 Juni 2022 Pukul 17.20 WIB., <https://www.hukumonline.com/>.

Applied Range Theorynya, maka dapat dilihat beberapa pendapat para ahli diantaranya, yaitu Satjipto Raharjo mendefinisikan perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.

Menurut Philipus M. Hadjon berpendapat bahwa perlindungan hukum adalah perlindungan akan harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh subjek hukum berdasarkan ketentuan hukum untuk menghindari dari tindakan kesewenang-wenangan. C.S.T. Kansil sendiri mendefinisikan Perlindungan Hukum adalah berbagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun. Sedangkan Menurut Philipus M. Hadjon perlindungan hukum adalah sebagai kumpulan peraturan atau kaidah yang akan dapat melindungi suatu hal dari hal lainnya.

Selain itu menurut Muktie, A. Fadjar, mendefinisikan perlindungan hukum lebih kepada penyempitan arti dari perlindungan, dalam hal ini hanya perlindungan oleh hukum saja. Perlindungan yang diberikan oleh hukum, terkait pula dengan adanya hak dan kewajiban, dalam hal ini yang dimiliki oleh manusia sebagai subjek hukum dalam interaksinya dengan sesama manusia serta lingkungannya. Sebagai subjek hukum manusia memiliki hak dan kewajiban untuk melakukan suatu tindakan hukum.¹⁰⁴ Dalam menjalankan dan memberikan perlindungan hukum dibutuhkan suatu tempat atau wadah dalam pelaksanaannya

¹⁰⁴ Glosarium Tesis Hukum, "Pengertian Perlindungan Hukum Menurut Para Ahli," 2014.

yang sering disebut dengan sarana perlindungan hukum. Sarana perlindungan hukum dibagi menjadi 2 (dua) macam, yaitu sebagai berikut:¹⁰⁵

1. Sarana Perlindungan Hukum *Preventif*

Pada perlindungan hukum *preventif* ini, subjek hukum diberikan kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu pemerintah mendapat bentuk yang definitif. Tujuannya adalah mencegah terjadinya sengketa. Perlindungan hukum preventif sangat besar artinya bagi tindakan pemerintahan yang didasarkan pada kebebasan bertindak karena dengan adanya perlindungan hukum yang preventif pemerintah terdorong untuk lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan yang didasarkan pada diskresi.

Di Indonesia belum ada pengaturan khusus mengenai perlindungan hukum *preventif*. Namun, jika dilihat dari konteks mengkritisi UUPK lebih kepada bagaimana makna filosofis dari tahap perencanaan sampai dengan pembuatan produk perundang-undangan tersebut dapat memberikan perlindungan kepada konsumen, sehingga terwujud keadilan dan kepastian hukum bagi konsumen dan juga pelaku usaha. Namun, perlindungan hukum kepada *marketplace* dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* belum diakomodir pengaturannya.

2. Sarana Perlindungan Hukum *Represif*

Perlindungan hukum yang *represif* bertujuan untuk menyelesaikan sengketa. Penanganan perlindungan hukum oleh Pengadilan Umum dan Peradilan Administrasi di Indonesia termasuk kategori perlindungan hukum ini dan dapat dikaitkan dengan tujuan dari negara hukum. Dalam konteks perlindungan hukum terlihat dari aspek mendudukan hak-hak yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* pada saat terjadinya sengketa.

Dalam konteks perlindungan Hukum terhadap konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*, maka Teori Perlindungan Hukum menurut penulis lebih diartikan sebagai perlindungan dan pengakuan terhadap hak-hak para pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace* untuk menghindari dari tindakan kesewenang-wenangan.

¹⁰⁵ *Ibid.*

3.2 Teori Perjanjian

Istilah perjanjian berasal dari Bahasa Belanda yaitu *overeenkomst* dan dalam Bahasa Inggris dikenal dengan istilah *contract / agreement*. "Menurut Fuady banyak definisi tentang kontrak telah diberikan dan masing-masing bergantung kepada bagian-bagian mana dari kontrak tersebut yang dianggap sangat penting dan bagian tersebutlah yang ditonjolkan dalam definisi tersebut".¹⁰⁶ Selain itu Subekti juga memberikan definisi tersendiri mengenai perjanjian, menurut Subekti, perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seorang berjanji kepada orang lain atau dimana 2 (dua) orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal. Dari peristiwa tersebut timbulah suatu hubungan antara 2 (dua) orang tersebut yang disebut dengan perikatan.¹⁰⁷ Perjanjian dirumuskan dalam KUHPerdata yang menentukan bahwa : "Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih."¹⁰⁸ Perjanjian ini merupakan suatu peristiwa hukum, dimana seorang berjanji kepada orang lain atau 2 (dua) orang saling berjanji untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu.

Dilihat dari Teori Perjanjian, maka terdiri dari bermacam-macam teori, yaitu :¹⁰⁹

1. Teori berdasarkan prestasi kedua belah pihak
2. Teori berdasarkan Formasi Kontrak
3. Teori Dasar Klasik
4. Teori Holmes tentang Tanggung Jawab yang berkenaan dengan kontrak, serta
5. Teori Liberal tentang Kontrak.

¹⁰⁶ Munir Fuady, *Alternatif Penyelesaian Sengketa Bisnis*, Cetakan Pertama (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2000): 2.

¹⁰⁷ R. Subekti, *Hukum Perjanjian*, Jakarta: PT. Internusa, 1990: 1.

¹⁰⁸ Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata).

¹⁰⁹ Munir Fuady, *Hukum Kontrak (Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis)* (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 1999): 13.

Ad. a. Teori berdasarkan prestasi kedua belah pihak adalah dengan melihat prestasi dari para pihak yang terlibat dalam kontrak yang terdiri dari:

1. *Will Theory*;

Disebut juga dengan teori hasrat yang menekankan kepada pentingnya hasrat atau “*will*” atau “*intend*” dari pihak yang memberikan janji. Teori ini kurang mendapat tempat dikarenakan bersifat (sangat) subjektif. Dalam hal mana menurut teori ini yang terpenting dari suatu kontrak bukanlah apa yang dilakukan oleh para pihaknya, tetapi apa yang mereka inginkan belaka. Aspek pemenuhan dari kontraknya sendiri dianggap sebagai urusan belakangan, karena yang didahulukan adalah kehendaknya.

2. *Equivalent Theory*;

Teori ini sebagai urusan belakangan, karena yang didahulukan adalah mengajarkan bahwa suatu kontrak baru mengikat jika para pihaknya telah memberikan prestasi yang seimbang atau sama nilai (*equivalent*). Dalam prakteknya sekarang teori ini mulai ditinggalkan dikarenakan banyak kontrak dalam perkembangannya dan dikarenakan alasan apapun dilakukan dengan prestasi yang tidak seimbang antara para pihak.

3. *Bargaining Theory*;

Teori ini merupakan perkembangan dari teori sama nilai. Teori ini mengajarkan bahwa suatu kontrak hanya mengikat sejauh apa yang telah dinegosiasikan dan kemudian disetujui oleh para pihak.

4. *Injurious Reliance Theory*

Disebut dengan teori kepercayaan merugi, bahwa kontrak sudah dianggap ada jika dengan kontrak yang bersangkutan sudah menimbulkan kepercayaan bagi pihak terhadap siapa janji itu diberikan, sehingga pihak yang menerima janji tersebut karena kepercayaannya itu akan menimbulkan kerugian jika janji itu tidak terlaksana.

Ad. b. Teori berdasarkan Formasi Kontrak, terdiri dari:

1.2.1 Teori Kontrak *Defacto (implied in-fact)*;

merupakan formasi kontrak yang tidak pernah disebutkan dengan tegas namun ada dalam kenyataan serta secara prinsip diterima sebagai suatu kontrak.

1.2.2 Teori Kontrak *Ekspresif*;

merupakan suatu teori yang sangat kuat berlakunya, bahwa setiap kontrak yang dinyatakan dengan tegas (ekspresif) oleh para pihak, baik secara lisan maupun tertulis, sejauh memenuhi ketentuan dan syarat-syarat sahnyanya kontrak.

1.2.3 Teori *Promissory Estoppel*;

Disebut juga dengan “*Detrimental Reliance*” yang mengajarkan bahwa dianggap ada kesesuaian kehendak di antara para pihak jika pihak lawan telah melakukan sesuatu sebagai akibat dari tindakan-tindakan pihak lainnya yang dianggap merupakan tawaran untuk suatu ikatan kontrak.

1.2.4 Teori Kontrak *Quasi (implied in law)*;

Teori ini mengajarkan bahwa dalam hal-hal tertentu dan apabila dipenuhi syarat-syarat tertentu, maka hukum dapat menganggap bahwa adanya kontrak di antara para pihak dengan berbagai konsekuensinya. Sungguhpun dalam kenyataannya kontrak tersebut tidak pernah ada.

Ad. c. Teori Dasar Klasik;

Ad. d. Teori Holmes tentang Tanggung Jawab (*Legal Liability*);

Teori ini berkenaan dengan kontrak; Teori ini dihasilkan oleh sarjana hukum terkemuka dari Amerika yang bernama Holmes. Secara prinsipil, teori ini mengajarkan bahwa: Tujuan utama dari teori hukum adalah untuk menyesuaikan hal-hal eksternal ke dalam aturan hukum, dan kesalahan-kesalahan moral bukanlah unsure dari suatu kewajiban. Teori Holmes tentang kontrak mempunyai intisari bahwa: peranan moral tidak berlaku untuk kontrak; Kontrak merupakan suatu cara mengalokasi risiko, yaitu risiko wanprestasi; yang terpenting bagi suatu kontrak adalah standar tanggung jawab yang eksternal. Sedangkan maksud actual yang internal adalah tidak penting.

Ad. e. Teori Liberal tentang Kontrak;

Teori ini mengajarkan bahwa secara prinsipil setiap orang menginginkan keamanan, sehingga setiap orang harus menghormati orang lain. Begitu juga menghormati hartanya. Namun demikian, untuk melaksanakan hal ini perlu adanya komitmen di antara para pihak, sehingga secara moral, komitmen ini harus dilaksanakan.

Pada dasarnya, perjanjian jual beli *online* pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* menurut penulis sama dengan perjanjian jual beli pada umumnya, dimana dipersyaratkan terjadinya kesepakatan antara pihak penjual dan pembeli mengenai barang atau jasa yang diperdagangkan serta harga atas barang atau jasa tersebut. Pada transaksi jual beli melalui internet, bila para pihak terkait melakukan hubungan hukum melalui suatu bentuk perjanjian, menurut Pasal 1 butir 17 UU ITE disebut sebagai kontrak elektronik. Perjanjian dalam

kontrak jual beli melalui *platform marketplace* merupakan suatu perjanjian *take it or leave it*, sehingga jika konsumen setuju, maka ia akan menyetujui perjanjian tersebut, jika tidak maka konsumen tidak perlu melakukan persetujuan dan proses transaksi pun batal atau tidak terjadi.

Dalam permasalahan pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* tersebut, kedudukan pelaku usaha dan konsumen cenderung tidak seimbang, sehingga konsumen selalu berada dalam posisi yang lemah. Untuk itu, konsumen dalam hal ini yang disebut sebagai pembeli harus lebih memahami mengenai syarat sahnya perjanjian dan memahami tentang klausula baku yang diberlakukan oleh pelaku usaha demi menghindari kerugian yang disebabkan oleh tindak kelalaian yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Dimana menurut-UUPK, klausula baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen.

3.3 Teori Keseimbangan Hukum

Asas keseimbangan dapat dikategorikan ke dalam asas bersifat universal dikarenakan banyak ditemukan atau dipergunakan sekaligus pada beragam bidang hukum. Asas keseimbangan sebagai asas bersifat universal di dalam hukum, dapat dibuktikan dari adanya perbedaan nuansa manakala asas keseimbangan diterapkan pada bidang-bidang hukum yang berbeda. Terdapat titik berat pemaknaan menurut kepentingan atau kebutuhan yang berbeda. Asas hukum ada yang memiliki sifat universal, luas, atau umum dan ada yang memiliki sifat partikular, sempit, atau

khusus. Asas hukum universal dapat diberlakukan terhadap semua bidang hukum, sedangkan asas hukum partikular hanya dapat diberlakukan dan dikembangkan di dalam bidang-bidang hukum tertentu saja. Oleh karena itu terdapat asas yang dapat diketemukan atau diberlakukan terhadap semua bidang hukum, namun terdapat pula asas yang secara spesifik hanya diberlakukan terhadap bidang hukum tertentu saja. Adanya kenyataan asas yang berlaku spesifik tersebut terlihat dari adanya asas hukum perdata, asas hukum pidana, atau asas hukum administrasi negara.

Asas Keseimbangan dalam Hukum Perdata, lebih menitik beratkan pemikiran pada persoalan penyelarasan diantara pranata-pranata hukum keperdataan. Penyelarasan perlu dilakukan antara pola pikir individual yang mendasari penerbitan norma Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan pola pikir komunal dalam hukum perdata adat. Muncul tuntutan agar terdapat ketegasan kriteria berkaitan dengan kualifikasi prestasi yang harus diimbangi dengan kontraprestasi dalam bentuk konkret dan kontan. Berdasarkan asas keseimbangan dapat dimunculkan kriteria atau norma kontrak dengan kualifikasi bahwa semua kontrak dilakukan secara terbuka.

Dengan demikian asas keseimbangan mendapat daya dukung dari asas keterbukaan agar dapat dikatakan sebagai berkeadilan.¹¹⁰ Sesuai dengan UUPK, maka mendefinisikan “asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam

¹¹⁰ Ilhami Bisri, *Sistem Hukum Indonesia: Prinsip-Prinsip dan Implementasi Hukum di Indonesia*, Cetakan Ke-2 (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014: 124-134.

arti materiil ataupun spiritual".¹¹¹

Asas Keseimbangan dalam Hukum Administrasi Negara, lebih menitik beratkan pemikiran pada persoalan antara ganjaran hukuman dan kelalaian pegawai. Muncul tuntutan agar terdapat ketegasan kriteria berkaitan dengan kualifikasi kesalahan sejalan dengan kepastian hukum. Berdasarkan asas keseimbangan dapat dimunculkan kriteria atau norma berupa pelanggaran disiplin pegawai dengan kualifikasi ringan, sedang, atau berat. Dengan demikian asas keseimbangan mendapat daya dukung dari asas kepastian hukum agar dapat dikatakan sebagai berkeadilan.¹¹²

Asas keseimbangan dikaitkan terhadap salah satu mentalitas hukum adat yaitu komunal. Diskursus tentang makna komunal mengandung makna bahwa didalamnya terdapat unsur asas kewajaran, kebersamaan, asas persaudaraan, asas keserasian, asas harmonisasi, dan asas perlindungan yang keseluruhannya diarahkan guna menjaga dan jaminan terselenggaranya hak dan kewajiban secara wajar dan patut dalam tatanan komunal. Pengikatan diri pada suatu kontrak misalnya, maka hak dan kewajiban yang muncul harus dipahami dalam konteks dari semangat komunal. Oleh karena itu proses pemahaman terhadap asas keseimbangan sebagai asas universal, tetap berada di dalam batas-batas pilihan asas partikular yang urgen, relevan, patut, dan wajar dalam mendukung kepentingan komunal.

Menurut Mackenzie yang dimaksudkan Teori Keseimbangan adalah keseimbangan antara syarat-syarat yang ditentukan oleh undang-undang dan kepentingan pihak-pihak yang tersangkut atau berkaitan dengan perkara.¹¹³

¹¹¹ Penjelasan Pasal 2 butir (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

¹¹² H.R. Ridwan, *Hukum Administrasi Negara*, (Jakarta): Rajawali Pers, 2016: 246-247.

¹¹³ Ahmad Rifai, *Penemuan Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2010: 102.

Selanjutnya menurut teori Hegel, mensyaratkan adanya suatu keseimbangan antara kejahatan yang dilakukan dengan pidana yang harus dijatuhkan. Seimbang disini tidak berarti harus sejenis melainkan cukup apabila pidana yang dijatuhkan mempunyai nilai yang sama dengan kejahatan yang telah dilakukan oleh pelakunya.¹¹⁴

Herlien Budiono dalam bukunya *Asas Keseimbangan Bagi Hukum Perjanjian Indonesia*, mencoba memberikan gambaran sebagai berikut : “Sebagaimana dimaknai dalam bahasa sehari-hari, kata seimbang (*evenwicht*) menunjuk pada pengertian suatu keadaan pembagian beban di kedua sisi berada dalam keadaan seimbang. Di dalam konteks ini, keseimbangan dimengerti sebagai keadaan hening atau keselarasan karena dari berbagai gaya yang bekerja tidak satu pun mendominasi yang lainnya, atau karena tidak satu elemen menguasai lainnya. Gagasan keseimbangan mendorong semangat keseimbangan (*evenwichtsgeest*) di dalam hukum adat, suatu pengakuan akan kesetaraan kedudukan individu dengan komunitas dalam kehidupan bersama. Keseimbangan batin, dalam karakter atau jiwa, merujuk pada pemahaman tidak adanya gejolak kejiwaan lagi, dan telah tercapai persesuaian atau keselarasan antara keinginan dan kemampuan memenuhinya atau antara dorongan emosi dan kehendak.”¹¹⁵

Dengan demikian menurut Herlien Budiono bahwa asas keseimbangan pada satu sisi dibatasi oleh kehendak, yang dimunculkan oleh pertimbangan atau keadaan yang menguntungkan. Sedangkan pada sisi lain asas keseimbangan dibatasi oleh keyakinan terhadap pengejawantahan dari hasil yang dikehendaki. Berkaitan dengan

¹¹⁴ Lamintang dan Theo Lamintang, *Hukum Penitensier Indonesia*, Edisi Kedua (Jakarta: Sinar Grafika, 2012: 13.

¹¹⁵ Herlien Budiono, *op. cit*, hlm. 305.

kehendak dan keyakinan dalam suatu janji misalnya, harus dialami sebagai sesuatu yang layak dan nalar. Oleh karena itu apabila terjadi sebaliknya, yaitu kondisi yang tidak layak dan tidak nalar, berarti telah terjadi ketidakseimbangan karena tidak sesuai dengan bayangan yang diharapkan. Janji para pihak hanya akan dianggap mengikat sepanjang adanya keseimbangan hubungan antara kepentingan perseorangan dan kepentingan umum, atau adanya keseimbangan antara kedua belah pihak sebagaimana diharapkan. Keseimbangan merupakan tuntutan etis dalam melakukan perjanjian.¹¹⁶

Asas keseimbangan pada dasarnya dikonstruksikan sebagai suatu pemikiran yang memiliki nilai atau tujuan baik, yang mengarah pada terselenggaranya aktivitas secara wajar dan patut, sehingga pada akhirnya tercapai tujuan keadilan. Untuk itu proses pemahaman terhadap asas keseimbangan berkaitan erat dengan makna keterpaduan, keserasian, kesepadanan, persamaan, kesetimbangan dalam hak dan kewajiban secara proporsional. Apabila asas Keseimbangan dikaitkan dengan Asas Kepastian Hukum, maka titik temunya adalah pada aspek persamaan, di mana asas kepastian hukum diantaranya mengedepankan perlakuan sama pemberlakuan perundang-undangan atau hukum positif terhadap semua anggota masyarakat. Makna yang muncul dengan dipenuhinya asas keseimbangan akan dapat memberikan jaminan ketegasan kaidah dan sanksi penegakan hukum terhadap masyarakat. Dengan terciptanya norma, sanksi, dan penegakan hukum yang tegas di dalam masyarakat, berarti asas keseimbangan menjadikan adanya kepastian hukum bagi masyarakat. Norma hukum yang dibuat dan ditegakkan berdasarkan asas keseimbangan, mengandung makna bahwa keberadaan hukum yang bersangkutan telah sesuai dengan nilai kepastian di dalam masyarakat.

¹¹⁶ *Ibid.*, hlm. 304-307.

Teori Keseimbangan Hukum dalam memitigasi perlindungan hukum yang seimbang pada perdagangan transaksi jual beli pada *platform marketplace* pada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berdasarkan asas kepastian hukum berfokus pada penciptaan keseimbangan antara perlindungan hukum yang diberikan kepada ketiga pihak tersebut dalam kegiatan bisnis yang sehat. Pengertian keseimbangan ini selaras dengan tujuan hukum menurut Purnadi Purbacaraka dan Soerjono Soekanto, yaitu diantaranya keseimbangan dalam perlindungan hak-hak antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* yang bertujuan untuk menciptakan keseimbangan keadilan dan ketertiban dalam masyarakat. Ini melibatkan adanya pengaturan keseimbangan antara hak dan kewajiban serta penyelesaian konflik.¹¹⁷

Dalam konteks transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, keseimbangan hukum ini berarti bahwa perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace* harus seimbang dan tidak mengganggu keseimbangan antara ketiga pihak tersebut. Dalam teori ini, perlindungan hukum bagi konsumen meliputi hak-hak yang diberikan kepada mereka untuk memperoleh informasi yang jelas dan akurat tentang produk atau jasa yang mereka beli, serta hak mereka untuk memperoleh ganti rugi jika produk atau jasa yang mereka beli tidak sesuai dengan spesifikasi yang diberikan. Perlindungan hukum bagi pelaku usaha meliputi hak-hak yang diberikan kepada mereka untuk beroperasi secara sah dan untuk memperoleh keuntungan dari bisnis mereka, serta hak mereka untuk memperoleh perlindungan hukum jika mereka mengalami kerugian karena tindakan yang tidak sah dari pihak lain. Sementara itu, perlindungan hukum bagi *marketplace* meliputi hak-hak

¹¹⁷ Sejarah dan Sosial, "Tujuan Hukum Menurut Purnadi Purbacaraka dan Sorjono Soekanto," Diakses pada tanggal 26 Februari 2024 Pukul 22.46 WIB., <https://kumparan.com/>.

yang diberikan kepada mereka untuk beroperasi sebagai *platform* perlindungan hukum jika mereka mengalami kerugian karena tindakan yang tidak sah dari pihak lain. Sementara itu, perlindungan hukum bagi *marketplace* meliputi hak-hak yang diberikan kepada mereka untuk beroperasi sebagai *platform* yang aman dan terpercaya untuk transaksi bisnis, serta hak mereka untuk memperoleh perlindungan hukum jika mereka mengalami kerugian karena tindakan yang tidak sah dari pihak lain. Sementara itu, perlindungan hukum bagi *marketplace* meliputi hak-hak yang diberikan kepada mereka untuk beroperasi sebagai *platform* yang aman dan terpercaya untuk transaksi bisnis, serta hak mereka untuk memperoleh perlindungan hukum jika mereka mengalami kerugian karena tindakan yang tidak sah dari pihak lain.

Dalam praktek, teori keseimbangan hukum ini dapat diterapkan melalui berbagai cara, seperti dengan memberikan edukasi kepada konsumen tentang hak-hak mereka dan kewajiban mereka dalam transaksi bisnis, serta dengan memberikan perlindungan hukum yang seimbang kepada pelaku usaha dan *marketplace*. Dengan demikian, teori keseimbangan hukum dapat membantu menciptakan lingkungan bisnis yang sehat dan adil, di mana semua pihak dapat beroperasi dengan aman dan seimbang.

Teori keseimbangan hukum dalam *platform marketplace* dilihat sebagai suatu cara untuk mencapai kepastian hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace*. Keseimbangan ini berarti bahwa perlindungan hukum yang diberikan kepada ketiga pihak tersebut harus seimbang dan tidak mengganggu keseimbangan antara ketiga pihak tersebut. Bahwa kehadiran *platform marketplace* juga memberikan manfaat bagi masyarakat secara umum, bukan hanya bagi pihak penjual, namun juga bagi pembeli.

Kepastian hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace* sangat penting untuk memastikan bahwa transaksi bisnis yang dilakukan melalui *platform marketplace* dapat berjalan dengan aman dan seimbang. Teori keseimbangan hukum dalam *platform marketplace* dilihat sebagai suatu cara untuk memastikan bahwa perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace* seimbang dan tidak mengganggu keseimbangan antara ketiga pihak tersebut. Berfokus pada penciptaan kesetimbangan antara perlindungan hukum yang diberikan kepada ketiga pihak tersebut dalam kegiatan bisnis yang sehat. Teori keseimbangan hukum ini sangat penting untuk memastikan bahwa transaksi bisnis yang dilakukan melalui *platform marketplace* dapat berjalan dengan aman dan seimbang. Dalam sintesis, Teori keseimbangan hukum dalam memitigasi perlindungan hukum yang seimbang pada transaksi jual beli pada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berdasarkan asas kepastian hukum berarti mencapai suatu kesetimbangan antara perlindungan hukum yang diberikan kepada ketiga pihak tersebut dalam kegiatan bisnis yang sehat. Keseimbangan ini berarti bahwa perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace* harus seimbang dan tidak mengganggu keseimbangan antara ketiga pihak tersebut.

Berdasarkan asas keseimbangan berarti telah terjadinya keadaan kesepadanan yang diharapkan oleh para pihak dalam mengikatkan suatu perbuatan hukum, yang didasarkan atas kehendak dan keyakinan secara wajar dan layak dengan memperhatikan nilai etik, sosial dan hukum yang berlaku di masyarakat.

Dari uraian tersebut di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa asas keseimbangan sangat penting di dalam semua bidang hukum, karena dengan asas keseimbangan ini nilai-nilai keseimbangan antara hak dan kewajiban dapat diwujudkan secara nyata

dalam bentuk norma-norma baik hukum maupun non hukum. Teori keseimbangan dalam perlindungan hukum pada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berfokus pada penciptaan kesetimbangan antara perlindungan hukum yang diberikan kepada ketiga pihak tersebut dalam kegiatan bisnis yang sehat. Dalam konteks ini, keseimbangan berarti bahwa perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace* harus seimbang dan tidak mengganggu keseimbangan antara ketiga pihak tersebut.

3.4 Teori Ganti Rugi

Sesuai dengan Teori ganti rugi dalam *platform marketplace*, kita mengenal adanya Teori *Caveat Emptor* dan Teori *Caveat Venditor*.

Teori *Caveat Emptor* ini berkembang luas pada zaman kekaisaran Romawi Kuno. Hingga tahun 1600 teori *Caveat Emptor* dianut oleh sistem hukum Inggris dan Amerika Serikat (*Common Law*). Selama periode itu konsumen tidak dapat berbuat banyak terhadap pembelian barang-barang cacat (*defective goods*) yang dijual produsen atau pelaku usaha.¹¹⁸ Pada catatan sejarah abad itu, Summa Theological yang ditulis filsuf Thommas Aquinas (1226-1274) membicarakan pentingnya tanggung jawab pelaku usaha.¹¹⁹ David G. Owen mengakui, bahwa apa yang disebut Aquinas sebagai *mercantile obligation selaras* dengan prinsip tanggung jawab penjual yang tercantum dalam peraturan-peraturan (*digest*) yang diterbitkan oleh Kaisar Justinianus (David G. Owen, 2007:2-8).¹²⁰

Hasil studi Inosentius Samsul mengatakan bahwa pada masa kekaisaran

¹¹⁸ Curtis R. Reitz, *Consumer Product Warranties Under Federal and State Laws*, (Pennsylvania American: University of Pennsylvania Law School, 1987), p. 3.

¹¹⁹ David G. Owen, *The Evolution of Product Liability Law, Review of Litigation Symposium*, (Texas American: University of Texas School of Law Publications Inc, 2007): 2-8.

¹²⁰ *Ibid.*

Justinianus itu penjual mulai bertanggung jawab atas beberapa bentuk kerugian yang timbul akibat kesalahannya, karena tidak melakukan upaya preventif terhadap suatu peristiwa yang merugikan, sehingga tanggung jawab pelaku usaha terus dikembangkan dengan standar yang cukup keras, ketika ditetapkan 3 (tiga) perilaku produsen yang dikategorikan sebagai kejahatan, yaitu kelalaian dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, tidak mengungkap cacat tersembunyi dari suatu barang yang dijual dan menjual produk yang tidak memenuhi standar sesuai yang diperjanjikan (Inosentius Samsul, 2004:49).¹²¹ Sesuai dengan Pasal 1246 KUHPerdara, maka unsur-unsur ganti kerugian terdiri dari biaya, ganti rugi dan bunga yang terdiri atas kerugian yang telah dideritanya dan keuntungan yang sediannya dapat diperolehnya.

Istilah *Caveat Emptor* berasal dari bahasa Latin yang berarti pembeli harus berwaspada. Jika pembeli tidak berhati-hati dalam pembeliannya, ia akan bertanggung jawab sendiri dan memikul seluruh risiko atas pembelian yang tidak menguntungkannya. Suatu usaha yang berlangsung lama untuk melindungi hak-hak konsumen mulai terlihat dalam abad ke-13. Sejak tahun 1810 pengadilan-pengadilan di Inggris mulai menekankan bahwa *Caveat Emptor* sudah tidak dapat diterapkan lagi. Mereka yakin sebenarnya *maxim et the buyer beware* (waspada sebelum membeli) penuh dengan kemungkinan-kemungkinan ketidakadilan. *Maxim* ini menempatkan pelaku usaha dalam posisi yang sulit disentuh hukum. Pengaruh tekanan itu dapat dilihat dari implementasi teori baru yang menekankan bahwa pelaku usaha harus menjamin kualitas barang yang mereka jual.

Putusan pengadilan-pengadilan di Inggris akhirnya berhasil mendorong

¹²¹ Inosentius Samsul, *Perlindungan Konsumen: Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak* (Jakarta: Program Pascasarjana Universitas Indonesia, 2004): 49.

pembentukan peraturan hukum yang mengatur tanggung jawab pelaku usaha terhadap barang-barang cacat yang mereka jual. Karena itu setiap barang yang diperjual-belikan harus sesuai dengan apa yang diperjanjikan dan dapat dipergunakan sesuai dengan kegunaannya. Pelaku usaha juga harus dapat mempertanggung jawabkan barang-barang yang menderita cacat tersembunyi yang jelas merugikan konsumen. Perluasan tanggung jawab hukum ini telah mendorong turunnya skala kerugian aktual yang dialami konsumen.

Satu faktor terpenting yang mendukung penggunaan Teori *Caveat Emptor* adalah kebutuhan memproteksi produk Industri industri baru. Inggris dan Amerika Serikat, mengadopsi Teori *Caveat Emptor* untuk mendorong pertumbuhan kapital industri-industri baru. Adalah kenyataan, bahwa pada tahun 1804 Chancellor Kent dari Pengadilan New York memutuskan *Caveat Emptor* juga harus diterapkan dalam kasus-kasus cacat tersembunyi atas barang-barang yang diproduksi oleh industri-industri tersebut. Sejak itu, fungsi produsen dan retailer dipisahkan, sehingga konsumen hanya memiliki hubungan kontrak dengan retailer. Dengan adanya konstruksi hukum kontraktual yang demikian, ini berarti bahwa produsen relatif steril dari potensi gugatan hukum.¹²² Hingga taraf yang terus meningkat, banyak pihak yang semakin sadar bahwa implementasi Teori *Caveat Emptor* sangat merugikan konsumen. Karena itu di akhir abad 19 pengadilan-pengadilan di 30 Amerika Serikat mulai menerapkan Teori *Caveat Venditor* (berwaspadalah penjual). Dalam teori ini penjual bertanggung jawab penuh jika barang yang dijual merugikan konsumen. Akibatnya penjual harus dapat menjamin kualitas (*warranty of quality*) barang yang mereka jual. Perkembangan yang terjadi di abad 19 ini sangat mempengaruhi implementasi progresif hak-hak substantif konsumen.

¹²² Owen., *loc. cit.*

Kerangka teori yang digunakan dalam penelitian Disertasi ini kemudian dituangkan dalam bentuk Bagan sebagai berikut :

Bagan 3 Kerangka Teori

Grand Theory

1. Teori Keadilan

Teori Keadilan Distributif dari Aristoteles, yaitu keadilan yang diperoleh oleh anggota masyarakat dan Teori Keadilan Roscou Pound, yaitu keadilan sosiologis. Keadilan yang didasarkan pada kebiasaan, budaya, pola perilaku dan hubungan antar manusia dalam masyarakat, yaitu keadilan Pancasila sebagai dasar Negara dan landasan yuridis konstitusional keadilan yang membentuk perlindungan hukum yang seimbang bagi konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*.

2. Teori Kepastian Hukum

Menurut L.J. Van Apeldoorn dan Utrecht, kepastian hukum lebih kepada keamanan Hakim. Artinya perlindungan bagi para pihak terhadap kesewenang-wenangan Hakim dan pemerintah. Sudikno Mertokusumo mengartikan kepastian hukum sebagai suatu jaminan hukum harus dijalankan dengan caranya yang baik dalam rangka mewujudkan keamanan bertransaksi melalui internet.

Middle Theory

1. Teori Risiko

Menurut Ari Kristin Prasetyaningrum, risiko memiliki karakteristik maupun ketidakpastian atas terjadinya suatu peristiwa dan ketidakpastian yang apabila terjadi akan menimbulkan kerugian.

2. Teori Pengawasan

Menurut Irham Fahmi mengatakan bahwa pengawasan secara umum dapat didefinisikan sebagai cara suatu organisasi mewujudkan kinerja yang efektif dan efisien, serta lebih jauh mendukung terwujudnya visi dan misi suatu organisasi.

3. Teori Unifikasi dan Harmonisasi Hukum

Menurut Annisa adalah upaya untuk menciptakan keseragaman dalam hukum yang berlaku bagi seluruh warga negara di suatu negara tertentu.

Applied Theory

1. Teori Perlindungan Hukum

Menurut C.S.T. Kansil, perlindungan hukum adalah upaya yang diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan ancaman pihak manapun juga. Philipus M. Hadjon mendefinisikan perlindungan hukum adalah sebagai kumpulan daripada peraturan atau kaidah yang akan dapat melindungi suatu hal atau hal-hal lainnya.

2. Teori Perjanjian

Menurut *Bargaining Theory* suatu kontrak hanya mengikat terhadap apa yang telah dinegosiasikan dan disetujui oleh para pihak. Menurut Teori Hukum tentang Tanggung Jawab (*Legal Liability*), kontrak merupakan suatu cara mengalokasikan risiko wanprestasi.

3. Teori Keseimbangan Hukum

Menurut Mackenzie dan UUPK, keseimbangan antara syarat-syarat yang ditentukan oleh undang-undang dengan kepentingan para pihak, yaitu konsumen, pelaku usaha, pemerintah dan *marketplace* dalam arti materiil maupun spiritual.

4. Teori Ganti Rugi

Teori Ganti Rugi terdiri dari Teori *caveat Emptor* dan Teori *Caveat Venditor*. Istilah *Caveat Emptor* berasal dari bahasa Latin yang berarti pembeli harus berwaspada. Jika pembeli tidak berhati-hati dalam pembeliannya, ia akan bertanggung jawab sendiri dan memikul seluruh risiko atas pembelian yang tidak menguntungkannya. Teori *Caveat Venditor* (berwaspadalah penjual). Dalam teori ini penjual bertanggung jawab penuh jika barang yang dijual merugikan konsumen. Akibatnya penjual harus dapat menjamin kualitas (*warranty of quality*) barang yang mereka jual. Unsur ganti kerugian Pasal 1246 KUHPerdara, yaitu biaya, ganti rugi dan bunga yang terdiri atas kerugian yang telah dideritanya dan keuntungan yang sedianya dapat diperolehnya.

**Kerangka
Teori**

F. Definisi Konseptual

1. **Mitigasi Risiko** adalah meliputi tahapan identifikasi risiko terhadap eksposur risiko atau potensi risiko kerugian yang paling sering terjadi dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Pengalaman berbelanja *online* ditemukan untuk mempengaruhi persepsi risiko.¹²³ Selanjutnya setelah diidentifikasi dilakukan upaya meminimalisir potensi risiko.
2. **Transaksi**, adalah hanya melakukan jual beli barang dan/atau jasa dengan tujuan pengalihan hak atas barang dan/atau jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi. **E-Commerce** atau transaksi jual beli secara *online* atau perdagangan elektronik (*electronic commerce*) adalah aktivitas perdagangan (pembelian, penjualan, pemasaran) barang dan jasa melalui sistem elektronik/*online* dengan menggunakan jaringan elektronik, seperti internet, televisi, world wide web (www) dan aplikasi pada smartpone, dimana transaksi pembayarannya melalui transfer uang secara digital. *Elektronic commerce* atau yang umum dikenal sebagai *e-commerce* merupakan pembelian dan penjualan produk atau jasa melalui sistem elektronik seperti internet dan jaringan komputer lainnya. Istilah ini dapat mencakup seluruh proses proses *online*, seperti penjualan, pengiriman, pelayanan, pemasaran serta pembayaran.¹²⁴
3. **Perlindungan Hukum Konsumen**, UUPK mendefinisikan perlindungan konsumen adalah “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk

¹²³ Yudi Herdiana, “Manajemen Risiko Keamanan E-Commerce,” *Tematik - Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Bale Bandung* 5, no. 1 (2018): 17, <https://doi.org/https://doi.org/10.38204/tematik.v5i1.145>.

¹²⁴ Shidarta, *loc. cit.*

memberikan perlindungan kepada konsumen”.¹²⁵ Definisi konsumen di sini tidak hanya diartikan konsumen dalam konteks harfiah selaku pihak pembeli tetapi juga dapat diartikan dalam konteks luas, yaitu meliputi pelaku usaha dan *marketplace*. Kaidah hukum perlindungan konsumen pada *platform marketplace* sebagai seperangkat aturan yang memiliki sanksi tegas. Aturan ini mengatur interaksi atau hubungan antar individu, baik secara langsung maupun tidak langsung. Tujuannya adalah untuk menciptakan kedamaian, ketenteraman, dan ketertiban dalam kehidupan bersama masyarakat.¹²⁶ Adapun manfaat kaidah hukum, yaitu:¹²⁷

1. Memastikan adanya pedoman yang jelas untuk menjaga keadilan.
2. Mencegah konflik dan menciptakan stabilitas dalam masyarakat.
3. Melindungi hak-hak individu dari pelanggaran.
4. Memungkinkan penegakan hukum dan sistem peradilan.
5. Membantu dalam menghindari ketidakpastian dalam interaksi sosial.
6. Mendukung bisnis dan investasi dengan memberikan kepastian hukum.

4. **Keseimbangan Hukum,** Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata keseimbangan mengandung makna : (a) “Keadaan seimbang, sama berat atau sama kuat, setimpal, sebanding; (b) keadaan yang terjadi apabila semua gaya dan kecenderungan yang ada tepat diimbangi atau dinetralkan oleh gaya dan kecenderungan yang sama, tetapi berlawanan.”

¹²⁵ Pasal 1 Butir 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

¹²⁶ Annisa, “Kaidah Hukum: Pengertian, Isi, Bentuk dan Contohnya,” Diakses pada tanggal 27 September 2023 Pukul 08.35 WIB., <https://fahum.umsu.ac.id/>.

¹²⁷ *Ibid.*

Bagan 4 Definisi Konseptual

Mitigasi Risiko

Tahapan identifikasi risiko terhadap eksposur risiko atau potensi risiko kerugian yang paling sering terjadi dalam transaksi jual beli melalui *platform* perdagangan *online* (*marketplace*). Pengalaman berbelanja *online* ditemukan untuk mempengaruhi persepsi risiko. Selanjutnya setelah diidentifikasi dilakukan upaya meminimalisir potensi risiko yang mungkin timbul melalui serangkaian upaya pencegahan baik melalui upaya *penal* maupun non *penal*.

Transaksi *E-Commerce*

Transaksi *E-Commerce* (perdagangan elektronik atau *electronic commerce*) merupakan pembelian dan penjualan produk atau juga jasa melalui sistem elektronik, seperti penjualan, pengiriman, pelayanan, pemasaran serta pembayaran secara elektronik dengan karakteristik :

1. Adanya penawaran melalui internet
2. Transaksi antara 2 (dua) belah pihak (apabila terjadi sepakat)
3. Adanya pertukaran barang, jasa atau informasi
4. Internet merupakan media utama dalam proses transaksi.

**Definisi
Konseptual**

Perlindungan Hukum

UUPK mendefinisikan perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.¹²⁸ Definisi konsumen di sini tidak hanya diartikan konsumen dalam konteks harfiah selaku pihak pembeli tetapi juga dapat diartikan dalam konteks luas, yaitu meliputi pelaku usaha dan *marketplace*.

Keseimbangan Hukum

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata keseimbangan mengandung makna : (a) “Keadaan seimbang, sama berat atau sama kuat, setimpal, sebanding; (b) keadaan yang terjadi apabila semua gaya dan kecenderungan yang ada tepat diimbangi atau dinetralkan oleh gaya dan kecenderungan yang sama, tetapi berlawanan.”

¹²⁸ *Ibid.*

G. Metode Penelitian

Penelitian Hukum adalah suatu penelitian yang mempunyai objek hukum, baik hukum sebagai suatu ilmu atau aturan yang sifat dogmatisnya maupun hukum yang berkaitan dengan perilaku dan kehidupan masyarakat. Penelitian hukum pada dasarnya merupakan suatu kegiatan ilmiah yang didasarkan pada metode, sistematika dan pemikiran tertentu, yang bertujuan untuk mempelajari satu atau beberapa gejala hukum tertentu dengan jalan menganalisisnya, kecuali itu, maka juga diadakan pemeriksaan yang mendalam terhadap fakta hukum tersebut untuk kemudian mengusahakan suatu pemecahan atas permasalahan-permasalahan yang timbul di dalam gejala bersangkutan. Metode ilmiah atau metode penelitian hukum amat sangat mutlak diperlukan mengingat hukum bukan lagi bagian dari fenomena sosial, tetapi hukum sudah menjadi ilmu, yakni ilmu hukum.¹³⁰ Sesuai judul penelitian Disertasi ini, adalah: “Mitigasi Risiko Transaksi Jual Beli Dalam Hubungannya dengan Perlindungan Hukum yang Seimbang antara Konsumen, Pelaku Usaha dan *Marketplace* Berdasarkan Asas Kepastian Hukum”, dalam metode penelitian ini, Variabel Independen adalah variabel pemberi efek atau pengaruh, yaitu Perlindungan Hukum yang seimbang berdasarkan Asas Kepastian Hukum, sedangkan Variabel Dependen adalah variabel respons atau variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen, yaitu mitigasi risiko transaksi jual beli.

1. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian normatif. Menurut Irwansyah yang dimaksudkan dengan metode penelitian normatif, yaitu jenis penelitian perpustakaan ini

¹³⁰ Jonaedi Efendi dan Johnny Ibrahim, *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Cetakan Pertama (Jakarta: Kencana, 2018): 16-17.

Dikarenakan merupakan penelitian yang mengkaji studi dokumen. Penelitian normatif dipahami sebagai penelitian untuk menguji suatu norma atau ketentuan yang berlaku. Penelitian normatif juga dapat dikatakan sebagai penelitian yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder. nakan penelitian ini fokus pada bahan pustaka, maka penelitian ini sering juga disebut sebagai penelitian doktriner atau penelitian perpustakaan..¹³¹ Sebagian ahli hukum berpendapat bahwa penelitian hukum Normatif adalah satu-satunya jenis atau kategori penelitian yang dikenal dalam ilmu hukum. Meskipun dalam perkembangannya, penelitian hukum lalu diperkuat dan dilengkapi dengan penelitian hukum empirik atau penelitian hukum sosiologis data empirik.¹³²

Berdasarkan hasil penerapan (pelaksanaan atau implementasi) hukum dapat dipahami, apakah ketentuan peraturan perundang-undangan atau kontrak telah dilaksanakan sebagaimana patutnya atau tidak. Hal ini dapat diketahui dari hasil penerapan hukum. Apabila hasil yang telah ditentukan telah dicapai, berarti ketentuan (norma) itu sudah dilaksanakan sebagaimana patutnya (mestinya). Apabila hasilnya tidak tercapai atau walaupun tercapai tidak sebagaimana patutnya, berarti ketentuan (norma) itu tidak dilaksanakan sebagaimana layaknya. Dengan kata lain, ketentuan normatif tidak sesuai dengan pelaksanaannya.

Dengan sifatnya yang khas, pengkajian hukum (*rechtbeoefening*) tipe penelitian ini beranjak dari telaah hukum positif yang kajiannya meliputi 3 (tiga) lapisan hukum. Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Philipus M. Hadjon mengenai pendekatan dari segi teori hukum yang membagi ilmu hukum atas 3 (tiga)

¹³¹ Irwansyah, *Penelitian Hukum Pilihan Metode & Praktik Penulisan Artikel*, Edited by Ahsan Yunus, Cetakan 4 (Yogyakarta: Mirra Buana Media, 2021): 42.

¹³² *Ibid.*

lapisan utama, yakni dogmatik hukum, teori hukum (dalam arti sempit) dan filsafat hukum. Ketiga lapisan tersebut dalam penelitian dalam praktik hukum membawa konsekuensi berbeda karena masing-masing memiliki karakter yang khas dan dengan sendirinya memiliki metode yang khas juga.¹³³ Pada lapisan teori hukum, membicarakan refleksi terhadap teknik hukum, tentang cara seorang ahli hukum berbicara hukum dan melihat hukum dari perspektif yuridis ke dalam bahasa non yuridis dan tentang alasan pembenaran terhadap hukum yang ada. Teori hukum itu sendiri memiliki 2 (dua) sisi yang berbeda, sisi kontemplatif dan sisi empiris. Pada satu sisi, teori hukum mengandung filsafat ilmu dari ilmu hukum, pada sisi lainnya, teori hukum adalah ajaran metode untuk praktik hukum, didalamnya ia mengarahkan perhatiannya pada pembentukan hukum (perundang-undangan) dan penemuan hukum (ajaran interpretasi).¹³⁴ Dalam hubungan ini, Posner menegaskan sebagai berikut:¹³⁵

“Legal Theory is concerned with the practical problem of law, but it approaches them from the outside, using the tools of other discipline. It does not consider the internal perspective of the legal professional adequate to the solution even of the practical problem of law”.

Medan kajian ilmiah (pokok telaah) teori hukum adalah : analisis hukum, di sini adalah menganalisis pengertian hukum, asas hukum, kaidah hukum, sistem hukum dan berbagai konsep yuridik, seperti konsep yuridik tentang subjek hukum, objek hukum, perjanjian, perikatan, jual beli, prestasi, wanprestasi, perbuatan melanggar hukum, delik dan sebagainya. Adapun metodologi hukum adalah meliputi epistemologi hukum, metode penelitian dalam ilmu hukum dan teori hukum, metode pembentukan hukum, metode penerapan hukum, metode penemuan hukum,

¹³³ Philipus M. Hadjon, *Pengkajian Ilmu Hukum, Pelatihan Metode Penelitian Hukum Normatif* (Surabaya: Pusat Penelitian Pengembangan Hukum, Lembaga Penelitian Universitas Airlangga, 1997): 6-7.

¹³⁴ Jonaedi Efendi, dan Johnny Ibrahim, *loc. cit.*

¹³⁵ Posner, *loc. cit.*

teori argumentasi hukum (penalaran hukum), dan ilmu perundang-undangan. Dalam teori hukum, kritik ideologikal terhadap hukum adalah menganalisis kaidah hukum untuk mengungkapkan kepentingan ideologi yang melatarbelakanginya.¹³⁶

Jadi, metode penelitian normatif merupakan suatu pemahaman hukum dalam arti norma (aturan) dan pelaksanaan aturan hukum dalam perilaku nyata sebagai akibat keberlakuan norma hukum. Penelitian hukum normatif (penelitian doktriner / perpustakaan adalah “penelitian hukum mengenai dengan cara meneliti bahan pustaka. Dalam penelitian hukum normatif mengkaji mengenai hukum normatif (peraturan perundang-undangan), atau kontrak yang berlaku. Dimana penelitian Disertasi ini menggunakan metode penelitian hukum normatif.

2. Pendekatan Penelitian

Permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan normatif atau pendekatan yuridis. Pendekatan ini pada prinsipnya memandang hukum sebagai sistem norma atau sistem kaidah. Pada penelitian Normatif ini, data primer berupa data wawancara bersifat melengkapi data normatif. Menurut Achmad Ali, pendekatan jurisprudential atau kajian normatif hukum ini memfokuskan kajiannya dengan memandang hukum sebagai suatu sistem yang utuh yang mencakup seperangkat asas hukum, norma-norma hukum dan aturan-aturan hukum (tertulis maupun tidak tertulis).¹³⁷

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah (eksperimen), dimana

¹³⁶ Bernard Arief Sidharta, *Hukum dan Logika* (Bandung: Alumni, 2002): 1-17.

¹³⁷ Achmad Ali, *Menguak Takbir Hukum: Suatu Kajian Filosofi dan Sosiologis* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002): 7.

peneliti sebagai instrumen, teknik pengumpulan data dan dianalisis yang bersifat kualitatif lebih menekankan pada makna. Metodologi penelitian kualitatif bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan fenomena atau objek penelitian melalui aktivitas sosial, sikap dan persepsi orang secara individu atau kelompok.¹³⁸ Penelitian kualitatif bersifat deskriptif, yaitu data yang terkumpul berbentuk kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka, walaupun ada angka hanyalah sebagai penguat data bukan menjadi fokus utama analisa data.¹³⁹

Agar permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini dapat dikaji dari berbagai aspek hukum, maka dibutuhkan beberapa pendekatan penelitian, antara lain yaitu:¹⁴⁰

a. Pendekatan Sejarah (*Historical Approach*)

Penelitian sejarah hukum yaitu berusaha untuk mengadakan identifikasi terhadap tahap-tahap perkembangan-perkembangan hukum yang dapat dipersempit ruang lingkungannya menjadi sejarah perundang-undangan yang penting adalah kegiatan ilmiah untuk mencoba menyusun pentahapan perkembangan hukum atau perkembangan perundang-undangan untuk mengetahui undang-undang yang mati/tidak digunakan lagi.

b. Pendekatan Perundang-undangan (*Statute Approach*)

Pendekatan perundang-undangan dipakai untuk memperoleh analisis peraturan yang mengatur mengenai sejauhmana pengaturan terhadap perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* dalam peraturan perundang-undangan dan efektifitas keberlakuannya, terutama Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pendekatan ini dilakukan guna menelaah semua peraturan perundang-undangan yang memiliki hubungan dengan isu hukum yang sedang ditangani.

¹³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* (Bandung: Afabeta, 2021): 14.

¹³⁹ Mukhammad Saekan, *Metode Penelitian Kualitatif* (Kudus: Nora Media Enterprise, 2010): 67.

¹⁴⁰ Irwansyah, *op. cit.*, hlm. 133-163.

c. Pendekatan Konseptual (*Conceptual Approach*)

Pendekatan konseptual dipakai guna memahami pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang ada keterkaitannya dengan judul Disertasi yang mengatur mengenai “*Mitigasi Risiko pada Transaksi E-Commerce Dalam Konteks Perlindungan Hukum yang Seimbang antara Konsumen, Pelaku Usaha dan Marketplace Berdasarkan Asas Kepastian Hukum*”.

d. Pendekatan Kasus (*Case Approach*)

Pendekatan kasus dalam penelitian ini memiliki tujuan utama untuk mempelajari sejauh mana penerapan norma-norma hukum yang berlaku dalam menyelesaikan atau menjawab isu hukum yang ada, dari satu dapat diketahui kekurangan dari peraturan hukum tersebut. Kasus-kasus yang berdampak tidak hanya merugikan konsumen, tetapi juga pelaku usaha dan bahkan *marketplace* itu sendiri dalam transaksi jual beli bagaimana penerapan aturan terhadap penyelesaian kasus-kasus tersebut.

e. Pendekatan Perbandingan Sistem Hukum / Komparatif (*System Comparative Approach*)

Pendekatan ini Tujuan metode pendekatan perbandingan hukum adalah mampu menghasilkan rekomendasi atas suatu masalah normatif. Model pengujian kualitatif pada penelitian hukum normatif sangat memungkinkan peneliti menggunakan pendekatan perbandingan hukum (komparatif) guna menjawab rumusan permasalahan hukum yang menjadi fokus penelitian. Metode perbandingan hukum pada umumnya dipergunakan oleh peneliti untuk melengkapi pembahasan dan menyusun kesimpulan. pendekatan perbandingan hukum (komparatif) tidak saja cukup dengan memaparkan data secara deskriptif. Tetapi perlu dipahami oleh peneliti bahwa dalam perspektif ilmu perbandingan hukum adalah membandingkan hukum di negara yang berbeda sebagai sebuah sistem (hukum dipandang sebagai sebuah sistem), sehingga paparan deskriptif saja tidaklah cukup tetapi harus mampu menggali latar belakang implementasi dan lahirnya hukum pada negara yang menjadi objek penelitian. Pendekatan komparatif pada penelitian ini bertujuan untuk membandingkan aspek perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* pada beberapa negara, yaitu Belanda, Jepang, Amerika Serikat, Singapura dan Singapura.¹⁴¹

Dengan demikian pendekatan penelitian hukum merupakan rencana dan prosedur penelitian yang terdiri dari langkah-langkah berdasarkan asumsi luas sebagai dasar menentukan metode dalam pengumpulan data, analisis atau interpretasi data.

¹⁴¹ Rio Christiawan, “Pendekatan Komparatif dalam Penelitian Normatif,” Diakses pada tanggal 20 Juli 2023 Pukul 15.20 WIB., <https://doi.org/https://doi.org/10.38204/tematik.v5i1.145>.

3. Arah Penelitian

Arah pengkajian ilmu hukum disesuaikan dengan permasalahan yang dijabarkan dari tema pokok permasalahan pada tiap-tiap lapisan ilmu hukum. Penjabaran ketiga lapisan ilmu hukum ini akan meliputi: (1) untuk kajian dogmatik hukum dilakukan dengan metode normatif dan sifat keilmuan normatif serta eksplanasi teknis yuridis; (2) untuk kajian teori hukum dengan metode normatif eksplanasi analitis dan (3) untuk kajian filsafat hukum dengan tanpa metode tertentu dan dengan sifat keilmuannya yang spekulatif dilakukan eksplanasi reflektif.¹⁴²

Untuk menjawab permasalahan disertasi ini digunakan metode pendekatan dengan langkah awal penelitian yang beranjak dari identifikasi, disistematisasikan dan disinkronisasikan seluruh ketentuan-ketentuan hukum positif. Dari tataran teknis ini kemudian dianalisis dengan mendasarkan pada teori aturan hukum ataupun konsep hukum aturan hukum. Selanjutnya pada lapisan filsafat hukum akan dikaji 2 (dua) hal, yakni: pertama, mengkaji prinsip hukum dan asas hukum apa saja yang meliputi aturan hukum; kedua, mengkaji sistem hukum aturan hukum yang dapat memenuhi prinsip atau nilai keadilan.

4. Jenis dan Sumber Bahan Hukum Penelitian

Penelitian ini menggunakan berbagai bahan hukum yang berasal dari penelitian kepustakaan. Bahan-bahan hukum kepustakaan tersebut meliputi bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier, yang secara lebih detail diuraikan berikut ini:

¹⁴² J.J.H. Bruggink, *Rechts Reflectief (Refleksi Tentang Hukum: Pengertian-Pengertian Dasar dalam Teori Hukum)*: 168-186.

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan bahan-bahan hukum yang mengikat, yang terdiri dari:

1. Norma dasar, yaitu Pancasila;
2. Peraturan Dasar, yaitu Undang-Undang Dasar Negara RI Tahun 1945 (UUD 1945) (Lembaran Negara RI, Nomor 75, 1959);
3. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2023 tentang Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (Lembaran Negara RI Tahun 2023 Nomor I dan Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6842);
4. Kitab Undang-Undang Hukum Acara Pidana (KUHAP) Tanggal 31 Desember 1981;
5. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH-Perdata);
6. Kitab Undang-Undang Hukum Acara Perdata (KUHAPerdata);
7. Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2001 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2004 tentang Yayasan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 115 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4430);
8. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821);

9. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 33 dan Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3817);
10. Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi (Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 154 dan Tambahan Lembaran Negara RI No. 3881);
11. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 (Lembaran Negara RI Tahun 2008 Nomor 58 dan Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 4843) sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) (Lembaran Negara RI Tahun 2024 Nomor 1 dan Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6905);
12. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2019 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan (Lembaran Negara RI Tahun 2011 Nomor 82) sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2019 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan (Lembaran Negara RI Tahun 2019 Nomor 183 dan Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6398);
13. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (Lembaran Negara RI Tahun 2014 Nomor 45 dan Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 5512);
14. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (Lembaran Negara RI Tahun 2014 Nomor 45 dan Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 5512);

15. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (Lembaran Negara RI Tahun 2014 Nomor 266 Tambahan Lembaran RI Nomor 5599);
16. Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2014 tentang Perpajakan (Lembaran Negara RI Tahun 2014 Nomor 292 dan Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 5601);
17. Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2021 tentang Pengesahan *ASEAN Agreement on Electronic Commerce* (Persetujuan ASEAN tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik) (Lembaran Negara RI Tahun 2021 Nomor 234 dan Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6728);
18. Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (Lembaran Negara RI Tahun 2022 Nomor 196 dan Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6820);
19. Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan (Lembaran Negara RI Tahun 2023 Nomor 4 dan Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6845);
20. Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan Pengawasan dan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara RI Tahun 2001 Nomor 103 dan Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 4126);
21. Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara RI Tahun 2012 Nomor 189 dan Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 5348);
22. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik (Berita Negara RI Tahun 2016 Nomor 1829);

23. Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik (Lembaran Negara RI Tahun 2018 Nomor 90, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6215);
24. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2019 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional (Lembaran Negara RI Tahun 2019 Nomor 12 dan Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6306);
25. Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara RI Tahun 2019 Nomor 185 dan Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6400);
26. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara RI Tahun 2021 Nomor 234 dan Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6728);
27. Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan (Lembaran Negara RI Tahun 2021 Nomor 39 dan Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6641);
28. Keputusan Presiden Nomor 90 Tahun 2001 tentang Pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) (Lembaran Negara RI Tahun 2001 Nomor 105);
29. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 73/M-Dag/Per/9/2015 Tahun 2015 tentang Kewajiban Pencantuman Label dalam Bahasa Indonesia pada Barang;
30. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Berita Negara RI Tahun 2020 Nomor 498);

31. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2018 tentang Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam Transaksi Melalui Sistem Elektronik (Berita Negara RI Tahun 2018 Nomor 563);
32. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 72 Tahun 2020 tentang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (Berita Negara RI Tahun 2020 Nomor 1039);
33. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi dan Sistem Elektronik (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 1829);
34. Permendag nomor 73/M-Dag/Per/9/2015 Tanggal 28 September 2015 tentang Pencantuman Label Dalam Bahasa Indonesia pada Barang;
35. Peraturan Mahkamah Agung RI Nomor 02 Tahun 2012 tentang Penyesuaian Batasan Tindak Pidana Ringan dan Jumlah Denda dalam KUHP;
36. Peraturan Mahkamah Agung RI Nomor 4 Tahun 2019 tentang Perubahan Atas Peraturan Mahkamah Agung Nomor 2 Tahun 2015 tentang Tata Cara Penyelesaian Gugatan Sederhana (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 942);
37. Keputusan Menteri Hukum dan Perundang-undangan RI Nomor M.03-PR.07.10 Tahun 2000 tentang Organisasi dan Tata Kerja Departemen Hukum dan Perundang-undangan Republik Indonesia;
38. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan 350/MPP/Kep/12/2001 tanggal 10 Desember 2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen;

39. Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2016 tentang Batasan dan Tanggung Jawab Penyedia *Platform* dan Pedagang (*Merchant*) Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*Electronic Commerce*) yang Berbentuk *User Generated Content*;
40. Surat Edaran Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Nomor 795/DJPDN/SE/12/2005 tentang Pedoman Pelayanan Pengaduan Konsumen;
41. Surat Edaran Dirjen Perdagangan Dalam Negeri Nomor 235/DJPDN/VII/2001 tentang Penanganan Pengaduan Konsumen yang ditujukan kepada Seluruh dinas Indag Prop/Kab/Kota;
42. Peraturan Bank Indonesia Nomor 14/2/PBI/2012 Tanggal 6 Januari 2012 tentang Perubahan atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/11/PBI/2009 (Lembaran Negara RI Tahun 2012 Nomor 11 DASP dan Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 5275) tentang Penyelenggaraan Kegiatan Alat Pembayaran Dengan Menggunakan Kartu;
43. Peraturan Bank Indonesia Nomor 14/23/PBI/2012 Tanggal 26 Desember 2012 tentang Transfer Dana Lembaran Negara RI Tahun 2012 Nomor 283 DASP dan Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 5381;
44. Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 Tanggal 8 November 2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran (Lembaran Negara RI No. 236, 2016);
45. Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 Tanggal 3 Mei 2018 tentang Perubahan atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*);

46. Peraturan Bank Indonesia Nomor 3 Tahun 2023 Tanggal 27 Juni 2023 tentang Perlindungan Konsumen Bank Indonesia (Lembaran Negara RI Nomor 13/BI, 2023 dan Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 38/BI, 2023);
47. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 18/POJK.03/2016 Tanggal 16 Maret 2016 tentang Penerapan Manajemen Risiko Bagi Bank Umum (Lembaran Negara RI Tahun 2016 Nomor 53 dan Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 5861);
48. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 61/POJK.07/2020 tentang Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa Sektor Jasa Keuangan (Lembaran Negara RI Tahun 2020 Nomor 290 dan Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6599);
49. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 4 Tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 7/OJK dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 32/OJK);
50. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 22 Tahun 2023 Tanggal 20 Desember 2023 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan (Lembaran Negara RI Tahun 2023 Nomor 40/OJK dan Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 62/OJK);
51. Resolusi Majelis Umum PBB Nomor 70/186 Tanggal 22 Desember 2015 tentang Panduan Perlindungan Konsumen;
52. *UNCITRAL Model Law On Electronic Commerce*;
53. *The United Nations Guidelines on Consumer Protection (UNGCP)*, Pedoman ini pertama kali diadopsi oleh Majelis Umum dalam Resolusi 39/248 tanggal 16 April 1985, kemudian diperluas oleh Dewan Ekonomi dan Sosial dalam Resolusi E-1999/INF/2/Add.2 tanggal 26 Juli 1999 dan direvisi oleh Majelis Umum. Majelis Umum dalam resolusi 70/186 tanggal 22 Desember 2015;
54. *Declaration on Global Electronic Commerce (CORDIS)*.

b. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier merupakan bahan-bahan hukum yang memberikan penjelasan tentang bahan hukum primer dan sekunder, seperti kamus, ensiklopedia, artikel hukum yang memiliki relevansi dengan isu hukum dalam penelitian ini. Data sekunder diperoleh dari data kepustakaan dan dokumen hukum.

5. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Dalam penelitian hukum normatif ada 2 (dua) macam, yaitu data primer dan data sekunder. Oleh karena itu, teknik pengumpulan data dalam penelitian hukum normatif, dapat digunakan secara terpisah maupun secara bersama-sama Teknik pengumpulan data tersebut meliputi, pengumpulan data sekunder (data kepustakaan) melalui penelitian kepustakaan (*library research*) dan dokumen hukum tertulis melalui studi kepustakaan dan studi dokumen. Studi kepustakaan meliputi : buku, jurnal, *proseding* seminar, makalah, kamus hukum dan ensiklopedia hukum. Terdapat studi dokumen yang meliputi; dokumen hukum peraturan perundang-undangan, literatur hukum atau bahan hukum tertulis lainnya. Di samping studi kepustakaan, juga terdapat studi dokumen yang meliputi; dokumen hukum peraturan perundang-undangan secara hirarkis atau berjenjang, yurisprudensi, perjanjian/kontrak dan dokumen lainnya. Pada pengumpulan data primer (data pada obyek penelitian dilakukan melalui studi lapangan (*field research*) melalui serangkaian teknik wawancara terstruktur dengan responden dan informan serta narasumber, daftar pertanyaan dan pengamatan (observasi) atau survei lapangan terhadap lokasi penelitian yang akan dilakukan.

Data empirik berupa data lapangan ini hanya bersifat sebagai data pendukung terhadap penelitian normatif.

Data primer merupakan data yang berasal dari data lapangan yang diperoleh dari responden dan informan, seperti masyarakat, subjek yang diteliti pada lembaga, atau kelompok masyarakat. Pelaku langsung yang dapat memberikan informasi kepada peneliti. Kemudian terhadap Data *primair* yang diperoleh dianalisis secara deskriptif analisis dan diolah secara kualitatif dan kuantitatif. Selanjutnya data yang telah dianalisis dilakukan evaluasi. Hal ini bertujuan untuk menghasilkan hukum yang dicita-citakan dalam pergaulan hidup negara, tetapi belum dibentuk menjadi Undang-Undang atau ketentuan lain (*Ius Consituendum*).

6. Teknik Pengolahan Bahan Hukum

Pengolahan normatif dilakukan setelah data primer dan data sekunder (bahan hukum) dikumpulkan, tahap selanjutnya adalah melakukan pengolahan data, yaitu mengolah data sedemikian rupa, sehingga data dan bahan hukum tersebut diolah secara runtut, sistematis, sehingga akan memudahkan peneliti melakukan analisis. Data yang telah terkumpul melalui kegiatan pengumpulan data belum memberikan makna apapun bagi tujuan penelitian. Oleh karena itu, setelah pengumpulan data, peneliti kemudian melakukan pengolahan data. Pengolahan data dalam penelitian hukum normatif umumnya dilakukan melalui tahap-tahap sebagai berikut:

- a. Pemeriksaan data;
- b. Penandaan data;

- c. Klasifikasi, melakukan klasifikasi terhadap data dan bahan hukum yang telah terkumpul ke dalam permasalahan yang diteliti;
- c. Penyusunan/sistematisasi data;
- d. Validasi data;
- f. Analisis data.

7. Metode Analisa Bahan Hukum

Analisis data dalam penelitian hukum normatif dilakukan secara Kualitatif (analisis data kualitatif), komprehensif, dan lengkap, sehingga menghasilkan hasil penelitian hukum normatif yang lebih sempurna. Analisis data yakni melakukan kajian atau telaahan terhadap hasil pengolahan data dengan menggunakan teori-teori yang telah dipilih sebelumnya dalam kerangka teori/studi pustaka. Analisis data, yaitu menguraikan data dalam bentuk rumusan norma, angka-angka, sehingga mudah dibaca dan diberi arti bila data itu kuantitatif dan menguraikan data dalam bentuk kalimat yang baik dan benar, sehingga mudah dibaca dan diberi arti (diinterpretasikan) apabila data itu kualitatif. Analisis bahan-bahan hukum yang sudah dikumpulkan dilakukan dengan cara analisis dan penafsiran atau interpretasi hukum, yang terdiri dari:

a. Penafsiran Gramatikal

Penafsiran gramatikal adalah suatu cara penafsiran undang-undang menurut arti kata-kata (istilah) yang terdapat pada undang-undang. Penafsiran gramatikal juga dapat diartikan suatu penafsiran hukum yang didasarkan

pada maksud pengertian perkataan-perkataan yang tersusun dalam ketentuan suatu peraturan hukum, dengan catatan bahwa pengertian yang dimaksud adalah perkataan yang lazim bagi umum yang dipakai sebagai jawabannya.

b. Penafsiran Historis

Penafsiran historis merupakan penafsiran makna undang menurut sejarah terjadinya undang-undang tersebut. Interpretasi sejarah hukum adalah penentuan makna dari formulasi sebuah kaidah hukum dengan mencari pertautan pada penulis-penulis atau secara umum pada konteks kemasyarakatan di masa lampau.

c. Penafsiran Sistemik

Penafsiran Sistemik adalah penafsiran ketentuan perundang-undangan dengan menghubungkan dengan peraturan-peraturan hukum atau undang-undang lain atau dengan keseluruhan sistem hukum. Pada saat melakukan interpretasi tidak hanya mengacu pada pasal yang akan ditafsirkan, tetapi juga melihat pasal-pasal lainnya dalam undang-undang yang sama atau undang-undang yang lain, bahkan sistem hukum secara keseluruhan sebagai suatu kesatuan.

d. Penafsiran Otentik

Penafsiran ini dibuat oleh pembuat undang-undang itu sendiri atau institusi yang ditentukan oleh peraturan perundang-undangan dan tidak boleh dari pihak yang lain.

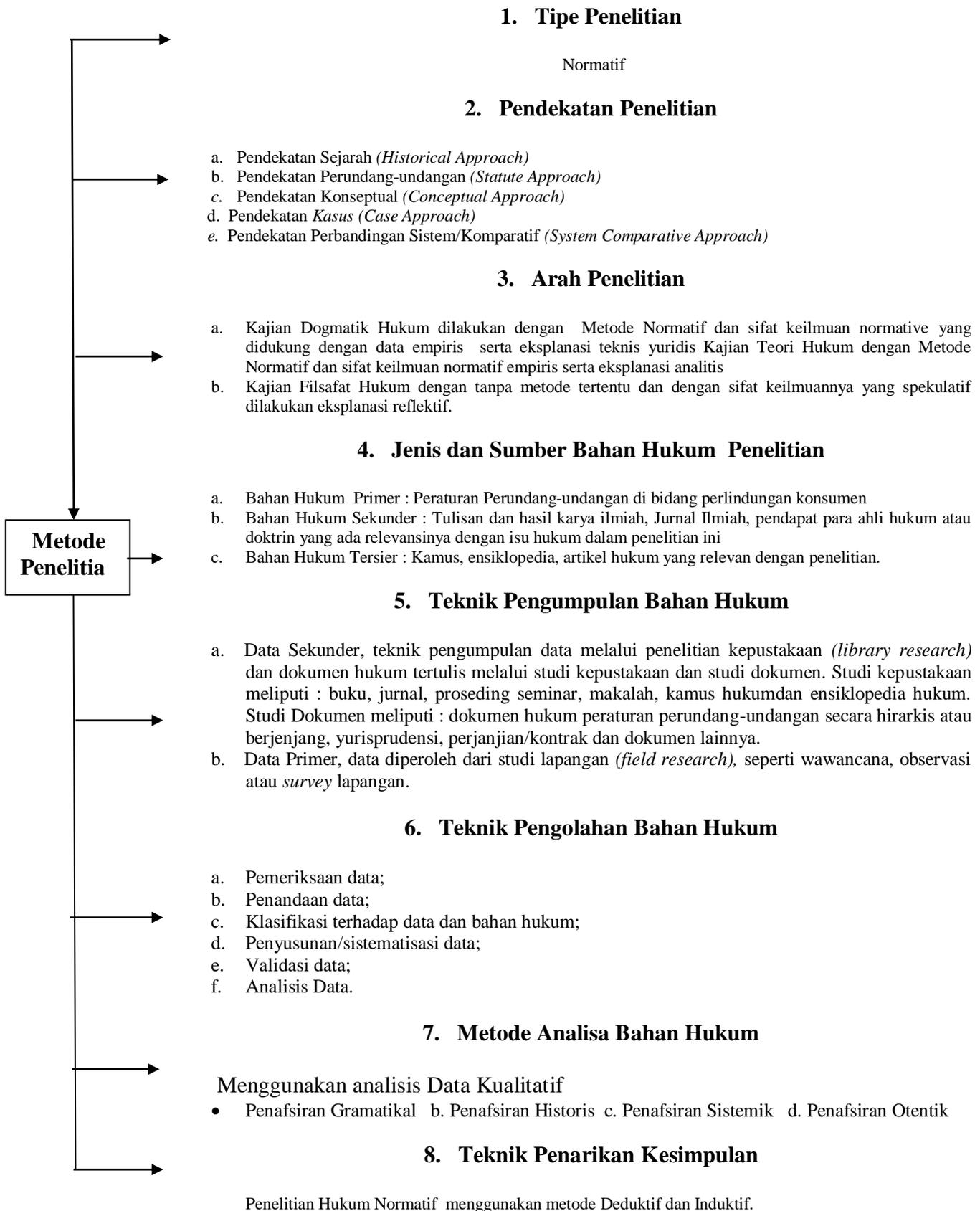
8. Teknik Penarikan Kesimpulan

Setelah seluruh bahan hukum dan data yang telah dikumpulkan kemudian dipilih atau dipilah dan diolah selanjutnya ditelaah dan dianalisis sesuai dengan isu hukum yang dihadapi, untuk kemudian menarik suatu kesimpulan. Penarikan

kesimpulan terhadap isu hukum dalam penelitian ini menggunakan 2 (dua) metode penarikan kesimpulan, yakni logika berpikir deduktif dan induktif. Untuk penelitian hukum normatif dengan penarikan kesimpulan dengan menggunakan metode deduktif, yaitu cara berpikir dalam penarikan kesimpulan yang ditarik dari sesuatu yang sifatnya umum yang sudah dibuktikan bahwa dia benar dan kesimpulan itu ditujukan untuk sesuatu yang sifatnya khusus.¹⁴³ Jadi penarikan kesimpulan dengan metode deduktif, yaitu menarik kesimpulan dari suatu permasalahan yang melalui penalaran yang berlaku umum atau bersifat umum terhadap permasalahan pada kasus individual dan konkrit yang dihadapi. Proses yang terjadi dalam deduksi adalah konkritisasi (hukum), nilai-nilai hukum, asas-asas hukum, konsep-konsep hukum dan norma-norma hukum yang dirumuskan secara umum dalam aturan-aturan hukum positif, kemudian dijabarkan dan diterapkan guna penyelesaian persoalan hukum konkrit yang dihadapi. Seluruh data yang telah dikumpulkan, kemudian dipilih atau dipilah dan diolah selanjutnya ditelaah dan dianalisis sesuai dengan isu hukum yang dihadapi, untuk kemudian menarik suatu kesimpulan. Sedangkan penarikan kesimpulan terhadap isu hukum dalam penelitian dengan menggunakan metode penarikan kesimpulan melalui logika berpikir atau metode pendekatan induktif, yaitu penarikan kesimpulan yang sifatnya umum dilakukan dengan melihat kepada fakta-fakta konkrit yang bersifat khusus, sehingga diperoleh kesimpulan sebagai jawaban atas tinjauan aspek terhadap : *“Mitigasi Risiko Transaksi Jual Beli dalam Hubungannya dengan Perlindungan Hukum yang Seimbang antara Konsumen, Pelaku Usaha dan Marketplace Berdasarkan Asas Kepastian Hukum”*.

¹⁴³ Sedarmayanti dan Syarifudin Hidayat, *Metode Penelitian* (Bandung: CV. Mandar Maju, 2002): 23.

Bagan 5 Metode Penelitian



BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada Bab-Bab sebelumnya, maka penulis dapat menyimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Pengaturan hukum pada *platform marketplace* dalam memberikan perlindungan hukum pada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* sangat banyak yang dikeluarkan oleh berbagai Lembaga/Instansi dan bentuk produk aturan mulai dari Undang-Undang sampai dengan Peraturan/Keputusan Menteri, Peraturan Bank Indonesia /OJK, sehingga terkesan adanya *hyper* pengaturan. *Hyper* pengaturan di sini lebih kepada banyaknya pengaturan namun cenderung adanya tumpang tindih, kontradiktif dan multitafsir dalam mengartikan redaksional suatu pasal pengaturan, yang menimbulkan dampak ketidakefektifan dan ketidak relevan dalam penerapan dan pelaksanaan aturan tersebut, sehingga berpengaruh pada aspek penegakan hukum yang menjadi salah satu penyebab timbulnya ketidak-pastian hukum yang menimbulkan ketidakseimbangan di dalam pemberian perlindungan hukum yang seimbang pada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Terdapat pengaturan yang mengatur mengenai perlindungan konsumen, pengaturan mengenai

penyelenggaraan Sistem Elektronik, pengaturan perlindungan data pribadi, pengaturan mengenai hak cipta, larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, sistem pembayaran dan pajak. Namun UUPK sebagai induk dari aturan perlindungan konsumen sendiri belum sepenuhnya mengatur mengenai perlindungan hukum pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

2. - Kendala yang dihadapi dalam penegakan hukum untuk mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang pada transaksi jual beli antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* bersumber baik dari aturan yang belum sepenuhnya memberikan perlindungan hukum terhadap transaksi jual beli melalui *platform marketplace* baik dari sisi pengaturannya maupun penerapannya, dari sisi kelembagaan keberadaan BPSK yang belum terbentuk di setiap provinsi, Selain itu, kompetensi dan pemahaman aparat penegak hukum terhadap aturan perlindungan konsumen perlu lebih ditingkatkan dan lebih disosialisasikan lagi, sehingga penerapan aturan pada penyelesaian sengketa konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* menjadi lebih efektif, kesulitan pembuktian perkara dalam penyelesaian sengketa dan kurangnya peranan dan koordinasi antara Lembaga/Instansi di bidang perlindungan konsumen, faktor masyarakat ditemui adanya ketidaksetaraan informasi antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*, klasula baku pada *platform marketplace* lebih menguntungkan pihak *marketplace* karena terlihat adanya kecenderungan pengalihan tanggung awab baik kepada konsumen maupun kepada pelaku usaha dapat menjadi

- kendala dalam perlindungan hukum di bidang *platform marketplace*, sarana dan prasarana penegakan hukum yang terbatas serta kurangnya sosialisasi terhadap aturan baik pada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* maupun pada Aparat Penegak Hukum dan pada Lembaga/ Instansi di bidang perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*.
- Mitigasi risiko pada transaksi jual beli dalam rangka mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* merupakan upaya pencegahan (mitigasi) untuk meminimalisir potensi terjadinya ketidakseimbangan dalam perlindungan hukum antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan hukum yang seimbang kepada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Upaya mitigasi dapat ditrmpuh melalui Jalur *penal*, seperti pada saat penerapan aturan relevan yang dengan perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* yang sesuai dengan case permasalahannya pada saat terjadi penyelesaian pengaduan atau sengketa konsumen, sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan hak-haknya maupun pengenaan sanksi melalui proses hukum. Dimana Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen sesuai dengan Pasal 60 UUPK berwenang menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang menyebabkan kerugian terhadap konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang

dihasilkan atau diperdagangkan. Sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi. Sedangkan jalur non penal dapat bersumber dari pihak dapat berupa Badan/Lembaga/Institusi Perlindungan Konsumen, seperti BPKN, BPSK, LPKSM dalam bentuk sosialisasi/edukasi, pembuatan aturan. Mitigasi melalui jalur non *penal* dengan melakukan upaya tindakan, seperti tindakan yang berpedoman pada prinsip kehati-hatian dalam bertransaksi, seperti terlebih dahulu melakukan identifikasi risiko yang mungkin muncul, baik risiko finansial berupa kerugian uang, kerugian kebocoran / keamanan data, kemungkinan terjadinya penipuan *online*, barang tidak sesuai dengan deskripsi, barang rusak/cacat dan bahkan barang tidak sampai, menjaga kerahasiaan PIN/OTP, selektif dalam memilih *marketplace* yang *terpercaya*, memastikan bahwa pembayaran yang dilakukan aman dan tidak terjadi penyalahgunaan akun. Pastikan produk yang dibeli telah sesuai dengan deskripsi dan gambar yang ditampilkan. Pastikan bahwa metode pengiriman yang dipilih adalah aman dan andal, dan pastikan bahwa barang yang dikirimkan sudah diperiksa terlebih dahulu sebelum dikirimkan. Pemilihan *marketplace* yang *terpercaya*. Membaca dan memahami syarat dan ketentuan dari pihak *marketplace* sebelum melakukan transaksi, menjaga privasi dan keamanan data pribadi, termasuk memastikan bahwa situs *web* yang digunakan aman dan terverifikasi, dll. Dimana upaya mitigasi ini muncul dari pihak konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* sendiri.

3. Konsep hukum arah rekonstruksi hukum ke depan (*ius constituendum*) untuk memitigasi risiko dalam rangka mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berdasarkan Asas Kepastian Hukum diarahkan kepada perlindungan hukum yang berasaskan kepastian hukum yang dimaksudkan agar baik konsumen, pelaku usaha maupun *marketplace* menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta Negara menjamin adanya kepastian hukum. Dimana perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* dilakukan agar terpenuhinya hak dan kewajiban para pihak dalam penyelenggaraan perdagangan pada *platform marketplace* dan perlindungan terhadap para pihak yang mendapatkan perlakuan syarat-syarat yang tidak adil. Hal ini dilakukan dengan cara : mereformulasi aturan perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* pada transaksi jual beli pada *platform marketplace* terutama pengaturan mengenai batasan mengenai klausula baku untuk diperjelas aturannya jangan sampai masih terdapat klausula baku yang bersifat pengalihan tanggung jawab, pembinaan dan pengawasan penyelenggaraan perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* dengan melakukan sinkronisasi pengaturan. Pemerintah perlu membuat regulasi yang jelas dan tegas terkait dengan perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Peraturan yang tumpang tindih, adanya kontradiktif dan multitafsir perlu dirumuskan kembali terutama terkait peranan BPSK dalam penyelesaian sengketa di luar jalur peradilan.

Dimana di satu sisi putusan BPSK bersifat final, namun di sisi lain dapat diajukan upaya banding ke Pengadilan Negeri. Selain itu, adanya Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa (LAPS) Sektor Jasa Keuangan jika terkait sistem pembayaran pada *platform marketplace* melalui *payment gateway*, apabila terjadi sengketa apakah diselesaikan melalui BPSK atau melalui LAPS Sektor Jasa Keuangan OJK. Regulasi tersebut harus mempertimbangkan kepentingan semua pihak dan memberikan kepastian hukum bagi semua pihak yang terlibat dalam transaksi perdagangan elektronik. Memberdayakan peranan dari Kementerian, Dinas Perdagangan Provinsi dan Kota, Badan Perlindungan Konsumen Nasional, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dan YLKI dalam mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang pada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berdasarkan asas kepastian hukum. Pelaku usaha dan *marketplace* harus menyediakan mekanisme pengaduan dan penyelesaian sengketa yang efektif dan transparan bagi konsumen yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan secara digital melalui penyelesaian sengketa melalui mekanisme *Online Dispute Resolution (ODR)*. Jika terjadi sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau *marketplace*, maka harus ada mekanisme yang dapat menyelesaikan sengketa tersebut dengan cara yang adil dan transparan dengan dilengkapi perangkat penyelesaian secara digital, yaitu : *Website* penyelesaian sengketa yang dilengkapi dengan fitur-fitur yang memuat informasi mengenai Badan/Lembaga Penyelesaian Sengketa Konsumen

beserta tugas, wewenang dan tanggung jawabnya. Fitur yang memuat informasi tentang pengaduan terkait syarat dan ketentuan yang berlaku. Permohonan pengaduan ditandatangani secara digital berupa tanda tangan digital. Fitur untuk dapat mengecek status penyelesaian pengaduan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*, sehingga konsumen dapat mengetahui sudah sampai dimana tahapan penyelesaian pengaduan. Fitur laporan hasil penyelesaian pengaduan / sengketa dalam bentuk, seperti Surat Keputusan Penyelesaian Pengaduan / Sengketa. Dimana konsumen, pelaku usaha atau *marketplace* diberikan kode akses untuk masuk ke dalam *website* dan dapat mengeprint SK / *output* keputusan hasil penyelesaian pengaduan / sengketa. Serta dibekali dengan SDM yang berkualitas dan berkompeten di Bidang IT. SOP Penyelesaian Pengaduan dan sengketa secara *online* oleh BPSK. SOP Penyelesaian Pengaduan oleh *marketplace* selaku Pihak Ketiga. Penerapan hukum yang konsisten Pemerintah harus menerapkan hukum dengan konsisten dan adil. Jika terjadi pelanggaran hukum, maka pelaku usaha atau *marketplace* harus ditindak secara tegas sesuai dengan hukum yang berlaku. Dalam penerapan ketentuan-ketentuan penyelesaian pengaduan maupun sengketa baik dari konsumen, pelaku usaha maupun *marketplace* aturan yang relevan harus benar-benar diberlakukan secara konsekuen, sehingga pihak yang dikenakan sanksi benar-benar pihak yang bersalah secara hukum. Termasuk juga dalam penerapan pasal-pasal nya. Jangan sampai beban tanggung jawab kesalahan dipikul oleh pihak yang tidak bersalah, seperti beban

tanggung jawab kesalahan seharusnya pada pelaku usaha, tetapi justru *marketplaceny* yang dikenakan sanksi hukuman atau sebaliknya. Pembuktian terhadap kesalahan harus didasarkan pada kesalahan yang dilakukan. Dalam mempertimbangkan hal-hal di atas, rekonstruksi hukum ke depan harus memastikan bahwa asas kepastian hukum terpenuhi. Hal ini akan memberikan kepastian hukum bagi semua pihak dan mendorong terciptanya lingkungan bisnis yang sehat dan beretika.

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas, maka dapat disimpulkan dari hasil penelitian ini, yaitu bahwa terdapat ketidakseimbangan dalam perlindungan hukum pada transaksi jual beli pada *platform marketplace* antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*, sehingga berimplikasi pada tidak adanya kepastian hukum dalam pemenuhan hak dan kewajiban baik konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*.

B. Rekomendasi

Dari penjelasan tersebut di atas diusulkan agar penanganan penyelesaian sengketa antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* pada transaksi jual beli dilakukan penyelesaiannya secara *online* yang didukung dengan perangkat sebagai berikut:

1. Pemerintah perlu membuat aturan yang melindungi konsumen, tetapi juga pelaku usaha dan *marketplace* dari penipuan dan praktik bisnis yang tidak etis. Dengan adanya regulasi yang jelas dan pengawasan yang efektif, diharapkan pelaksanaan *platform marketplace*, dapat berjalan dengan baik dan memberikan perlindungan yang memadai bagi konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Dengan implementasi

aturan hukum yang efektif dalam perlindungan hukum pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, diharapkan dapat menciptakan lingkungan yang aman dan terpercaya bagi konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* serta mendorong pertumbuhan dan perkembangan sektor *platform marketplace* secara berkelanjutan. Mengingat hal-hal tersebut di atas, di dalam perjanjian transaksi jual beli melalui *platform marketplace* hendaknya secara jelas ditentukan mengenai besarnya *withholding taxes* yang harus dibayar, dalam mata uang apa *withholding taxes* itu harus dibayar, siapa yang harus membayar pajak tersebut dan kepada negara mana pajak tersebut harus dibayarkan. Karena UU Telekomunikasi kita juga belum secara spesifik mengatur hal-hal yang berkaitan dengan telekomunikasi melalui Internet, Indonesia masih memerlukan UU Internet (*Law of Internet*) atau Undang-undang *Siber (cyberlaw)*. UU Internet merupakan undang-undang yang khusus mengatur mengenai dan penerimaan pesan elektronik melalui internet. Apabila Undang-undang Internet tersebut dihubungkan dengan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi akan merupakan *lex generalis*, sedang UU Internet yang masih akan dilahirkan, merupakan *lex specialis* dari Undang-undang Telekomunikasi tersebut.

2. Dalam rangka memitigasi risiko terhadap kendala yang berpotensi menimbulkan risiko baik pada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*, maka mitigasi yang

dilakukan diarahkan pada segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. diantaranya perlu lebih meningkatkan peran pengawasan terhadap pelaksanaan *platform marketplace*, pemerintah perlu bekerja sama dengan berbagai pihak terkait, termasuk Kementerian Perdagangan, Badan Perlindungan Konsumen, dan lembaga terkait lainnya. Selain itu penerapan aturan perlindungan konsumen, pelaku usaha dan marketplace secara konsekuen, sehingga beban tanggung jawab kesalahan memang benar-benar menjadi tanggung jawab pelaku.

3. Merekomendasikan supaya terpenuhinya hak dan kewajiban konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*, dengan melakukan revisi peraturan perundang-undangan terkait perlindungan konsumen, seperti UUPK dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 72 Tahun 2020 tentang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen disesuaikan dengan penyelesaian pengaduan dan sengketa secara *online* serta memperhatikan ketentuan yang diatur dalam UUPK, antara lain hal-hal apa saja yang dilarang untuk dilakukan agar transaksi jual beli *online* tetap aman dan tidak melanggar hukum. Adanya regulasi dengan pendekatan ekosistem lebih diperlukan mengingat kompleksitas pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli melalui *marketplace*. Merekomendasikan penyelesaian pengaduan/sengketa secara *online* dibandingkan secara *offline* pada transaksi perdagangan melalui *platform marketplace* seperti pada Negara Jepang. Penyelesaian sengketa *online* di Jepang juga melibatkan penggunaan teknologi

informasi dan komunikasi (ICT) untuk memfasilitasi proses penyelesaian sengketa. Dengan kemajuan teknologi ini, proses penyelesaian sengketa menjadi lebih cepat dan efisien, memungkinkan para pihak untuk menyelesaikan masalah mereka dengan lebih cepat dan dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan proses hukum tradisional. Selain itu, untuk dibuatkan mekanisme dan penanganan pengaduan konsumen yang terintegrasi baik di dalam negeri maupun *cross-border* melalui mekanisme pendekatan secara digital, sehingga perlu melakukan percepatan pembuatan sistem dan regulasi yang berbasis *Digital Online Dispute Resolution (DODR)*. Kolaborasi antar otoritas dalam membangun dan mengembangkan bersama *platform* ODR konsumen nasional yang terbaik, serta dukungan yang lebih untuk kelancaran dan keberhasilan proyek ODR nasional dengan menjadikannya Proyek Prioritas (semacam PSN untuk infrastruktur) dengan kriteria: batas waktu penyelesaian pengaduan / sengketa menjadi lebih dipersingkat, para pihak yang bersengketa tidak harus dihadirkan secara tatap muka langsung cukup melalui media *online*, seperti : menghemat biaya dan waktu, memaksimalkan penggunaan alat bukti elektronik, pengaturan SOP penyelesaian pengaduan / sengketa menjadi lebih sistematis, transparansi Penggunaan teknologi dalam transaksi perdagangan elektronik membuat informasi lebih mudah diakses oleh konsumen. Namun, konsumen perlu diberikan informasi yang jelas dan transparan terkait dengan produk atau layanan yang ditawarkan. Oleh karena itu, pelaku usaha dan *marketplace* harus menyediakan informasi yang akurat, jelas, dan mudah dipahami bagi konsumen.

Tanggung jawab pelaku usaha dan *marketplace* harus bertanggung jawab atas produk atau layanan yang mereka tawarkan. Jika terjadi masalah, mereka harus menyelesaikan masalah tersebut dengan cara yang adil dan transparan. Negara perlu memiliki sistem tertutup (*Close System*) untuk pengendalian *Big Data*, *Connectivity* dan *Artificial Intelligent* harus dimulai dari adanya kedaulatan negara terhadap demografi dan privasi data warga negara. Data-data strategis seperti NIK, transaksi keuangan dan transaksi lain yang dipandang sebagai kepentingan nasional perlu dijaga kedaulatannya. Lebih meningkatkan sosialisasi atau penyuluhan edukasi terhadap konsumen pada *marketplace e-commerce*. Hal ini mengingat masih saja terdapat masalah dan sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha yang disebabkan karena tidak pekanya konsumen dan minimnya rasa literasi dari konsumen. serta pelaku usaha yang tidak mau memberikan informasi yang akurat juga menjadi salah satu faktornya.

BAB V

KONSEP HUKUM ARAH REKONSTRUKSI HUKUM KEDEPAN (*IUS CONSITUENDUM*) UNTUK MEMITIGASI RISIKO DALAM RANGKA MEWUJUDKAN PERLINDUNGAN HUKUM YANG SEIMBANG ANTARA KONSUMEN, PELAKU USAHA DAN *MARKETPLACE* BERDASARKAN ASAS KEPASTIAN HUKUM

A. Perlindungan Hukum dalam Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace* dan mekanisme serta upaya penyelesaian *sengketa* perbandingan sistem hukum di Beberapa Negara:

1. *Civil Law System*:

1.1 Belanda

Pemilihan Negara Belanda dijadikan sebagai studi banding, karena Indonesia pernah dijajah oleh Belanda. Sampai dengan saat ini KUHPerduta peninggalan Belanda masih tetap diberlakukan di Indonesia. Sistem hukum Belanda bercorak hukum sipil dan terbuka. Hukum-hukumnya terbuka dan penerapan hukum adat bersifat pengecualian. Sistem hukum Belanda didasarkan pada hukum perdata Prancis dan dipengaruhi oleh Hukum Romawi dan Hukum Adat Belanda. Aturan perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* di Belanda secara umum mengikuti *Consumer Rights Directive* Uni Eropa yang memberikan konsumen hak-hak yang kuat di wilayah Uni Eropa. Kebijakan tersebut menyelaraskan dan mengharmonisasikan undang-undang perlindungan konsumen di seluruh Eropa.

Pengaturan perlindungan konsumen Belanda diatur dalam *Burgerlijk Wetboek Boek 6*. Boek 6. *Algemeen gedeelte van het verbintenissenrecht, Titel 1. Verbintenissen in het algemeen 5 en Afdeling 1. Algemene bepalingen* adalah pengaturan utama yang mengatur perlindungan konsumen di Belanda. Undang-undang ini mencakup berbagai aspek seperti kualitas produk, harga yang wajar dan hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang akurat tentang produk atau layanan. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang akurat tentang produk atau layanan, mendapatkan produk atau layanan yang sesuai dengan deskripsi, dan mendapatkan pengembalian uang jika produk atau layanan tidak memenuhi standar kualitas yang ditetapkan. Hal ini dapat terlihat di bawah ini, yaitu: ¹

Artikel 193c

“Een handelspraktijk is misleidend indien informatie wordt verstrekt die feitelijk onjuist is of die de gemiddelde consument misleidt of kan misleiden, al dan niet door de algemene presentatie van de informatie, zoals ten aanzien van:

- a. het bestaan of de aard van het product;*
- b. de voornaamste kenmerken van het product, zoals beschikbaarheid, voordelen, risico's, uitvoering, samenstelling, accessoires, klantenservice en klachten behandeling, procédé en datum van fabricage of verrichting, levering, geschiktheid voor het gebruik, gebruiksmogelijkheden, hoeveelheid, specificatie, geografische of commerciële oorsprong, van het gebruik te verwachten resultaten, of de resultaten en wezenlijke kenmerken van op het product verrichte tests of controles;*
- c. de verplichtingen van de handelaar, de motieven voor de handelspraktijk en de aard van het verkoopproces, een verklaring of een symbool in verband met directe of indirecte sponsoring of erkenning van de handelaar of het product;*
- d. prijs of de wijze waarop de prijs wordt berekend, of het bestaan van een specifiek prijsvoordeel;*
- e. de noodzaak van een dienst, onderdeel, vervanging of reparatie;*
- f. de hoedanigheid, kenmerken en rechten van de handelaar of zijn tussenpersoon, zoals zijn identiteit, vermogen, kwalificaties, status, erkenning, affiliatie, connecties, industriële, commerciële of eigendomsrechten of zijn prijzen, bekroningen en onderscheidingen;*

¹ Overheid.nl, “Burgerlijk Wetboek Boek 6”, Diakses pada tanggal 3 Agustus 2024 Pukul 21.27 WIB., <https://wetten.overheid.nl/>.

- g. *de rechten van de consument waaronder het recht van herstel of vervanging van de afgeleverde zaak of het recht om de prijs te verminderen, of de risico's die de consument eventueel loopt, waardoor de gemiddelde consument een besluit over een overeenkomst neemt of kan nemen, dat hij anders niet had genomen*”.

Pasal 193c

“Suatu praktik komersial dianggap menyesatkan jika informasi yang diberikan tidak benar secara faktual atau menyesatkan atau cenderung menyesatkan konsumen pada umumnya, baik melalui penyajian informasi secara umum maupun tidak, seperti yang berkaitan dengan:

- a. keberadaan atau sifat produk;
- b. karakteristik utama produk, seperti ketersediaan, manfaat, risiko, desain, komposisi, aksesoris, layanan pelanggan dan penanganan keluhan, proses dan tanggal pembuatan atau kinerja, pengiriman, kesesuaian penggunaan, kemungkinan penggunaan, kuantitas, spesifikasi, asal geografis atau komersial, hasil yang diharapkan dari penggunaan, atau hasil dan karakteristik penting dari pengujian atau pemeriksaan yang dilakukan terhadap produk;
- c. kewajiban pedagang, motif praktik komersial dan sifat proses penjualan, pernyataan atau simbol yang berkaitan dengan sponsorship langsung atau tidak langsung atau pengakuan terhadap pedagang atau produk;
- d. harga atau cara penghitungan harga, atau adanya keunggulan harga tertentu;
- e. kebutuhan akan servis, suku cadang, penggantian atau perbaikan;
- f. kapasitas, karakteristik dan hak pedagang atau perantaranya, seperti identitas, aset, kualifikasi, status, pengakuan, afiliasi, koneksi, hak industri, komersial atau kepemilikan atau hadiah, penghargaan dan perbedaannya;
- g. hak konsumen, termasuk hak untuk memperbaiki atau mengganti barang yang diserahkan atau hak untuk menurunkan harga, atau risiko yang mungkin ditanggung konsumen, sebagai akibatnya rata-rata konsumen membuat atau dapat mengambil keputusan mengenai suatu perjanjian yang tidak akan dia buat jika tidak demikian.

Di Belanda terdapat Komisi Perlindungan Konsumen (*Commissie voor de Bescherming van de Consumenten*). Ini adalah lembaga yang bertanggung jawab untuk mengawasi penerapan hukum perlindungan konsumen di Belanda. Komisi ini memiliki kewenangan untuk menyelidiki keluhan konsumen dan mengambil tindakan terhadap perusahaan yang tidak mematuhi hukum perlindungan konsumen.

Beberapa hak yang dijamin oleh direktif perlindungan konsumen dalam *platform* perdagangan *online* (*marketplace*), yaitu:

1. Hak mendapatkan kontrak (klausula baku) tanpa klausula yang tidak adil: Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan kontrak atau klausula baku yang tidak mengandung klausula yang tidak adil.
2. Hak untuk mengembalikan barang yang dibeli secara *online* dalam 1 (satu) hari: Konsumen memiliki hak untuk mengembalikan barang yang dibeli secara *online* dalam waktu 1 (satu) hari.
3. Hak untuk mendapatkan bantuan konsultasi gratis dari *European Consumer Centre* (*ECC*) terkait perselisihan dengan pedagang/produsen yang berdomisili di wilayah Uni Eropa. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan bantuan konsultasi gratis dari *ECC* terkait perselisihan dengan pedagang atau produsen.
4. Hak mendapatkan informasi yang benar sebelum membeli produk/jasa dan konten digital. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang benar sebelum membeli produk atau jasa dan konten digital.
5. Hak untuk membatalkan pembelian yang dilakukan secara *online* atas barang yang tidak sesuai: Konsumen memiliki hak untuk membatalkan pembelian yang dilakukan secara *online* atas barang yang tidak sesuai.

Namun yang perlu menjadi perhatian bahwasannya Negara EU tidak diperbolehkan menerapkan aturan yang berbeda, terkecuali untuk hal-hal khusus. Hubungan hukum antara para pihak yang terlibat dalam jual beli melalui *marketplace* diatur oleh syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh pihak *marketplace*. Transaksi jual beli

melalui *platform marketplace* melibatkan hubungan hukum yang dituangkan melalui suatu bentuk perjanjian atau kontrak, yang juga dilakukan secara elektronik. Perlindungan hukum bagi penjual atau *seller* terutama ditekankan dalam hal pembayaran. Pihak *marketplace* mengharuskan konsumen untuk melakukan pembayaran dan kemudian melakukan konfirmasi pembayaran, baru setelah itu pihak *seller* akan mengkonfirmasi dan akan dilakukan pengiriman barang yang dipesan. Apabila terjadi suatu masalah, pihak *marketplace* menyediakan layanan pengaduan untuk menerima laporan para pihak. Selain itu, pihak *marketplace* tertentu juga menyediakan fitur layanan asuransi untuk melindungi pihak penjual dan pembeli.

Dalam konteks *marketplace*, perlindungan konsumen melibatkan hak konsumen untuk memilih jasa serta mendapatkan barang dan atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; dan hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian, apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Penyelesaian sengketa *platform marketplace* di Belanda melibatkan beberapa langkah dan proses yang harus diikuti oleh para pihak yang terlibat, yaitu:

1. **Tahapan Pengaduan:** Pertama, konsumen atau penjual yang merasa dirugikan dapat melakukan pengaduan kepada pihak *marketplace* atau pihak lain yang terlibat.

2. **Negosiasi:** Kemudian, para pihak akan mencoba menyelesaikan sengketa melalui negosiasi. Ini bisa melibatkan diskusi antara kedua belah pihak, atau bahkan dengan pihak pihak ketiga seperti pihak *marketplace*.
3. **Mediasi:** Jika negosiasi gagal, pihak *marketplace* atau pihak lain yang terlibat biasanya akan menawarkan mediasi. Mediasi adalah proses di mana pihak ketiga, biasanya bertindak sebagai perwakilan para pihak, mencoba mencapai kesepakatan yang memuaskan bagi kedua belah pihak.
4. **Pengadilan:** Jika mediasi gagal, sengketa dapat dibawa ke pengadilan. Dalam Hukum Belanda, pengadilan memiliki hak untuk memutuskan tentang sengketa, termasuk sengketa pada *platform marketplace*.
5. **Pengadilan Tinggi:** Jika hasil pengadilan di bawah hukum tidak memuaskan bagi salah satu belah pihak, mereka dapat meminta banding ke Pengadilan Tinggi. Pengadilan Tinggi memiliki hak untuk memutuskan tentang kasus yang telah ditentang di Pengadilan.

Pelanggaran Hukum Perlindungan Konsumen : Pelanggaran hukum perlindungan konsumen dapat mengakibatkan sanksi finansial bagi perusahaan yang melakukan pelanggaran tersebut. Sanksi ini dapat berupa denda atau pembekuan dana.

1.2 Jepang

Selain Belanda, Jepang sebagai negara maju yang juga pernah menjajah Indonesia menjadi pertimbangan untuk dijadikan sebagai perbandingan perlindungan hukum pada *platform marketplace*. Perdagangan *online* di Jepang yang

menganut *civil laws*, seperti di banyak negara lainnya, telah mengalami pertumbuhan signifikan dalam beberapa dekade terakhir. Ini didorong oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang memungkinkan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dalam bentuk *platform marketplace* menjadi lebih mudah, cepat dan praktis. *Platform marketplace* memungkinkan pembeli dan penjual untuk berinteraksi secara langsung tanpa perlu bertemu secara fisik, menawarkan fleksibilitas dan efisiensi dalam transaksi perdagangan.

Mekanisme penyelesaian sengketa dalam perdagangan *online* di Jepang sering menggunakan *Alternative Dispute Resolution (ADR)*, termasuk *Online Dispute Resolution (ODR)*. *ADR* adalah metode penyelesaian sengketa di luar pengadilan yang memungkinkan pihak-pihak yang bersengketa untuk menyelesaikan masalah mereka melalui mediasi atau arbitrase, bukan melalui proses hukum tradisional. *ODR* adalah bentuk *ADR* yang dilakukan secara *online*, memungkinkan pihak-pihak untuk menyelesaikan sengketa mereka melalui *platform* perdagangan digital. Untuk menyelesaikan sengketa yang muncul dari transaksi perdagangan *online*, mekanisme *ODR* menjadi solusi yang efektif. *ODR* melibatkan negosiasi, mediasi, dan arbitrase sebagai metode penyelesaian sengketa.

Penegakan hukum melalui sistem *ODR* memastikan bahwa konsumen mendapatkan keadilan dan perlindungan yang diinginkan. Hal ini mencakup penegakan hukum terhadap penjual yang tidak mematuhi ketentuan dan perlindungan terhadap konsumen yang dirugikan. Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* internasional, menentukan hukum atau pengadilan mana yang digunakan untuk menyelesaikan sengketa menjadi tantangan. Prinsip-prinsip dalam CISG dan

prinsip-prinsip hukum umum yang berlaku di berbagai negara dapat diadopsi ke dalam hukum kontrak Jepang baru, sehingga memberikan perlindungan serta kepastian hukum kepada para pelaku usaha.

Penyelesaian sengketa *online* di Jepang diatur oleh berbagai undang-undang dan regulasi yang dirancang untuk melindungi konsumen dan memastikan transaksi perdagangan elektronik berjalan dengan lancar. Beberapa undang-undang yang relevan termasuk :

- Undang-Undang Perlindungan Konsumen: Bertujuan untuk melindungi hak konsumen dalam transaksi perdagangan elektronik.
- Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik: Mengatur tentang transaksi elektronik dan perlindungan data pengguna.
- Undang-Undang Perdagangan: Menyediakan kerangka hukum untuk transaksi perdagangan, termasuk perdagangan elektronik.

Penyelesaian sengketa *online* di Jepang juga melibatkan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (*Information and Communication Technologies /ICT*) untuk memfasilitasi proses penyelesaian sengketa. Dengan kemajuan teknologi ini, proses penyelesaian sengketa menjadi lebih cepat dan efisien, memungkinkan para pihak untuk menyelesaikan masalah mereka dengan lebih cepat dan dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan proses hukum tradisional. Secara keseluruhan, perdagangan *online* di Jepang dan mekanisme penyelesaian sengketa yang ada dirancang untuk memaksimalkan manfaat dari perdagangan elektronik, sambil memastikan bahwa konsumen dilindungi dan transaksi berjalan dengan lancar.

1.3 Indonesia

Sejarah perlindungan konsumen di Indonesia diawali dengan keprihatinan akan banyaknya kasus yang merugikan kepentingan konsumen serta didukung oleh ketidakberdayaan konsumen, maka kehadiran produk perundang-undangan untuk melindungi kepentingan konsumen sangat diperlukan. Pemerintah bersama-sama dengan DPR dan sejumlah lembaga yang berwenang memberikan perhatian kepada perlindungan konsumen. Kemudian berupaya untuk merumuskan produk hukum yang memberikan perlindungan yang memadai kepada konsumen di Indonesia. Pada akhirnya lahirlah UUPK yang disahkan pada tanggal 20 April 1999 dan mulai efektif diberlakukan setahun setelahnya (20 April 2000).²

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) yang secara populer dipandang sebagai perintis advokasi konsumen di Indonesia pada kurun waktu itu, yakni 11 Mei 1973. Gerakan di Indonesia ini cukup responsif terhadap keadaan, bahkan mendahului Resolusi Dewan Ekonomi dan Sosial PBB (ECOSOC) Nomor 2111 Tahun 1978 tentang Perlindungan Konsumen. Setelah YLKI kemudian muncul organisasi-organisasi serupa, antara lain Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) di Semarang tahun 1985, Yayasan Bina Lembaga Konsumen Indonesia (YBLKI) di Bandung dan beberapa perwakilan di berbagai provinsi di tanah air. Keberadaan YLKI sangat membantu dalam upaya peningkatan kesadaran akan

² Boulevard Shop, "Sejarah Lahirnya Hukum Perlindungan Konsumen", Diakses pada tanggal 1 Agustus 2023 Pukul 09.30 WIB., <https://www.academia.edu/>.

hak-hak konsumen, karena lembaga ini tidak hanya sekedar melakukan penelitian atau pengujian, penerbitan dan menerima pengaduan tetapi juga sekaligus mengadakan upaya advokasi langsung melalui jalur pengadilan. Sesuai dengan tugas YLKI sebagai LPKSM menurut UUPK, yaitu: ³

1. Menyebarkan informasi guna meningkatkan kesadaran hak dan kewajiban konsumen dengan melakukan sosialisasi dan edukasi kepada konsumen;
2. Memberikan nasehat kepada konsumen, terutama terhadap konsumen;
3. Membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan /pengaduan konsumen;
4. Bekerjasama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen; dan
5. Melakukan pengawasan, bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

YLKI bersama dengan BPKN (Badan Pembinaan Hukum Nasional) membentuk Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Namun Rancangan Undang-Undang ini ternyata belum dapat memberikan hasil, sebab pemerintah mengkhawatirkan bahwa dengan lahirnya UUPK akan menghambat lajunya pertumbuhan ekonomi. Pada awal tahun 1990-an, kembali diusahakan lahirnya undang-undang yang mengatur mengenai perlindungan konsumen. Salah satu ciri pada masa ini adalah pemerintahan dalam hal ini Departemen Perdagangan sudah memiliki kesadaran tentang arti penting adanya UUPK. ⁴

Secara faktual dalam kehidupan sehari-hari selalu terjadi atau timbul sengketa konsumen. Secara yuridis proses penyelesaian sengketa konsumen berdasarkan UUPK dapat ditempuh dengan menggunakan jalur litigasi (melalui pengadilan) dan

³ Pasal 44 ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

⁴ Boulevard Shop. *loc. cit.*

(melalui pengadilan) dan jalur non litigasi. Penyelesaian melalui jalur non litigasi dilakukan oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dengan cara Mediasi, Konsiliasi dan Arbitrase. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) didirikan sebagai jalan keluar untuk menghindari penyelesaian sengketa konsumen melalui peradilan umum.

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dibentuk dengan Keputusan Presiden Nomor 90 Tahun 2001, adalah sebuah peraturan yang dikeluarkan oleh Presiden Republik Indonesia. Pelaksanaan tugas BPSK diatur dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 72 Tahun 2020 tentang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yang sebelumnya diatur dengan dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 06/M-DAG/PER/2017 tentang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen tanggal 17 Februari 2017. Pembentukan BPSK diadopsi dari model *Small Claim Tribunal (SCT)* yang telah berjalan efektif di negara-negara maju, namun BPSK ternyata tidak serupa dengan SCT. Sebagaimana diketahui SCT berasal dari negara-negara yang bertradisi atau menganut sistem hukum *Common Law* atau Anglo Saxon memiliki cara ber hukum yang sangat dinamis dimana Yurisprudensi menjadi hal utama dalam penegakan hukum. Sedangkan Indonesia tradisi atau sistem hukumnya adalah *Civil Law* atau Eropa Kontinental yang cara ber hukumnya bersumber dari hukum tertulis (peraturan Perundang-Undangan). BPSK nampaknya didesain dengan memadukan kedua sistem hukum tersebut, dimana model SCT diadaptasikan dengan model pengadilan dan model ADR (*Alternative Dispute Resolution*) khas Indonesia. Hal ini nampak misalnya dari konsep BPSK yang berdasarkan UUPK merupakan salah satu lembaga penyelesaian sengketa di luar

pengadilan, namun dalam proses penyelesaian perkara diatur dengan hukum acara yang amat prosedural layaknya hukum acara perdata di Pengadilan Negeri.⁵

Pembentukan BPKN berdasarkan pada ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang ditindaklanjuti dengan Peraturan Pemerintah Nomor 04 Tahun 2019 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional. Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) memiliki peran penting dalam pengawasan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* antara lain dengan melakukan penelitian terkait barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen, dan menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat dan lembaga lainnya.

⁵ Ali Ridho (Kementerian Keuangan Republik Indonesia) , “Kewenangan BPSK Memeriksa Keberatan Lelang Eksekusi Pasal 6 Undang-Undang Hak Tanggungan”, Diakses pada tanggal 22 Januari 2018 Pukul 16.40 WIB., [https:// https://www.djkn.kemenkeu.go.id/](https://www.djkn.kemenkeu.go.id/).

Tabel 5
Data Perbandingan Hukum Perlindungan Konsumen
Pada Transaksi Jual Beli pada *Platform Marketplace*

NO.	NAMA NEGARA		
	BELANDA	JEPANG	INDONESIA
1.	<p>Di Belanda, perlindungan konsumen untuk transaksi <i>online</i> diatur oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen (<i>Wet Consumentenbescherming</i>) tahun 1992. Hukum ini memberikan hak-hak yang jelas kepada konsumen, seperti hak untuk memperoleh informasi yang jelas dan akurat tentang produk, hak untuk mengembalikan produk yang tidak sesuai, dan hak untuk mendapatkan kompensasi jika produk tidak sesuai dengan spesifikasi. Pelaksanaan hukum ini dilakukan oleh Badan Perlindungan Konsumen Belanda (<i>Consumentenbond</i>) yang berfungsi sebagai organisasi non-pemerintahan yang membantu konsumen dalam menyelesaikan masalah dengan penjual.</p>	<p>Di Jepang, perlindungan konsumen untuk transaksi <i>online</i> diatur oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen tahun 2009. Hukum ini memberikan hak-hak yang jelas kepada konsumen, seperti hak untuk memperoleh informasi yang jelas dan akurat tentang produk, hak untuk mengembalikan produk yang tidak sesuai, dan hak untuk mendapatkan kompensasi jika produk tidak sesuai dengan spesifikasi. Pelaksanaan hukum ini dilakukan oleh Badan Perlindungan Konsumen Jepang yang berfungsi sebagai organisasi pemerintahan yang membantu konsumen dalam menyelesaikan masalah dengan penjual.</p>	<p>Di Indonesia, perlindungan konsumen untuk transaksi <i>online</i> diatur oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen (Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999) dan Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2014 tentang Perlindungan Konsumen. Hukum ini memberikan hak-hak yang jelas kepada konsumen, seperti hak untuk memperoleh informasi yang jelas dan akurat tentang produk, hak untuk mengembalikan produk yang tidak sesuai, dan hak untuk mendapatkan kompensasi jika produk tidak sesuai dengan spesifikasi. Pelaksanaan hukum ini dilakukan oleh Badan Perlindungan Konsumen Indonesia (Badan Perlindungan Konsumen) yang berfungsi sebagai organisasi pemerintahan yang membantu konsumen dalam menyelesaikan masalah dengan penjual.</p>

**Data Perbandingan Hukum Perlindungan Konsumen
Pada Transaksi Jual Beli pada *Platform Marketplace***

NO.	NAMA NEGARA		
	BELANDA	JEPANG	INDONESIA
2.	<p>Di Belanda, sengketa konsumen, pelaku usaha, dan <i>marketplace</i> pada transaksi <i>e-commerce</i> biasanya diselesaikan melalui jalur pengadilan. Konsumen dapat mengajukan gugatan ke pengadilan jika mereka merasa dirugikan oleh produk atau jasa yang dibeli. Pengadilan akan memeriksa kasus dan mengambil keputusan yang adil dan sesuai dengan hukum. Selain itu, Belanda juga memiliki Badan Perlindungan Konsumen (<i>Consumentenbond</i>) yang berfungsi sebagai organisasi non-pemerintahan yang membantu konsumen dalam menyelesaikan masalah dengan penjual.</p>	<p>Di Jepang, sengketa konsumen, pelaku usaha, dan <i>marketplace</i> pada transaksi <i>e-commerce</i> biasanya diselesaikan melalui jalur mediasi. Mediasi adalah proses penyelesaian sengketa yang dilakukan oleh mediator yang berfungsi sebagai penengah antara pihak yang bersengketa. Mediator akan mempertemukan pihak yang bersengketa dan membantu mereka mencapai kesepakatan. Jika mediasi tidak berhasil, maka kasus dapat diproses melalui pengadilan. Jepang juga memiliki Undang-Undang Dasar tentang Perlindungan Konsumen yang memberikan hak-hak yang jelas kepada konsumen, seperti hak untuk memperoleh informasi yang jelas dan akurat tentang produk, hak untuk mengembalikan produk yang tidak sesuai, dan hak untuk mendapatkan kompensasi jika produk tidak sesuai dengan spesifikasi.⁶</p>	<p>Di Indonesia, sengketa konsumen, pelaku usaha, dan <i>marketplace</i> pada transaksi <i>e-commerce</i> biasanya diselesaikan melalui jalur Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). BPSK adalah lembaga non-struktural yang berfungsi sebagai penengah antara pihak yang bersengketa. BPSK akan mempertemukan pihak yang bersengketa dan membantu mereka mencapai kesepakatan. Jika BPSK tidak berhasil, maka kasus dapat diproses melalui pengadilan. Indonesia juga memiliki Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang memberikan hak-hak yang jelas kepada konsumen, seperti hak untuk memperoleh informasi yang jelas dan akurat tentang produk, hak untuk mengembalikan produk yang tidak sesuai, dan hak untuk mendapatkan kompensasi jika produk tidak sesuai dengan spesifikasi.</p>

⁶ Marcel Eka Surya Simanjuntak, "Perbandingan Perlindungan Hukum Konsumen Dan Penyelesaian Sengketa Cross Border E-Commerce Negara Indonesia Dengan Jepang e". *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)* 7, no. 3 (Juli 2023): 2033–2039.

2. *Common Law System:*

2.1 Amerika Serikat

Penentuan Amerika Serikat untuk dijadikan perbandingan, dikarenakan Amerika sebagai salah satu Negara adidaya. Selain itu dikarenakan awal mulai perkembangan Amerika Serikat sebagai Negara yang banyak memberikan sumbangan dalam masalah perlindungan konsumen. Perkembangan hukum perlindungan konsumen di Barat dimulai dari lahirnya gerakan perlindungan konsumen (*consumers movement*), yang disebut dengan era pertama pergerakan konsumen. Secara historis perlindungan konsumen diawali dengan adanya gerakan-gerakan konsumen di awal abad ke-19. Di New York pada tahun 1891 terbentuk Liga Konsumen yang pertama kali, dan pada tahun 1898 terbentuk Liga Konsumen yang pertama kali, dan pada tahun 1898 terbentuk Liga Konsumen Nasional (*The National Consumer's League*) di Amerika Serikat. Organisasi ini kemudian tumbuh dan berkembang dengan pesat, sehingga pada tahun 1903 Liga Konsumen Nasional di Amerika Serikat telah berkembang menjadi 64 cabang yang meliputi 20 negara bagian.⁷

Perjuangan untuk mewujudkan perlindungan konsumen ini juga mengalami hambatan dan rintangan. Untuk meloloskan *The Food and Drugs Act* dan *The Meat Inspection Act* telah mengalami kegagalan yang berulang-ulang. Hal ini terbukti dengan kegagalan Parlemen Amerika Serikat untuk meloloskan undang-undang tersebut pada tahun 1892.

⁷ Gunawan Widjaja, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Gramedia, 2003): 13.

Usaha tersebut dicoba lagi pada tahun 1902 dengan mendapatkan dukungan bersama-sama oleh Liga Konsumen Nasional. *The General Federation of Women's Club* dan *State Food and Dairy Chemists*, namun tetap juga gagal. Akhirnya *The Food and Drugs Act* dan *The Meat Inspection Act* lahir pada tahun 1906.⁸ Perkembangan selanjutnya terjadi pada tahun 1914, dengan dibukanya kemungkinan untuk terbentuknya komisi yang bergerak dalam perlindungan konsumen, yaitu *FTC (Federal Trade Commission)* dengan *The Federal Trade Commission Act*.⁹

Era kedua pergerakan konsumen di pentas internasional terjadi sekitar tahun 1930-an. Para pendidik melihat tentang urgensi pendidikan konsumen yang baik. Pada era ini telah dimulai pemeriksaan terhadap barang-barang yang akan dipasarkan kepada konsumen. Masyarakat sudah mulai bicara tentang hak-hak konsumen.

Era ketiga dari pergerakan perlindungan konsumen terjadi tahun 1960-an.. Era ini melahirkan satu cabang hukum baru, hukum konsumen (*consumers law*). Pada tanggal 15 Maret 1962 John F. Kennedy menyampaikan consumer message di hadapan Kongres Amerika Serikat, dan sejak itu dianggap sebagai era baru perlindungan konsumen. Pesan tersebut kemudian didukung oleh mantan Presiden Amerika Serikat Lyndon Johnson dan Richard Nixon. Dalam preambul *consumer message* ini dicantumkan formula/rumusan pokok-pokok pikiran yang sampai sekarang terkenal sebagai hak-hak konsumen (*consumer bill of right*).

⁸ Munir Fuady, *Hukum Bisnis dalam Teori dan Praktik*, Buku Kedua (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1994): 185.

⁹ Donald P. Rothschild dan David W. Carrol, *Consumer Protection: Reporting Service*, Vol. 1 (Maryland: National Publishing Corporation, 1986): 17.

Perhatian dan apresiasi yang besar terhadap masalah perlindungan konsumen juga dilakukan oleh Jimmy Carter. Pandangan Carter mengenai isu perlindungan konsumen sebagai *a breath of fresh air*, sehingga Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani menyebutkan, bahwa Jimmy Carter juga dapat dipandang sebagai pendekar konsumen karena perhatian dan apresiasinya yang besar.

Di negara-negara lain selain Amerika Serikat, baik di negara maju maupun di negara berkembang, aspek perlindungan terhadap hak-hak konsumen bangkit dan berkembang setelah era ketiga. Kendatipun sebelumnya telah lahir undang-undang yang berkaitan dengan perlindungan konsumen di beberapa negara tersebut. Aturan perlindungan hukum konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* pada *platform marketplace* di Amerika Serikat, antara lain yaitu:

1. *The Uniform Trade Practices and Consumer Protection Act (UTPCP):*

Tahun 1967, diamendir tahun 1969 dan 1970, kemudian *Unfair Trade Practices and Consumer Protection (Louisiana) Law*, Tahun 1973.¹⁰

2. *Online Privacy Rights Act:* Ini adalah hukum yang melindungi hak privasi konsumen *online*. Hukum ini memastikan bahwa perusahaan tidak dapat mengumpulkan atau menggunakan informasi pribadi konsumen tanpa persetujuan konsumen.

3. *Fair Trade Commission Act:* Ini adalah hukum yang melindungi konsumen dari penipuan dan penipuan. Hukum ini memastikan bahwa perusahaan tidak dapat menggunakan teknik penipuan atau penipuan untuk menipu konsumen.

¹⁰ Putri Syahrída, "Hukum Perlindungan Konsumen", Diakses pada tanggal 1 Agustus 2023 Pukul 09.45 WIB., <https://www.academia.edu/>.

Selain itu, di Amerika Serikat terdapat juga lembaga perlindungan konsumen, yaitu:

1. ***Federal Trade Commission (FTC)***: FTC adalah lembaga pemerintah federal yang bertugas untuk melindungi konsumen dan memastikan bahwa perusahaan beroperasi dengan cara yang adil dan bertanggung jawab. FTC memiliki kewenangan untuk melakukan penelitian, mengumpulkan data, dan melakukan tindakan hukum untuk melindungi konsumen dan memastikan bahwa perusahaan beroperasi dengan cara yang adil dan bertanggung jawab.
2. ***Consumer Product Safety Commission (CPSC)***: CPSC adalah lembaga pemerintah federal yang bertugas untuk melindungi konsumen dari produk yang tidak aman. CPSC melakukan penelitian, mengumpulkan data, dan melakukan tindakan hukum untuk melindungi konsumen dari produk yang tidak aman.
3. ***Federal Communications Commission (FCC)***: FCC adalah lembaga pemerintah federal yang bertugas untuk melindungi konsumen dalam berbagai aspek komunikasi, termasuk internet dan telepon. FCC memiliki kewenangan untuk melakukan penelitian, mengumpulkan data, dan melakukan tindakan hukum untuk melindungi konsumen dalam berbagai aspek komunikasi.

Pada perlindungan konsumen di Amerika Serikat, terdapat *National Do Not Call Registry*. Ini adalah sistem yang memungkinkan konsumen untuk berlangganan ke dalam *DNC (Do Not Call) Registry*, yang berarti mereka tidak akan menerima panggilan telepon dari penjual atau perusahaan tertentu. Ini memberikan perlindungan konsumen dari panggilan telepon yang tidak diinginkan berlangganan ke dalam *DNC (Do Not Call) Registry*, yang berarti mereka tidak akan

menerima panggilan telepon dari penjual atau perusahaan tertentu. Ini memberikan perlindungan konsumen dari panggilan telepon yang tidak diinginkan.

Penyelesaian sengketa *platform marketplace* di Amerika Serikat melibatkan beberapa langkah dan proses yang harus diikuti oleh para pihak yang terlibat. Berikut ini adalah beberapa langkah yang biasanya dilakukan:

1. **Pengaduan:** Pertama, konsumen atau penjual yang merasa dirugikan dapat melakukan pengaduan kepada pihak *marketplace* atau pihak lain yang terlibat.
2. **Negosiasi:** Kemudian, para pihak akan mencoba menyelesaikan sengketa melalui negosiasi. Ini bisa melibatkan diskusi antara kedua belah pihak, atau bahkan dengan pihak pihak ketiga seperti pihak *marketplace*.
3. **Mediasi:** Jika negosiasi gagal, pihak *marketplace* atau pihak lain yang terlibat biasanya akan menawarkan mediasi. Mediasi adalah proses di mana pihak ketiga, biasanya bertindak sebagai perwakilan para pihak, mencoba mencapai kesepakatan yang memuaskan bagi kedua belah pihak.
4. **Pengadilan:** Jika mediasi gagal, sengketa dapat dibawa ke pengadilan. **Dalam** hukum Amerika Serikat, pengadilan memiliki hak untuk memutuskan tentang sengketa, termasuk sengketa transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.
5. **Pengadilan Tinggi:** Jika hasil pengadilan di bawah hukum tidak memuaskan bagi salah satu belah pihak, mereka dapat meminta banding ke Pengadilan Tinggi. Pengadilan Tinggi memiliki hak untuk memutuskan tentang kasus yang telah ditentang di pengadilan.

Selain itu, dalam konteks transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, ada juga beberapa peraturan dan undang *Federal Trade Commission Act*, *Consumer Product Safety Commission Act* dan *Federal Communications Commission Act*. – undang-undang yang dapat membantu dalam penyelesaian sengketa. Misalnya, *Federal Trade Commission Act*, *Consumer Product Safety Commission Act* dan *Federal Communications Commission Act*. Proses penyelesaian sengketa pada *platform marketplace* dapat memakan waktu dan memerlukan banyak upaya, tetapi dengan mengikuti langkah-langkah di atas, konsumen dan penjual dapat mencapai penyelesaian sengketa.

2.2 Singapura

Singapura sebagai salah satu Negara di Asia yang maju sisi perdagangannya termasuk perdagangan melalui *platform marketplace*, sehingga dijadikan sebagai perbandingan hukum. Aturan perlindungan hukum konsumen dan *marketplace* pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* di Singapura melibatkan beberapa aspek penting:

1. ***Consumer Protection Act (CPA)***: *CPA* adalah hukum utama yang melindungi konsumen di Singapura. Hukum ini menjamin hak-hak konsumen dan memberikan perlindungan terhadap penipuan dan penipuan. Hukum ini memastikan bahwa perusahaan tidak dapat menggunakan teknik penipuan atau penipuan untuk menipu konsumen. Di Singapura aturan perlindungan konsumen berupa *The Consumer Protection (Trade Description and Safe-ty Requirement Act)* Tahun 1975.¹¹

¹¹ *Ibid.*

2. ***Consumer Protection Council (CPC)***: *CPC* adalah lembaga independen yang bertugas untuk melindungi konsumen dan memastikan bahwa perusahaan beroperasi dengan cara yang adil dan bertanggung jawab. *CPC* memiliki kewenangan untuk melakukan penelitian, mengumpulkan data, dan melakukan tindakan hukum untuk melindungi konsumen dan memastikan bahwa perusahaan beroperasi dengan cara yang adil dan bertanggung jawab.
3. ***Monetary Authority of Singapore (MAS)***: *MAS* adalah lembaga pemerintah yang bertugas untuk melindungi konsumen dalam berbagai aspek keuangan, termasuk pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. *MAS* memiliki kewenangan untuk melakukan penelitian, mengumpulkan data dan melakukan tindakan hukum untuk melindungi konsumen dalam berbagai aspek keuangan.
4. ***Electronic Commerce Act (ECA)***: *ECA* adalah hukum yang melindungi hak privasi konsumen *online*. Hukum ini memastikan bahwa perusahaan tidak dapat mengumpulkan atau menggunakan informasi pribadi konsumen tanpa persetujuan konsumen.
5. ***Fair Trading Practices Act (FTPA)***: *FTPA* adalah hukum yang melindungi konsumen dari penipuan dan penipuan. Hukum ini memastikan bahwa perusahaan tidak dapat menggunakan teknik penipuan atau penipuan untuk menipu konsumen.

Proses penyelesaian sengketa pada *platform marketplace* di Singapura harus dilakukan dalam jangka waktu yang ditentukan oleh hukum. Misalnya, *CPC* wajib mengeluarkan putusan paling lambat dalam waktu dua puluh satu hari kerja setelah gugatan diterima.

Penyelesaian sengketa pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* di Singapura melibatkan beberapa langkah dan proses yang harus diikuti oleh para pihak yang terlibat. Berikut ini adalah beberapa langkah yang biasanya dilakukan :

1. **Pengaduan:** Pertama, konsumen atau penjual yang merasa dirugikan dapat melakukan pengaduan kepada pihak *marketplace* atau pihak lain yang terlibat.
2. **Negosiasi:** Kemudian, para pihak akan mencoba menyelesaikan sengketa melalui negosiasi. Ini bisa melibatkan diskusi antara kedua belah pihak, atau bahkan dengan pihak pihak ketiga, seperti pihak *marketplace*.
3. **Mediasi:** Jika negosiasi gagal, pihak *marketplace* atau pihak lain yang terlibat biasanya akan menawarkan mediasi. Mediasi adalah proses di mana pihak ketiga, biasanya bertindak sebagai perwakilan para pihak, mencoba mencapai kesepakatan yang memuaskan bagi kedua belah pihak.
4. **Pengadilan:** Jika mediasi gagal, sengketa dapat dibawa ke pengadilan. Dalam hukum Singapura, pengadilan memiliki hak untuk memutuskan tentang sengketa, termasuk sengketa pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.
5. **Pengadilan Tinggi:** Jika hasil pengadilan di bawah hukum tidak memuaskan bagi salah satu belah pihak, mereka dapat meminta banding ke Pengadilan Tinggi. Pengadilan Tinggi memiliki hak untuk memutuskan tentang kasus yang telah ditentang di pengadilan.

Selain itu, dalam konteks transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, ada juga beberapa peraturan dan undang-undang yang dapat membantu dalam penyelesaian sengketa. Misalnya, *Personal Data Protection Act (PDPA)*, *Spam Control Act (SCA)* dan *Consumer Protection (Fair Trading) Act (CPFTA)*. Proses penyelesaian sengketa transaksi jual beli melalui *platform marketplace* di Singapura harus dilakukan dalam jangka waktu yang ditentukan oleh hukum. Misalnya, CPC wajib mengeluarkan putusan paling lambat dalam waktu 21 (dua puluh satu) hari kerja.

3. Implikasi dari Hasil Perbandingan Hukum pada Aspek Perlindungan Hukum dan Mekanisme serta Upaya Penyelesaian Sengketa pada Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace* di Beberapa Negara

Dari hasil studi perbandingan hukum pada aspek perlindungan hukum dan mekanisme serta upaya penyelesaian sengketa pada transaksi jual Beli melalui *platform marketplace* di beberapa negara, maka implikasi yang dapat diperoleh oleh peneliti bagi kemajuan Hukum Perlindungan Konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* di Indonesia, yaitu:

- a. Dari sisi pemberlakuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, keempat negara yang dijadikan perbandingan hukum telah memberlakukan aturan mengenai Undang-Undang Perlindungan Konsumen. hampir semua negara menerapkan aturan mengenai Undang-Undang Perlindungan Konsumen, seperti di Belanda, yaitu *Wet op de Bescherming van de Consumenten*), di Amerika Serikat seperti *The Uniform Trade Practices and Consumer Protection Act (UTPCP)* Tahun 1967, diamendir tahun 1969 dan 1970, kemudian *Unfair Trade*

Practices and Consumer Protection (Louisiana) Law, Tahun 1973, *Online Privacy Rights Act* hukum yang melindungi hak privasi konsumen *online*, *Fair Trade Commission Act* hukum yang melindungi konsumen dari penipuan dan penipuan. Selain itu konsep hukum perlindungan konsumen yang dapat dianulir dari Negara Amerika Serikat, yaitu terkait pengaturan *Safe Harbor* adalah suatu kebijakan atau peraturan yang mengatur mengenai pembatasan tanggung jawab dan kewajiban penyedia *platform* berbasis *User Generated Content (UGC)* dengan pedagang (*merchant*) dan pengguna *platform*. Untuk mendapatkan perlindungan *Safe Harbor* harus diikuti dengan peraturan secara lengkap dan tegas sanksinya, sehingga dapat dengan jelas diketahui apa saja indikator sebuah penyedia layanan *platform* yang dapat diberikan *Safe Harbor* agar tidak terjadi penyalahgunaan. Pengaturan *Safe Harbor* di Indonesia sebenarnya sudah diatur dalam Surat Edaran Kominfo Nomor 5 Tahun 2016. Namun di dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 substansi mengenai *Safe Harbor* terkait tanggung jawab *marketplace* yang ada di dalam Surat Edaran Menteri belum diatur. Namun Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik terkait tanggung jawab *marketplace* sebagai penyelenggara sistem elektronik atas pelanggaran hak cipta Berdasarkan hasil penelitian ini, maka penulis memperoleh hasil bahwasyarat dan ketentuan *Marketplace* yaitu Shopee dan Tokopedia selaku PSE dalam mencegah perdagangan barang atau jasa yang melanggar Hak Cipta telah mengatur cukup jelas mengatur terkait pelanggaran Hak Cipta. Tanggung jawab *marketplace* selaku PSE terhadap transaksi perdagangan yang melanggar hak cipta dilihat dari perbandingan Peraturan *Digital Millennium Copyright Act* dan Peraturan pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik adalah

Indonesia belum memiliki kepastian hukum mengenai perlindungan Safe Harbor kepada *Marketplace*.¹²

Hukum Perlindungan Konsumen di Singapura, seperti *Consumer Protection Act (CPA)* hukum utama yang melindungi konsumen di Singapura, *Electronic Commerce Act (ECA)* adalah hukum yang melindungi hak privasi konsumen *online* dan *Fair Trading Practices Act (FTPA)* adalah hukum yang melindungi konsumen dari penipuan dan penipuan.

- b. Dari sisi kelembagaan perlindungan konsumen pada *platform* perdagangan *online (marketplace)*, di Belanda terdapat Komisi Perlindungan Konsumen (*Commissie voor de Bescherming van de Consumenten*). Ini adalah lembaga yang bertanggung jawab untuk mengawasi penerapan hukum perlindungan konsumen di Belanda. Di Amerika Serikat terdapat *Federal Trade Commission (FTC)* adalah lembaga pemerintah federal yang bertugas untuk melindungi konsumen dan memastikan bahwa perusahaan beroperasi dengan cara yang adil dan bertanggung jawab. FTC adalah kewenangan untuk melakukan penelitian, mengumpulkan data, dan melakukan tindakan hukum untuk melindungi konsumen dan memastikan bahwa perusahaan beroperasi dengan cara yang adil dan bertanggung jawab, *Consumer Product Safety Commission (CPSC)* adalah lembaga pemerintah federal yang bertugas untuk melindungi konsumen dari produk yang tidak aman. CPSC melakukan penelitian, mengumpulkan data dan

¹² Mega Junia Erliyandi M. Zairul Alam dan Diah Pawestri, "Analisis Pengaturan Safe Harbor Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Terkait Tanggung Jawab *Marketplace* Sebagai Penyelenggara Sistem Elektronik Atas Pelanggaran Hak Cpta", Diakses pada tanggal 6 Oktober 2024 Pukul 11.42 WIB., <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/186760/>

melakukan tindakan hukum untuk melindungi konsumen dari produk yang tidak aman dan *Federal Communications Commission (FCC)* adalah lembaga pemerintah federal yang bertugas untuk melindungi konsumen dalam berbagai aspek komunikasi, termasuk internet dan telepon.

Consumer Protection Council (CPC) adalah lembaga independen yang bertugas untuk melindungi konsumen dan memastikan bahwa perusahaan beroperasi dengan cara yang adil dan bertanggung jawab. CPC memiliki kewenangan untuk melakukan penelitian, mengumpulkan data, dan melakukan tindakan hukum untuk melindungi konsumen dan memastikan bahwa perusahaan beroperasi dengan cara yang adil dan bertanggung jawab. Selain itu, di Amerika Serikat juga terdapat Liga Konsumen Nasional (*The National Consumer's League*) di Amerika Serikat. Organisasi ini kemudian tumbuh dan berkembang dengan pesat, sehingga pada tahun 1903 Liga Konsumen Nasional di Amerika Serikat telah berkembang menjadi 64 cabang yang meliputi 20 negara bagian. Di Singapura sendiri terdapat *Monetary Authority of Singapore (MAS)* adalah lembaga pemerintah yang bertugas untuk melindungi konsumen dalam berbagai aspek keuangan, termasuk pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. MAS memiliki kewenangan untuk melakukan penelitian, mengumpulkan data dan melakukan tindakan hukum untuk melindungi konsumen dalam berbagai aspek keuangan. Mekanisme dan proses penyelesaian sengketa transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, seperti pada Negara Belanda konsumen atau penjual yang merasa dirugikan dapat melakukan pengaduan kepada pihak *marketplace* atau pihak lain yang terlibat. Kemudian, para

pihak akan mencoba menyelesaikan sengketa melalui negosiasi. Ini bisa melibatkan diskusi antara kedua belah pihak, atau bahkan dengan pihak-pihak ketiga seperti pihak *marketplace*. Jika negosiasi gagal, pihak *marketplace* atau pihak lain yang terlibat biasanya akan menawarkan mediasi. Para pihak, mencoba mencapai kesepakatan yang memuaskan bagi kedua belah pihak. Jika mediasi gagal, sengketa dapat dibawa ke pengadilan. Dalam Hukum Belanda, pengadilan memiliki hak untuk memutuskan tentang sengketa, termasuk sengketa pada *platform marketplace*. Hal ini berbeda dengan proses penyelesaian sengketa, dimana di Indonesia para pihak yang bersengketa dapat menempuh jalur peradilan dan non peradilan, sedangkan apabila salah satu pihak ada yang tidak menerima penyelesaian melalui jalur non peradilan, maka penyelesaian sengketa dapat diajukan keberatan ke Pengadilan.

Mekanisme penyelesaian sengketa dalam perdagangan *online* di Jepang sering menggunakan *Alternative Dispute Resolution (ADR)*, termasuk *Online Dispute Resolution (ODR)*. *ADR* adalah metode penyelesaian sengketa di luar pengadilan yang memungkinkan pihak-pihak yang bersengketa untuk menyelesaikan masalah mereka melalui mediasi atau arbitrase, bukan melalui proses hukum tradisional. *ODR* adalah bentuk *ADR* yang dilakukan secara *online*, memungkinkan pihak-pihak untuk menyelesaikan sengketa mereka melalui *platform* perdagangan digital. Untuk menyelesaikan sengketa yang muncul dari transaksi perdagangan *online*, mekanisme *ODR* menjadi solusi yang efektif. *ODR* melibatkan negosiasi, mediasi, dan arbitrase sebagai metode penyelesaian sengketa. Penyelesaian sengketa *online* di Jepang juga melibatkan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (ICT) untuk memfasilitasi

proses penyelesaian sengketa. Dengan kemajuan teknologi ini, proses penyelesaian sengketa menjadi lebih cepat dan efisien, memungkinkan para pihak untuk menyelesaikan masalah mereka dengan lebih cepat dan dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan proses hukum tradisional. Secara keseluruhan, perdagangan *online* di Jepang dan mekanisme penyelesaian sengketa yang ada dirancang untuk memaksimalkan manfaat dari perdagangan elektronik, sambil memastikan bahwa konsumen dilindungi dan transaksi berjalan dengan lancar.

B. Rekonstruksi Hukum Ke depan (*Ius Constituendum*) untuk Memitigasi Risiko dan Mewujudkan Perlindungan Hukum antara Konsumen, Pelaku Usaha dan *Marketplace*

Dalam prakteknya, jika terjadi sengketa konsumen pada *platform marketplace*, maka penyelesaian dilakukan melalui secara damai oleh kedua belah pihak terlebih dahulu atau sering dikenal dengan istilah kekeluargaan namun jika dari upaya ini tidak memperoleh kesepakatan, maka tidak menutup kemungkinan untuk penyelesaian sengketa dilakukan dengan menempuh jalur peradilan. Hasil penelitian yang telah ada, yaitu berupa upaya perlindungan hukum bagi konsumen yang dilakukan secara preventif, represif, protektif, solutif dan alternatif melalui penyelesaian sengketa, baik jalur litigasi maupun nonlitigasi, sehingga perlindungan hukum terhadap konsumen yang memanfaatkan *platform marketplace* sebagai sarana alternatif dalam berbelanja *online* dapat terjamin dengan adanya upaya hukum dari pemanfaatan regulasi yang mengatur tentang perdagangan elektronik khususnya pada *platform marketplace*.¹³

¹³ Tasya Safranita Ramli, dkk., "Aspek Hukum Platform E-Commerce Dalam Era Transformasi Digital", *Jurnal Studi Komunikasi dan Media Fakultas Hukum Universitas Padjajaran* 24, no. 02 (2020): 1.

1. Konsep Hukum arah Rekonstruksi Hukum Transaksi Jual Beli pada *Platform Marketplace*

Politik hukum mempunyai peran yang sangat penting dalam pembentukan peraturan perundang-undangan dan hukum nasional Indonesia, mengingat Politik hukum dijadikan sebagai pedoman dasar dalam proses penentuan nilai-nilai, penetapan, pembentukan dan pengembangan hukum nasional di Indonesia. Permasalahan dalam penyelenggaraan sistem dan politik hukum pada dasarnya meliputi substansi hukum, struktur hukum, dan budaya hukum. Tumpang Tindih dan inkonsistensi peraturan perundang-undangan. Permasalahan dalam penyelenggaraan sistem dan politik hukum pada dasarnya meliputi substansi hukum, struktur hukum dan budaya hukum. Tumpang Tindih dan inkonsistensi Peraturan Perundang-undangan termasuk dalam hal ini adalah politik pembangunan Hukum.

Politik Pembangunan Hukum sehubungan dengan diberlakukannya UUPK. Hal ini dapat terlihat Pertama, dari hasil penelitian Disertasi Abdul Halim Barkatullah dari Program Doktor Ilmu Hukum Univeristas Islam Indonesia Yogyakarta tahun 2006. Hasil penelitiannya berjudul: “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi *E-Commerce* Lintas Negara di Indonesia”. Dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa jika terjadi sengketa, hukum yang berlaku adalah hukum pelaku usaha. Dimana konsumen dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace* lintas negara berada dalam posisi tawar yang lemah, sehingga memerlukan perlindungan hukum dalam bentuk intervensi negara dalam transaksi perdagangan pada *platform marketplace*. Bentuk perlindungan hukum bagi konsumen

dalam transaksi perdagangan pada *platform marketplace* lintas negara di Indonesia dibagi lagi ke dalam 3 (tiga) fase, yaitu: ¹⁴

- Pertama, fase perlindungan sebelum transaksi;
- Kedua, fase perlindungan hukum saat transaksi; dan
- Ketiga, fase perlindungan hukum pasca transaksi.

Selain penelitian Disertasi tersebut juga di atas, Kedua, terdapat penelitian Disertasi dari Sdr. Ratu Galuh Gerllian Wirasuta dari Program Doktor Ilmu Hukum Universitas Pansundan Bandung tahun 2018 juga melakukan penelitian Disertasi yang berjudul "*Transaksi Elektronik dalam Sistem E-Commerce Sebagai Upaya Pengembangan Perekonomian Indonesia*". Dari hasil penelitiannya diketahui bahwa pemanfaatan sistem *platform marketplace* dalam transaksi elektronik mempunyai peranan penting dalam meningkatkan perdagangan dan perekonomian nasional.

Ketiga, Penelitian Disertasi yang ditulis oleh Abd. Syakur dengan judul "*Rekonstruksi Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Melalui Kebijakan Pemerintah untuk Mendukung Ekonomi Digital yang Berkeadilan*", pada Program Doktor (S3) Ilmu Hukum (PDIH) Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang Tahun 2022. Dalam Disertasi ini Abd. Syakur, menguji dan mengkaji rekonstruksi perlindungan hukum konsumen transaksi *e-commerce* untuk mendukung Ekonomi Digital yang berkeadilan melalui Kebijakan Pemerintah.

Selanjutnya Keempat, Disertasi yang ditulis oleh Stella, dengan judul "*Pertanggungjawaban Hukum Perdata Penyelenggara Sarana Perantara Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (E-Commerce) di Indonesia*", pada Program Doktor Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara Medan Tahun 2023.

¹⁴ Abdul Halim Barkatullah (2006), "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen E-Commerce Lintas Negara di Indonesia" (*Disertasi Program Doktor Ilmu Hukum Univeristas Islam Indonesia*): 1. Retrieved from <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/9394>.

Dalam Disertasi ini Stella menguji dan mengkaji mengenai pertanggungjawaban Hukum Perdata dari Penyelenggara Sarana Perantara Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*E-Commerce*) di Indonesia.

Keberadaan UU Perdagangan dan PP PMSE sangat penting melihat potensi dan pertumbuhan perdagangan melalui sistem *platform marketplace* di Indonesia. Berlakunya Permendag Nomor 50 Tahun 2020, hanya mengatur perihal perizinan dalam transaksi elektronik melalui sistem *platform marketplace*, maka Pemerintah juga harus membentuk suatu aturan berupa petunjuk pelaksanaan dan petunjuk teknis agar prinsip pengolaan data yang baik, termasuk data pribadi, perlindungan konsumen, domain, dan ketaatan hukum dapat tercapai agar dapat membantu semua pihak, baik pemerintah maupun swasta, sehingga pertumbuhan ekonomi digital Indonesia makin memberi manfaat bagi seluruh rakyat Indonesia.

Perlindungan dan tanggung jawab hukum yang dihadapi konsumen dalam melakukan transaksi elektronik, yaitu perlindungan hukumnya terletak pada sejauh mana para pihak tunduk pada azas kebebasan berkontrak. Penanggulangan kerugian para pihak pada transaksi elektronik dalam sistem *e-commerce* melalui kontrak elektronik berdasarkan UU ITE dan PP PSTE tetap diakui sebagai transaksi elektronik yang sah dan dapat dipertanggungjawabkan, karena persetujuan atas transaksi elektronik dalam merupakan bentuk tindakan penerimaan yang menyatakan persetujuan dalam kesepakatan pada transaksi elektronik. Pelaku usaha dalam *e-commerce* juga harus bertanggung jawab dengan memberikan ganti kerugian terhadap kerugian yang diderita oleh pihak konsumen sebagaimana yang telah diatur dalam perundang-undangan.

Kerangka regulasi perdagangan elektronik adalah dengan pemberlakuan PP Nomor 80 Tahun 2019, bertujuan untuk mengklarifikasi UU yang sudah ada serta regulasi yang spesifik untuk perdagangan elektronik. Pembentukan kebijakan transaksi elektronik merujuk kepada tujuan hukum untuk menciptakan adanya keseimbangan kepentingan baik dari pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi elektronik berupa kepastian dan perlindungan hukum yang tertuang PP Nomor 80 Tahun 2019, telah memberikan kepastian hukum atas kegiatan transaksi elektronik dalam sistem *platform marketplace* di Indonesia yang berorientasi pada perlindungan konsumen, namun demikian masih terdapat beberapa ketentuan yang perlu dijabarkan dalam Petunjuk Pelaksanaan (Juklak) dan Petunjuk Teknis (Juknis) oleh Pemerintah sebagai implementasi dari PP Nomor 80 Tahun 2019 berupa Peraturan Menteri Perdagangan untuk menjabarkan cakupan teknis dalam transaksi elektronik terkait dengan pelaku usaha, domain, perlindungan konsumen, dan perlindungan data pribadi sebagai upaya pengembangan perekonomian dalam transaksi elektronik melalui sistem *e-commerce* dan melindungi para pihak yang terlibat dalam transaksi elektronik dalam perdagangan melalui sistem *platform marketplace*.¹⁵

Diketahui bahwa pengaturan mengenai perlindungan hukum *platform marketplace* di Indonesia dalam implementasinya aturan tersebut masih membutuhkan perluasan pengaturan hukum. Khususnya dalam transaksi melalui *platform marketplace* sebagai perluasan ekonomi global agar tidak terjadi

¹⁵ Ratu Galuh Gerllian Wirasuta (2018), "Transaksi Elektronik dalam Sistem E-Commerce Sebagai Upaya Pengembangan Perekonomian Indonesia" (*Disertasi Program Doktor Ilmu Hukum Universitas Pasundan Bandung*): 51-52.

tumpang tindih antara aturan tersebut. Banyak pengaturan di bidang perlindungan konsumen pada transaksi jual beli pada *platform marketplace* yang dinilai *hyper* pengaturan, sehingga perlu dilakukan harmonisasi hukum. Banyak aturan yang mengatur mengenai perlindungan konsumen, seperti UUPK, aturan yang mengatur mengenai informasi dan transaksi elektronik, perdagangan, perlindungan data pribadi, baik dalam bentuk Undang-Undang, Peraturan Pemerintah, Keputusan Presiden, Peraturan Menteri, Keputusan Menteri, Surat Edaran Menteri, Surat Edaran Direktur Jenderal, Peraturan Daerah, POJK, PBI dan lain sebagainya.

Istilah harmonisasi hukum itu sendiri muncul dalam kajian ilmu hukum pada tahun 1992 di Jerman. Kajian harmonisasi hukum ini dikembangkan dengan tujuan untuk menunjukkan bahwa dalam dunia hukum, kebijakan pemerintah dan hubungan diantara keduanya terdapat keanekaragaman yang justru dapat mengakibatkan disharmonisasi dari hukum itu sendiri. Kata harmonisasi ini dalam Bahasa Inggris, yaitu *harmonize*, sedangkan dalam Bahasa Perancis, yaitu *harmonie*, sedangkan dalam Bahasa Yunani disebut *harmonia*.¹⁶ Sedangkan secara ontologis, kata harmonisasi berasal dari kata harmoni yang dalam Bahasa Indonesia berarti pernyataan dari rasa aksi, gagasan dan minat : keselarasan, keserasian.¹⁷

Pengertian harmonisasi hukum dikemukakan menurut Badan Pembinaan Hukum Nasional dalam buku yang disusun oleh Moh. Hasan Wargakusumah dan kawan-kawan, harmonisasi hukum adalah kegiatan ilmiah untuk menuju proses

¹⁶ Suhartono, *loc. cit.*

¹⁷ Kamus Besar Bahasa Indonesia, Diakses pada tanggal 25 Maret 2014 Pukul 21.40 WIB., <https://www.kamusbahasaindonesia.org>.

keselarasan, keserasian.¹⁸

Pengertian harmonisasi hukum dikemukakan menurut Badan Pembinaan Hukum Nasional dalam buku yang disusun oleh Moh. Hasan Wargakusumah dan kawan-kawan, harmonisasi hukum adalah kegiatan ilmiah untuk menuju proses pengharmonisasian tertulis yang mengacu baik pada nilai-nilai filosofis, sosiologis, ekonomis maupun yuridis. Definisi harmonisasi hukum juga dikemukakan oleh L.M. Gandhi yang mengutip dari Buku *tussen eenheid en verscheidenheid: Opstellen over harmonisatie instaat en bestuurecht* (1988) mengatakan bahwa harmonisasi dalam hukum mencakup penyesuaian terhadap peraturan perundang-undangan, keputusan pemerintah, keputusan hakim, sistem hukum dan asas-asas hukum dengan tujuan peningkatan kesatuan hukum, kepastian hukum, keadilan (*justice, gerechtigheid*) dan kesebandingan (*equit, billijheid*) kegunaan dan kejelasan hukum, tanpa mengaburkan dan mengorbankan *pluralism* hukum apabila dibutuhkan.¹⁹

Dari penjelasan di atas, maka menurut penulis harmonisasi hukum merupakan upaya untuk melakukan penyesuaian terhadap asas dan sistem hukum yang berlaku yang bertujuan untuk menghindari disharmonisasi hukum yang ditandai dengan adanya tumpang tindih pengaturan, tumpang tindih kewenangan, terjadinya sengketa pelanggaran hukum dan tindak pidana. Hal tersebut bertujuan untuk terwujudnya keadilan dan kepastian hukum dan yang tidak kalah penting adanya adanya penyederhanaan aturan.

¹⁸ Kamus Besar Bahasa Indonesia, Diakses pada tanggal 25 Maret 2014 Pukul 21.40 WIB., <https://www.kamusbahasaIndonesia.org>.

¹⁹ *Ibid.*

Selanjutnya perlindungan hukum bagi para pengguna *platform marketplace* perlindungan di luar perjanjian.²⁰ Perlindungan hukum bagi para pengguna *platform marketplace* sebagai perluasan ekonomi global mencakup 2 (dua) bagian, yaitu perlindungan dalam perjanjian dan perlindungan di luar perjanjian. Menurut penulis sendiri, aturan perlindungan konsumen saat ini bersifat *hyper* pengaturan dan terdapat ketidakselarasan dan perlu disinkronkan antara pengaturan yang satu dengan pengaturan yang lainnya. UUPK yang seharusnya berfungsi sebagai aturan payung perlindungan pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* masih belum sepenuhnya mengakomodir perlindungan hukum bagi konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Sesuai dengan tujuan politik hukum nasional adalah :²¹

1. Sebagai suatu alat (*tool*) atau sarana dan langkah yang dapat digunakan oleh pemerintah untuk menciptakan suatu sistem hukum nasional yang dikehendaki.
2. Dengan sistem hukum nasional akan diwujudkan cita-cita Bangsa Indonesia yang lebih besar.

Pembangunan hukum merupakan tindakan atau kegiatan yang dimaksudkan untuk melakukan proses yang berkelanjutan. Karena unsur-unsur tersebut saling mempengaruhi. Hukum harus dibangun secara simultan, sinkron dan terpadu. Pembangunan hukum juga diarahkan pada terwujudnya sistem hukum nasional yang mengabdikan kepada kepentingan nasional dengan penyusunan awal materi hukum secara menyeluruh yang bersumber pada Pancasila dan UUD NRI 1945, khususnya penyusunan produk hukum baru yang sangat dibutuhkan untuk

²⁰ Komang Restiawan dan I Wayan Novy Purwanto, "Perlindungan Bagi Pengguna E-Commerce Dalam Perluasan EKonomi Global", *Jurnal Kertha Semaya Fakultas Hukum Universitas Udayana* 10, no. 2 (2022): 475.

²¹ *Ibid.*, hlm. 115-16.

mendukung tugas umum pemerintahan dan arah pembangunan di bidang hukum adalah penegakan hukum di semua lapisan kehidupan. Selain itu, hukum diterapkan secara adil untuk semua kalangan. Hal ini untuk mewujudkan Indonesia sebagai negara hukum.

Arah kebijakan politik hukum nasional dilandaskan pada keinginan untuk melakukan pembenahan sistem dan politik hukum yang dilandaskan pada 3 (tiga) prinsip dasar yang wajib dijunjung oleh setiap warga negara, yaitu:

1. Supremasi Hukum
2. Kesetaraan di hadapan hukum; dan
3. Penegakan hukum dengan cara-cara yang tidak bertentangan dengan hukum.

Berbicara mengenai Politik Perundang-undangan merupakan bagian dari Politik Hukum, yaitu berkenaan dengan hukum yang tertulis. Dimana Politik Perundang-undangan itu sendiri lebih sempit dari politik hukum, karena hanya menyangkut *jus scriptum* (hukum tertulis) yang memuat norma hukum yang mengikat secara umum dan dibentuk atau ditetapkan oleh lembaga negara atau pejabat yang berwenang melalui prosedur yang ditetapkan dalam Peraturan Perundang-undangan. Politik perundang-undangan merupakan arah kebijakan pemerintah atau negara mengenai pengaturan (substansi) hukum yang dituangkan dalam peraturan perundang-undangan (hukum tertulis) untuk mengatur kehidupan berbangsa dan bernegara.

Adapun landasan politik perundang-undangan terdiri dari Pancasila, UUD 1945 dan Peraturan atau Kebijakan implementatif dari politik peraturan perundang-undangan. Dalam melaksanakan politik peraturan perundang-undangan,

seharusnya perlu diperhatikan pula mengenai pola pikir pembentukan peraturan perundang-undangan (hukum) yang harus disesuaikan dengan prinsip-prinsip:

1. Segala jenis peraturan perundang-undangan merupakan satu kesatuan sistem hukum yang bersumber pada Pancasila dan UUD 1945.
2. Tidak semua aspek kehidupan bermasyarakat dan bernegara harus diatur dengan peraturan perundang-undangan.
3. Pembentukan peraturan perundang-undangan, selain mempunyai dasar-dasar yuridis, juga mempertimbangkan dasar-dasar filosofis dan kemasyarakatan tempat kaidah tersebut akan berlaku.
4. Pembentukan peraturan perundang-undangan selain mengatur keadaan yang ada harus mempunyai jangkauan masa depan.
5. Pembentukan peraturan perundang-undangan bukan hanya sekedar menciptakan instrumen kepastian hukum tetapi juga merupakan instrumen keadilan dan kebenaran.
6. Pembentukan peraturan perundang-undangan harus didasarkan pada partisipasi masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung (peran serta masyarakat).
7. Pembentukan peraturan perundang-undangan harus didasarkan asas dan materi muatan peraturan perundang-undangan.

Dalam konsepsi seperti ini, maka politik pembaharuan hukum harus merupakan pelaksanaan cita-cita bangsa dan atau tujuan nasional, sehingga hukum yang dihasilkan dari mesin legislasi dapat berlaku secara nasional, tidak tumpang tindih, tersusun secara hierarki dan bermuara pada konstitusi. Namun, jika terpaksa

dilahirkan perundang-undangan yang menyimpang, maka ia tetap merupakan pelaksanaan tujuan nasional. Untuk itu *grand design* perlu disusun agar politik hukum perundang-undangan memiliki arah yang jelas dan akselerasi terhadap terwujudnya negara kesejahteraan.²²

Politik Perundang-Undangan di Bidang Perlindungan Konsumen diharapkan juga melakukan upaya peningkatan dan penyempurnaan pembinaan hukum nasional dalam rangka pembaharuan hukum, dengan antara lain mengadakan kodifikasi serta unifikasi hukum di bidang tertentu dengan memperhatikan kesadaran hukum yang berkembang dalam masyarakat tetapi juga memantapkan hubungan dan peranan badan-badan penegak hukum sesuai dengan fungsi dan kewenangannya masing-masing, memantapkan sikap dan perilaku penegak hukum serta kemampuannya dalam rangka meningkatkan citra dan wibawa serta aparat penegak hukum, meningkatkan penyelenggaraan bantuan hukum bagi lapisan masyarakat yang kurang mampu, meningkatkan prasarana dan sarana yang diperlukan untuk menunjang pembangunan bidang hukum, meningkatkan penyuluhan hukum untuk meningkatkan kesadaran hukum masyarakat.

Di era Orde Baru, politik pembangunan hukum telah mengalami pergeseran bukan lagi menjadi hukum pembangunan bukan lagi hukum revolusi, ide-ide untuk tidak lagi memberlakukan hukum kolonial yang dari barat menjadi tidak populer. Dalam praktek para yuris harus menghadapi banyak permasalahan ekonomi, politik, sosial dan budaya belum lagi persoalan agama yang mempersulit

²² Andi Mattalatta, "Politik Hukum Perundang-undangan". *Jurnal Legislasi Indonesia* 6, no. 4 (Desember 2009): 571.

penjabaran dan implementasi sebagai cita-cita *rule of law* dan negara yang berdasarkan hukum. Hukum sering diperlakukan sebagai sarana yang harus tunduk pada tujuan pembangunan, bahkan hukum sering difungsikan untuk merasionalisasikan kebijakan pemerintah, khususnya kebijakan eksekutif.²³ Politik perundang-undangan terhadap keberlakuan UUPK sendiri saat ini dipandang perlu untuk dilakukan reformula kembali terutama terkait pasal-pasal yang berkaitan langsung dengan kepentingan konsumen yang dilanggar hak-haknya oleh pelaku usaha.

Reformula Hukum konsep hukum arah Rekonstruksi (*ius constituendum*) memiliki implikasi dogmatis yang cukup signifikan, terutama dalam konteks aturan perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* yang seimbang berdasarkan asas kepastian hukum. Perubahan Hukum dengan melakukan reformula *ius constituendum* berarti bahwa hukum dapat berubah dan berkembang seiring dengan perkembangan masyarakat dan perubahan sosial, ekonomi, dan politik. Ini berarti bahwa hukum yang ada saat ini mungkin akan berubah atau diperbarui di masa depan. Dalam konteks perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Ini berarti bahwa aturan dan regulasi yang ada saat ini mungkin akan berubah atau diperbarui di masa depan untuk memastikan bahwa semua pihak diberikan perlindungan yang seimbang dan adil.

Reformula *ius constituendum* juga menunjukkan bahwa penafsiran hukum dapat berubah seiring dengan perkembangan masyarakat dan perubahan sosial, ekonomi dan politik. Ini berarti bahwa bagaimana hukum ditafsirkan

²³ *Ibid.*, hlm. 109-110.

dan diterapkan dapat berubah seiring dengan waktu. Dalam konteks perlindungan konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace*, ini berarti bahwa bagaimana perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* ditafsirkan dan diterapkan dapat berubah seiring dengan waktu. Reformula *ius constituendum* juga menunjukkan bahwa hukum dapat berkembang dan menjadi lebih baik seiring dengan perkembangan masyarakat dan perubahan sosial, ekonomi, dan politik. Dalam konteks perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* ini berarti bahwa aturan dan regulasi yang ada saat ini mungkin akan berkembang dan menjadi lebih baik di masa depan untuk memastikan bahwa semua pihak diberikan perlindungan yang seimbang dan adil. Dengan demikian, reformulasi *ius constituendum* memiliki implikasi dogmatis yang signifikan dalam konteks perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Reformula ini menunjukkan bahwa hukum dapat berubah, dan berkembang dan menjadi lebih baik seiring dengan perkembangan masyarakat dan perubahan sosial, ekonomi dan politik.

- **Reformula UUPK:**

Sistem hukum berarti berbicara tentang sesuatu yang berdimensi sangat luas. Selanjutnya mencuplik pendapat Friedman, yang mengemukakan bahwa dalam sebuah sistem hukum (termasuk juga sistem Hukum Indonesia).²⁴ juga sistem hukum Indonesia).²⁵ Bahkan dalam sub sistem atau unsur-unsur sistem masih dimungkinkan terdapat sub-sub unsur. Reformula hukum ini berarti sebagai proses membangun kembali atau

²⁴ Satjipto Raharjo, *loc. cit.*

²⁵ *Ibid.*

menciptakan kembali atau melakukan pengorganisasian kembali terhadap struktur hukum, substansi hukum, dan budaya hukum yang sudah ada menjadi lebih baik dan berfungsi sebagaimana harusnya. Upaya membangun melalui rekonstruksi hukum tersebut diarahkan untuk menemukan kehendak hukum (*recht idee*), kehendak masyarakat dan kehendak moral. kehendak hukum, baik hukum tertulis maupun tidak tertulis.

UUPK dan khususnya hukum yang mengatur penyelesaian sengketa konsumen idealnya agar dapat memenuhi nilai-nilai dasar tersebut di atas, perlu memperhatikan nilai filosofis, sosiologis, dan yuridis dalam pembentukannya. Satjipto Rahardjo mengemukakan bahwa:²⁶

1. Filosofis adalah pandangan hidup Bangsa Indonesia dalam berbangsa dan bernegara, yaitu Pancasila. Penjabaran nilai-nilai Pancasila di dalam hukum mencerminkan suatu keadilan, ketertiban dan kesejahteraan yang diinginkan oleh Masyarakat Indonesia.
2. Sosiologis, yaitu budaya Bangsa Indonesia yang tumbuh dan berkembang sesuai dengan kesadaran hukum masyarakat Indonesia yang ber-Bhineka Tunggal Ika, berwawasan Nusantara.
3. Yuridis, yaitu nilai-nilai dasar UUD 1945, yang dijiwai oleh nilai-nilai keadilan bagi seluruh lapisan masyarakat yang tidak memihak kepada kepentingan orang seorang saja, melainkan kepentingan orang banyak.

Nilai-nilai tersebut di atas perlu terdapat dalam setiap peraturan perundang-undangan, khususnya UUPK dan peraturan pelaksanaannya karena merupakan satu kesatuan yang didasari oleh kesatuan sumber, yaitu:²⁷

1. Nilai-nilai filosofis, yang dibentuk untuk memenuhi peranannya dalam fungsinya sebagai sarana ketertiban usaha. Jika timbul sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha diselesaikan melalui proses penyelesaian sengketa yang sederhana, murah dan cepat, sehingga fungsi undang-undang ini dapat dirasakan oleh masyarakat luas.

²⁶ Satjipto Rahardjo, *Hukum dan Perubahan Sosial* (Bandung : Alumni, 1979): 40.

²⁷ Susanti Adi Nugroho, *op. cit.*, hlm. 38-39.

2. Nilai-nilai filosofis, yang dibentuk untuk memenuhi peranannya dalam fungsinya sebagai sarana ketertiban usaha. Jika timbul sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha diselesaikan melalui proses penyelesaian sengketa yang sederhana, murah dan cepat, sehingga fungsi undang-undang ini dapat dirasakan oleh masyarakat luas.
3. Nilai sosiologis, yang terkandung dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, yang merupakan salah satu syarat untuk memenuhi kebutuhan hukum dalam pembangunan di era globalisasi ini berhubungan dengan relevansi sosial dibentuknya UUPK, yaitu kebutuhan akan melindungi kepentingan konsumen secara komprehensif serta dapat diterapkan secara efektif di masyarakat.
4. Nilai Yuridis, yaitu kewenangan pembuatan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, dan peraturan-peraturan pelaksanaannya. Apabila dikaji maka dapat dikatakan bahwa ketiga nilai tersebut, filosofis, sosiologis dan yuridis telah terpenuhi. Namun, dari segi kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen masih memerlukan pengkajian lebih jauh.

Pada tanggal 20 April 1999 UUPK, telah diundangkan dan mulai diberlakukan setahun, setelah diundangkan terhitung sejak 20 April 2000, hingga kini belum banyak perbaikan menyangkut hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen.²⁸

Berdasarkan konsiderans Menimbang dari UUPK diatur bahwa pertimbangan diberlakukannya UUPK, yaitu:²⁹

- a. Pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat adil dan makmur yang merata materiil dan spiritual dalam era demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945;
- b. Pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha, sehingga mampu menghasilkan beraneka barang dan/atau jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan/atau jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen;

²⁸ Janus Sidabook, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia* (Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 2010): 4.

²⁹ Konsiderans Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

- c. Semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah dan keamanan barang dan/atau jasa yang diperolehnya di pasar;
- d. Untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab;
- e. Ketentuan hukum yang melindungi kepentingan konsumen di Indonesia belum memadai; sehingga berdasarkan pertimbangan tersebut di atas diperlukan perangkat peraturan perundang-undangan untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha, sehingga tercipta perekonomian yang sehat;
- f. Untuk itu perlu dibentuk Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen.

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka terlihat bahwa dasar pertimbangan dibentuknya UUPK, yaitu:

Pertama, pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha, sehingga mampu menghasilkan beraneka barang dan/jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan/jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen;

Kedua, semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah, keamanan barang dan/atau jasa yang diperolehnya di pasar;

Ketiga, untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap perilaku usaha yang bertanggung jawab.

Hukum yang menjadi dasar pelaksanaan perlindungan konsumen, sendi utamanya adalah falsafah Pancasila, sebagai pandangan hidup bangsa dan dasar Negara Republik Indonesia. Oleh karena itu, UUPK sebagai produk dari Dewan Perwakilan Rakyat juga terikat pada pandangan hidup dan dasar Negara Pancasila. Dimana guna memenuhi butir-butir falsafah tersebut di atas, UUPK menegaskan, bahwa perlindungan konsumen Indonesia berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan, serta kepastian hukum.³⁰ Kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen itu antara lain adalah dengan meningkatkan harkat dan martabat konsumen dan menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab.

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh UUPK ini umumnya dapat dibagi dalam:³¹

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen dalam melindungi diri;
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informatif, serta akses untuk mendapatkan informasi;
5. Membubuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen, sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha; dan
6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

³⁰ *Ibid.*, Penjelasan Umum Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

³¹ *Ibid.*, Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Pemberdayaan konsumen itu adalah dengan meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandiriannya melindungi diri sendiri, sehingga mampu mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan menghindari berbagai eksekusi negatif pemakaian, penggunaan, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa perkara sengketa konsumen yang timbul karena kerugian harta benda, kesehatan tubuh atau kehilangan jiwa konsumen dalam pemakaian, penggunaan dan/atau pemanfaatan produk konsumen. Untuk mencapai tujuan tersebut, UUPK di samping menjamin adanya perangkat-perangkat hukum yang melindungi kepentingan konsumen dan juga bagi pelaku usaha yang terlihat dari adanya Klausul Eksonerasi dalam perjanjian, juga menjamin adanya kepastian hukum dan terwujud keadilan dan kebenaran dalam proses penegakan hukumnya secara adil dan benar.

Penegakan hukum atau penerapan hukum melalui proses pengadilan merupakan unsur yang penting untuk mencapai kepastian hukum. Peraturan perundang-undangan yang sudah ketinggalan zaman, atau yang bertentangan satu sama lain, tumpang tindih pengaturan, baik isi maupun komposisinya yang tidak jelas sangat mempengaruhi kepastian hukum. Proses penegakan hukum UUPK sebagai salah satu hukum perdata materiil, erat kaitannya dengan hukum formil atau Hukum Acara Perdata, karena fungsi dari hukum acara dalam UUPK adalah untuk mengatur cara mempertahankan dan menerapkan UUPK, sebagai Hukum Perdata Materiil.

Walaupun sudah diundangkan selama kurang lebih 33 (tiga puluh tiga) tahun, UUPK dinilai belum efektif diberlakukan. Keberadaan UUPK belum mampu menjawab semua permasalahan terkait konsumen, terutama dalam hal perlindungan

terhadap keamanan dan keselamatan konsumen. Penyebab kelemahan dari UUPK dapat dilihat dari Undang-Undang itu sendiri, penegakan hukum, sarana dan prasarana pendukung, dan budaya hukum di masyarakat. Hal ini dapat terlihat dari beberapa kelemahan yang dapat diidentifikasi dari keberlakuan UUPK tersebut.

Revisi terhadap UUPK dipandang perlu pasca pemberlakuannya, UUPK dinilai belum efektif menyelesaikan berbagai persoalan yang timbul. UUPK sebagai dasar hukum perlindungan konsumen masih memiliki banyak kelemahan dalam implementasinya. Kondisi ini ditandai dengan keberadaan institusi pelaksana perlindungan konsumen yang belum menjadi bagian utama penentu kebijakan ekonomi serta rendahnya Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK). Sampai dengan saat ini konsumen baru saja memasuki level mampu yang artinya konsumen sudah mengenali hak dan kewajibannya serta mampu menentukan pilihan konsumsinya, namun belum terlalu aktif dalam memperjuangkan hak-haknya sebagai konsumen. IKK Indonesia ini masih rendah sesuai dengan perilaku konsumen Indonesia yang masih enggan untuk komplain apabila terjadi permasalahan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Selain itu, UUPK memiliki kelemahan dalam gramatika, sistematika, dan materi muatan norma sudah tidak lagi memadai dengan perkembangan teknologi informasi saat ini.

Kelemahan dari keberlakuan UUPK, antara lain seperti dalam mengatasi permasalahan di bidang pelayanan umum, seperti bidang industri pangan, transportasi umum, komunikasi, perbankan, perhubungan dan lain-lain. Masih banyak kita temukan gugatan yang dilakukan oleh konsumen, baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama (*class action*) kepada pengusaha karena hak-hak konsumen

dirugikan. Hal ini menunjukkan masih terjadinya ketidakserasian antara kenyataan yang ada dan hal ideal yang dicita-citakan untuk melindungi konsumen. Hal ini terlihat pada permohonan perkara Pengujian Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 pada perkara konstitusi, yang diajukan oleh Zico Leonard Djagardo Simanjuntak tertanggal 3 Februari 2022.

Pemohon telah mengajukan permohonan bertanggal 3 Februari 2022 yang diterima di Kepaniteraan Mahkamah Konstitusi (selanjutnya disebut Kepaniteraan Mahkamah) pada tanggal 4 Februari 2022 berdasarkan Akta 2 Pengajuan Permohonan Pemohon Nomor 18/PUU/PAN.MK/AP3/02/2022 dan telah dicatat dalam Buku Registrasi Perkara Konstitusi Elektronik (e-BRPK) dengan Nomor 23/PUU-XX/2022 pada tanggal 23 Februari 2022, yang telah diperbaiki dan diterima Kepaniteraan Mahkamah pada tanggal 28 Maret 2022. Pemohon memohon untuk melakukan pengujian Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 maka Mahkamah Konstitusi berwenang untuk menerima, memeriksa dan mengadili permohonan ini. Pemohon dalam kedudukan hukum (*Legal Standing*) dan kerugian konstitusional, dimana pemohon telah dirugikan oleh suatu Undang-Undang yang diuji.

Bahwa oleh karena kerugian konstitusional Pemohon dengan diberlakukannya Pasal 18 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen yang menyatakan:

“Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila:

- a. menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha;
- b. menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen;”

Bahwa “... makna dan tujuan perlindungan konsumen..., menurut Mahkamah... adalah sesuatu yang mempertegas adanya bentuk upaya pemerintah dalam memberikan perlindungan hukum kepada konsumen dalam menjamin atau memberikan kepastian hak-hak konsumen dalam hal kemungkinan diteruskannya kepada konsumen barang dan atau jasa yang tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati atau melanggar ketentuan undang-undang, serta diberlakukannya kepada konsumen syarat-syarat yang tidak adil yang menyangkut perilaku produsen dalam memproduksi dan mengedarkan produknya, dari mulai kegiatan promosi hingga layanan purnajual, yang mengakibatkan adanya kerugian pada pihak konsumen...” (vide. Paragraf [3.9.2], halaman 15 Putusan MK Nomor 91/PUU-XV/2017);

Bahwa “...menurut Mahkamah, UU Nomor 8 Tahun 1999 telah dirumuskan dengan mengacu pada filosofi pembangunan nasional, termasuk pembangunan hukum yang memberikan perlindungan terhadap konsumen adalah dalam rangka membangun manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada Pancasila dan UUD 1945. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 hadir untuk melindungi kepentingan konsumen secara integratif dan komprehensif serta dapat diterapkan secara efektif di masyarakat tanpa mematikan usaha para pelaku usaha, melainkan untuk mendorong iklim berusaha yang sehat yang mendorong lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas...” (vide. Paragraf [3.11], halaman 72-73 Putusan MK Nomor 65/PUU-XIII/2015).

Bahwa “... selain mengenai perlindungan konsumen sebagaimana tercantum. di atas, UU Nomor 8 Tahun 1999 juga mengatur mengenai hak-hak konsumen yang merupakan tindakan yang dapat diambil atau dipilih oleh konsumen apabila terdapat perbuatan atau perlakuan yang dirasakan tidak adil terhadap konsumen, sehingga secara konstitusional konsumen bisa bertindak lebih jauh dalam memperjuangkan hak-hak dimaksud. Atau, dengan kata lain, konsumen dapat dengan bebas melakukan pilihan untuk menghindari kerugian hak konstitusional yang dimilikinya apabila ada anggapan atau dugaan bahwa tindakan dari usaha atau penyedia jasa dapat merugikan konsumen...” (vide. Paragraf [3.9.3], halaman 16 Putusan MK Nomor 91/PUU-XV/2017); 4.

Bahwa dengan demikian, Mahkamah Konstitusi telah berpandangan dengan tegas, yang merupakan jiwa terutama daripada Perlindungan Konsumen adalah semata-mata untuk melindungi dan menegakkan hak-hak daripada konsumen, dimana posisi konsumen jelas lebih lemah dari pelaku usaha, sehingga memerlukan Hukum Perlindungan Konsumen untuk menegakkan hak-hak konsumen agar tidak dizholimi oleh pelaku usaha; 5. Bahwa ternyata, sekalipun sudah sedemikian rupa Hukum Perlindungan Konsumen berupaya menegakkan hak-hak konsumen, namun masih ada celah-celah yang selalu berupaya ditembus oleh pelaku usaha, demi membuat kedudukan yang lebih tinggi dari pada konsumen. Hal ini dilakukan dengan cara mempersulit konsumen untuk menegakkan haknya. Salah satunya dalam perkara aquo. 6. Bahwa Pelaku usaha membuat *term and conditions* (klausula baku) yang menentukan forum penyelesaian sengketa ketika terjadi sengketa antara pelaku usaha

dan konsumen. Pelaku usaha menentukan forum tersebut 13 secara sepihak sehingga konsumen tidak mempunyai pilihan penyelesaian sengketa apapun selain yang ditentukan oleh pelaku usaha. Hal ini dimanfaatkan oleh Pelaku Usaha dengan cara menentukan forum penyelesaian sengketa yang sangat tidak menguntungkan bagi konsumen, baik karena lokasi yang jauh dan/atau biaya penggunaan forum yang mahal. Seperti misalnya ada *marketplace* yang memilih penyelesaian sengketa di *SIAC (Singapore Arbitration Centre)* padahal menjalankan usahanya di Indonesia, menjual jasa bagi masyarakat Indonesia dan tunduk pada hukum Indonesia. 7. Bahwa perlu diingat, jika pada umumnya sengketa perlindungan konsumen adalah sengketa yang bernilai kecil dan perkaranya sederhana. Oleh karenanya, konsumen harus diberikan keleluasaan sebeb-besanya untuk memilih cara penyelesaian sengketa terbaik bagi dirinya sendiri. Hal ini bisa saja dilakukan dengan misalnya melalui gugatan sederhana di pengadilan negeri. Namun apabila ada klausula baku forum penyelesaian sengketa yang ditentukan secara sepihak oleh pelaku usaha sudah pasti tentu akan menghambat konsumen dalam menentukan jalan terbaik untuk menyelesaikan sengketanya. Dengan demikian eksistensi Klausula baku forum penyelesaian sengketa bertentangan dengan Geist (jiwa) dari perlindungan konsumen.

Bahwa Mahkamah Konstitusi sebagai *guardian of constitution* telah berulang kali menegakan hak konstitusional masyarakat dengan memberikan perlindungan hukum yang adil melalui perumusan norma yang sebelumnya *vacum* atau *rechts vacum*.

Bahwa dalam hal terjadinya sengketa antara konsumen dan pelaku usaha, maka forum penyelesaian sengketa harus ditentukan oleh kedua belah pihak.

Namun aplikasi perdagangan pada *platform marketplace* saat ini menentukan forum penyelesaian sengketa antara konsumen secara sepihak. Apabila melihat hal tersebut, maka dengan penentuan forum penyelesaian sengketa secara sepihak, maka konsumen tidak mendapat jaminan dan perlindungan hukum yang sama di hadapan hukum, maka dari itu, dengan memperhatikan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama dihadapan hukum. maka telah terdapat kekosongan hukum dalam Pasal 18 ayat (1) UU Perlindungan konsumen terkait larangan bagi pelaku usaha untuk mencantumkan klausula baku terkait forum penyelesaian sengketa konsumen tanpa adanya persetujuan dan kesepakatan dari konsumen.

Berdasarkan hal-hal tersebut di atas, ternyata Majelis Hakim Pengadilan Konstitusi dalam amar keputusannya pada tanggal 20 April 2022 Mengadili: Menolak permohonan Pemohon untuk seluruhnya. Dimana dalam kontrak baku, perlunya memahami syarat sahnya perjanjian dan klausula baku yang diberlakukan oleh penjual demi menghindari kerugian yang disebabkan oleh tindak kelalaian yang dilakukan oleh pelaku usaha sebagai penjual dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

Dalam permasalahan tersebut kedudukan pelaku usaha dan konsumen cenderung tidak seimbang, sehingga konsumen selalu berada dalam posisi yang lemah. Kondisi demikian pada satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis kualitas barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen. Di sisi lain, kondisi tersebut dapat mengakibatkan konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui

promosi, cara penjualan dan penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen.³²

Perlindungan konsumen juga dituntut dengan adanya globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika, yang telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa melintasi batas-batas wilayah suatu negara, sehingga barang dan/jasa yang ditawarkan bervariasi, baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri.

Bertepatan dengan ASEAN *Economic Community* (AEC) yang telah diberlakukan pada akhir tahun 2015, dapat dijadikan sarana untuk mewujudkan persaingan usaha yang sehat secara keseluruhan di kawasan ASEAN pada khususnya dan di pasar dunia pada umumnya. Negara ASEAN akan menjadi pasar tunggal dan berbasis produksi tunggal dimana terjadi arus barang, jasa, investasi, tenaga terampil dan arus modal yang lebih bebas. Dengan terbentuknya pasar tunggal yang bebas tersebut akan membuka peluang Indonesia untuk meningkatkan daya saingnya di kawasan ASEAN. Untuk itu, harus ada kesiapan Pemerintah dalam memproteksi masuknya arus bebas barang dan jasa dari negara lain. Dalam hal ini konsumen juga harus mendapatkan pemahaman dan pemberdayaan secara optimal mengenai tata cara pemilihan produk barang dan jasa yang baik dan benar.³³

³² Arrista Trimaya, "Optimalisasi Pemberdayaan Konsumen Melalui Pembaharuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen", *Jurnal Rechtsvinding Online (Media Pembinaan Hukum Nasional)*, ISSN : 2089 – 9009 (2016): 2.

³³ *Ibid.*, hlm 2.

Keberadaan UUPK belum mampu menjawab semua permasalahan terkait konsumen, terutama dalam hal perlindungan terhadap keamanan dan keselamatan konsumen. Penyebab kelemahan UUPK dapat dilihat dari Undang-Undang itu sendiri, penegakan hukum, sarana dan prasarana pendukung dan budaya hukum di masyarakat. Ketentuan dalam UUPK masih mempunyai kelemahan dalam perumusannya, sehingga menimbulkan multiinterpretasi. Bahkan, terjadi tumpang tindih pengaturan materi muatan antara satu pasal dengan pasal lain

Terhadap beberapa kelemahan UUPK tersebut, sehingga perlu dilakukan reformulasi kembali terhadap redaksional pasal terkait perlindungan terhadap konsumen yang diatur dalam UUPK. Reformula Hukum Arah rekonstruksi ke depan (*Ius Constituendum*) memiliki implikasi teoritis yang cukup signifikan, terutama dalam konteks Aturan Perlindungan Konsumen, Pelaku Usaha, dan *marketplace* yang seimbang berdasarkan asas kepatian hukum. Reformula *Ius Constituendum* mencerminkan asas kepastian hukum, yang berarti hukum harus selalu beradaptasi dengan perubahan sosial, ekonomi, dan politik. Hal ini berarti bahwa hukum harus selalu diperbarui untuk memastikan bahwa masyarakat dapat berpartisipasi secara aktif dan efektif dalam kehidupan sosial dan ekonomi.

Dalam konteks perlindungan konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace*, ini berarti bahwa hukum harus selalu diperbarui untuk memastikan bahwa hak dan kewajiban semua pihak diperlindungi dan dipenuhi. Reformula *Ius Constituendum* juga menekankan pada konsep keseimbangan dalam pembentukan hukum. Ini berarti bahwa hukum harus dirumuskan dengan mempertimbangkan berbagai faktor, termasuk nilai-nilai moral, agama, kesusilaan, kesopanan, adat kebiasaan, dan norma sosial lainnya.

Dalam konteks perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*, ini berarti bahwa hukum harus dirumuskan dengan mempertimbangkan kepentingan dan hak semua pihak yang terlibat. Reformula *ius constituendum* juga menekankan pada pentingnya pembentukan hukum yang baik. Ini berarti bahwa hukum harus dirumuskan dengan mempertimbangkan kepastian hukum, ketertiban, keteraturan, kedamaian, keadilan, dan kemanfaatan dalam kehidupan masyarakat.

Dalam konteks perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*, ini berarti bahwa hukum harus dirumuskan dengan mempertimbangkan kepastian dan kemanfaatan bagi semua pihak yang terlibat. Dengan demikian, reformula *ius constituendum* memiliki implikasi teoritis yang signifikan dalam konteks perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Reformula ini memastikan bahwa hukum selalu diperbarui dan dirumuskan dengan mempertimbangkan kepastian hukum, keseimbangan dan pembentukan hukum yang baik, yang pada akhirnya akan memastikan bahwa semua pihak yang terlibat dalam transaksi di *marketplace* diberikan perlindungan yang seimbang dan adil. Reformula UUPK sebagai berikut:

Tabel 6
Reformula Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999
Tentang Perlindungan Konsumen

No.	Sebelum	Sesudah
1.	<p>Konsumen didefinisikan dalam UUPK sebagai individu (<i>natural person</i>) tidak mencakup badan hukum (<i>legal person</i>). Di dalam kepustakaan ekonomi dikenal konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya. Sedangkan definisi konsumen menurut UUPK adalah “<i>setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan</i>”.³⁴</p>	<p>Perlu dijelaskan bahwa pengertian konsumen dalam undang-undang ini adalah konsumen akhir.</p>
2.	<p>Ketiadaan pembedaan antara pelaku usaha barang dan penyedia jasa juga menimbulkan keengganan penyedia jasa profesional antara lain dokter, dosen, notaris untuk tunduk pada UUPK. Kemudian penyamaan tanggung jawab pelaku usaha barang dan penyedia jasa yang memiliki jenis tanggung jawab hukum yang berbeda, menimbulkan kekisruhan dalam penerapan dan penegakan UUPK. Definisi pelaku usaha UUPK Pelaku usaha adalah “<i>setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi</i>”.³⁵</p>	<p>Perlu dibedakan definisi antara pelaku usaha barang dan penyedia jasa mengingat klasifikasi sifat barang dan jasa pada dasarnya sudah berbeda. Konsepsi barang dan jasa yang disatukan membuat persamaan perlakuan bagi kedua komoditi tersebut, padahal pada hakikatnya barang dan jasa memiliki sifat yang berbeda.</p>

³⁴ Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

³⁵ *Ibid.*, Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

No.	Sebelum	Sesudah
3.	<p>Belum adanya struktur tanggung jawab pelaku usaha barang dan jasa. Sesuai dengan Pasal 19 ayat (1) UUPK terbatas mengatur tanggung jawab Pelaku usaha memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.</p>	<p>Perlu dibuat pengaturan untuk memisahkan tanggung jawab pelaku usaha barang dan jasa perlu dilakukan, mengingat jenis tanggung jawab hukum pelaku usaha barang dan jasa berbeda. Pelaku usaha jasa juga harus dibedakan secara jelas antara penyedia jasa profesional dan penyedia jasa komersial. Mengingat penyedia jasa profesional sejak awal mensyaratkan adanya kode etik sedangkan penyedia jasa komersial tidak ada kewajiban untuk memiliki kode etik. Jadi bukan hanya memisahkan pengaturan secara rinci mengenai pelaku usaha barang dan penyedia jasa, namun perlu juga mengatur secara terpisah hak dan kewajiban serta tanggung jawab penyedia jasa profesional dan penyedia jasa komersial.</p>
4.	<p>Ketiadaan ganti rugi atas kerugian nonmateri di dalam UUPK, menyebabkan konsumen yang dirugikan lebih memilih menggunakan Pasal 1243 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) yang mengatur mengenai ganti rugi nonmateri.</p> <p>Sesuai dengan Pasal 19 ayat (2) UUPK hanya mengatur Ganti rugi materiil berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.</p>	<p>Mengakomodir ganti rugi nonmateri.</p>

No.	Sebelum	Sesudah
5.	Belum adanya pengaturan mengenai <i>e-commerce/digital transaction</i> .	Pengaturan substansi perlindungan konsumen berkenaan dengan perkembangan metode perdagangan dengan sistem elektronik (<i>e-commerce/digital transaction</i>). Pengaturan kontrak/perjanjian dalam UUPK belum menyesuaikan dengan perkembangan bentuk kontrak saat ini yang telah mengenal 3 (tiga) bentuk kontrak yakni, <i>negotiated contract, standardized contract</i> dan <i>digital contract</i>.
6.	Salah satunya dapat dilihat dari pengaturan mengenai klausula baku yang tidak jelas. UUPK menyebutkan " <i>Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti</i> ". ³⁶	(UUPK, menyebutkan " <i>Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti</i> ", sehingga perlu penjelasan mengenai apa yang dimaksud dengan klausula baku dan apa batasan dari kriteria baku tersebut. Misalnya apakah rumusan "barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan" dapat dikategorikan menjadi klausula baku atau tidak.
7.	Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen. Materi muatan lainnya yang harus disesuaikan apabila dilakukan perubahan terhadap Pasal 38 dan 39 UUPK adalah ketentuan UUPK yang mengatur mengenai pembinaan dan pengawasan. Perubahan tersebut dapat dilakukan dengan melakukan sinkronisasi dan harmonisasi pengaturan mengenai pembinaan dan pengawasan yang terdapat dalam Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 Tentang Pembinaan dan Pengawasan. Tentunya juga diselaraskan dengan usaha Pemerintah untuk menciptakan pemberdayaan konsumen dalam menghadapi era globalisasi dan persaingan bebas.	Untuk disesuaikan lagi.

³⁶ *Ibid.*, Pasal 18 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

No.	Sebelum	Sesudah
8.	<p>UUPK dianggap sebagai kepastian hukum dalam terciptanya kondisi yang baik dalam kegiatan jual beli baik secara <i>offline</i> maupun secara <i>online</i>. Hanya saja penulis masih menemukan kelemahan dalam peraturan ini, yakni terdapat dalam pasal yang memiliki frasa yang ambigu karena memiliki makna yang relatif sehingga tidak memiliki tolak ukur yang pasti. Hal ini terdapat pada UUPK yang menyatakan bahwa “<i>Penyelenggaraan Transaksi Elektronik yang dilakukan para pihak wajib memperhatikan: a. Iktikad baik; b. Prinsip kehati-hatian; c. Transparansi; d. Akuntabilitas; dan e. Kewajaran</i>”.³⁷</p>	<p>Pada poin huruf (e) dinyatakan bahwa penyelenggaraan dalam Transaksi Elektronik yang telah dilakukan antar pihak juga harus dapat memperhatikan frasa “kewajaran”. Mengingat bahwa “kewajaran” setiap individu berbeda karena bersifat sangat relatif. Maka dari itu, kepastian hukum dari kata “kewajaran” ini sangat dipertanyakan apakah semua kendala yang dimunculkan dalam penyelenggaraan transaksi elektronik ini dapat diwajibkan atau tidak.</p>
9.	<p>UUPK menyebutkan “<i>Putusan majelis bersifat final dan mengikat</i>”.³⁸ Pasal ini kontradiktif dengan pengaturan pasal lainnya dalam UUPK yang menyebutkan³⁹ “<i>Para pihak dapat mengajukan keberatan kepada Pengadilan Negeri paling lambat 14 (empat belas) hari kerja setelah menerima pemberitahuan putusan tersebut</i>”. Terhadap pengajuan keberatan, Pengadilan Negeri wajib menerbitkan putusan paling lambat 21 hari sejak diterimanya keberatan. Pasal 56 ayat (2) mengenai putusan BPSK yang masih bisa diajukan keberatan ke Pengadilan Tinggi padahal dalam Pasal 54 ayat</p>	<p>Pengaturan dalam Pasal 56 mengenai putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang bersifat final dan mengikat namun masih dapat dilakukan keberatan terhadap putusan dimaksud kepada pengadilan negeri⁴⁰ dinilai kontradiksi, sehingga perlu diubah dengan ketentuan yang mewajibkan para pihak untuk melaksanakan putusan BPSK. Pasal 54 ayat (3) UUPK untuk diubah menjadi “<i>Putusan majelis bersifat tidak bersifat final dan mengikat</i>”. Pasal 54 ayat (3) UUPK untuk diubah menjadi “<i>Putusan majelis bersifat tidak bersifat final dan mengikat</i>”. Untuk dipertimbangkan kemungkinan</p>

³⁷ *Ibid.*, Pasal 46 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

³⁸ *Ibid.*, Pasal 54 ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

³⁹ *Ibid.*, Pasal 56 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁴⁰ *Ibid.*, Pasal 56 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

No.	Sebelum	Sesudah
	<p>(1) dan (3) disebutkan bahwa untuk menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen, BPSK membentuk majelis dan putusan majelis bersifat final dan mengikat.⁴¹ Selain itu kontradiktif juga dengan Pasal lain dalam Pasal 58 ayat (2) UUPK yang menyebutkan, “Terhadap putusan Pengadilan Negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (1) para pihak dalam waktu paling lambat 14 (empat belas) hari dapat mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung Republik Indonesia”. Terdapat adanya umusan norma pasal dalam UUPK. Pihak bisa mengajukan kasasi, sehingga menyulitkan BPSK di bawah BPSK.⁴²</p>	<p>Penyelesaian sengketa melihat penerapan di Negara Jepang tidak langsung melalui jalur peradilan tetapi diselesaikan terlebih dahulu melalui negosiasi antara konsumen dengan <i>marketplace</i> atau pihak lain yang terlibat. Kemudian penyelesaian sengketa jika gagal ditempuh melalui mediasi jika masih gagal baru diselesaikan melalui jalur peradilan.</p>

Sumber: Dikutif dari Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821

Kelemahan lain yang ditemukan dalam efektivitas pelaksanaan UUPK terkait dengan aspek penegakan hukumnya. Hal ini dapat dilihat dari kurangnya jumlah penegak hukum yang akan melakukan eksekusi terhadap pelanggaran yang dialami oleh konsumen dan dampaknya terhadap produsen yang melakukan ekspor terhadap produk yang dihasilkan. Penegak hukum yang berasal dari BPSK sebagaimana telah diatur dalam

⁴¹ Arrista Trimaya, “Optimalisasi Pemberdayaan Konsumen Melalui Pembaharuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”, hlm. 3.

⁴² Rofiq Hidayat, “Tiga Kelemahan UU Perlindungan Konsumen”, Diakses pada tanggal 15 Maret 2023 Pukul 09.35 WIB., <https://hukumonline.com>.

Ketentuan Pasal 52 UUPK hingga saat ini belum terbentuk di setiap provinsi, akibatnya jika timbul sengketa konsumen masih diselesaikan melalui pengadilan negeri bukan diselesaikan melalui BPSK.

Sejauh ini, berbagai penelitian dilakukan dan menyebutkan bahwa dari segi hukum bisnis masalah dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* yang ada di Indonesia adalah *customer protection* yang belum memadai, regulasi pemerintah terutama penetapan pajak, tingginya biaya pemakaian data *center* dan lainnya.

Semakin maraknya praktek transaksi jual beli pada *platform marketplace* di Indonesia membuat masyarakat yang ingin berbelanja barang dan jasa yang dibutuhkan lebih mudah, namun banyak terdapat pelanggaran terhadap hak-hak konsumen, sehingga membuka kesempatan adanya kecurangan dari pelaku usaha ataupun pihak ketiga terkait keamanan data pribadi yang dijamin oleh pemilik Toko *Online*, sehingga berimplikasi pada perlindungan konsumen. Dimana perlindungan konsumen dalam jual dan beli *online* menggunakan *platform marketplace* tidak jelas karena perlindungan bagi konsumen atas kerugian yang diterima akibat tidak bertanggungjawabnya para pelaku usaha pada *platform marketplace* dalam pelunasan transaksi belum diatur secara jelas dalam UUPK.⁴³ Mitigasi risiko kepada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* bertujuan agar baik konsumen, pelaku usaha maupun *marketplace* selaku pihak ketiga menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam

⁴³ Ida Ayu Eka Pradnyaswari dan I Ketut Westra, "Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Menggunakan Jasa *E-Commerce*", Jurnal Kertha Semaya, 8, no. 5 (2020): 758.

penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin adanya kepastian hukum tersebut. Masalah keadilan dan kepastian hukum merupakan persoalan yang kerap kali dijumpai masyarakat. penggunaan *domain* kode negara atau .id, transaksi.

Kelemahan dari keberlakuan UUPK, antara lain seperti dalam mengatasi permasalahan di bidang pelayanan umum, seperti bidang industri pangan, transportasi umum, komunikasi, perbankan, perhubungan, dan lain-lain. Masih banyak ditemukan gugatan yang dilakukan oleh konsumen, baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama (*class action*) kepada pengusaha karena hak-hak konsumen dirugikan. Hal ini menunjukkan masih terjadinya ketidakserasian antara kenyataan yang ada dan hal ideal yang dicita-citakan untuk melindungi konsumen. Terlihat pada konsumen dalam hal ini yang disebut sebagai pembeli harus lebih memahami mengenai syarat sahnya perjanjian dan memahami tentang klausula baku yang diberlakukan oleh penjual demi menghindari kerugian yang disebabkan oleh tindak kelalaian yang dilakukan oleh pelaku usaha sebagai penjual dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

Dalam permasalahan tersebut kedudukan pelaku usaha dan konsumen cenderung tidak seimbang, sehingga konsumen selalu berada dalam posisi yang lemah. Kondisi demikian pada satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis kualitas barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen. Di sisi lain, kondisi tersebut dapat mengakibatkan konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui promosi,

cara penjualan dan penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen.⁴⁴

Keberadaan UUPK belum mampu menjawab semua permasalahan terkait konsumen, terutama dalam hal perlindungan terhadap keamanan dan keselamatan konsumen. Penyebab kelemahan UUPK dapat dilihat pendukung dan budaya hukum di masyarakat. Meskipun suatu Undang-Undang dari Undang-Undang itu sendiri, penegakan hukum, sarana dan prasarana dibuat selengkap mungkin tetapi jika tidak ada sarana dan prasarana yang mendukung untuk pelaksanaannya, maka Undang-Undang tersebut tidak akan efektif dalam perberlakuannya.

Sarana dan prasarana yang tidak mendukung pelaksanaan UUPK, misalnya: kurangnya alokasi anggaran bagi Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) untuk melakukan kegiatan penyuluhan dan sosialisasi program kegiatan terkait dengan perlindungan konsumen. Akibatnya, penyuluhan yang dilakukan oleh SKPD tidak secara rutin dan tidak dapat menjangkau seluruh pelosok kabupaten. Idealnya penyuluhan harus dilakukan secara rutin, khususnya kepada pelaku usaha industri rumah tangga agar dapat menjaga kualitas produknya untuk kepentingan perlindungan konsumen. Faktor lain yang turut menyebabkan belum efektifnya pelaksanaan UUPK adalah masih kurangnya kesadaran hukum masyarakat. Dalam hal ini masyarakat sebagai konsumen kurang aktif melaporkan kerugian yang dan masih terdapatnya tenggang rasa yang cukup tinggi sehingga tidak ada penuntutan kepada pelaku usaha yang merugikan kepentingannya.

⁴⁴ Trimaya, Arrista, "Optimalisasi Pemberdayaan Konsumen Melalui Pembaharuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen".

- **Rumusan UU ITE:**

Tabel 7
Reformula PP Nomor 71 Tahun 2019
Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

No.	Sebelum	Setelah
1.	<p>PP Nomor 71 Tahun 2019 mengatur bahwa : <i>“Setiap Penyelenggara Sistem Elektronik harus menyelenggarakan Sistem Elektronik secara andal dan aman serta bertanggung jawab terhadap beroperasinya Sistem Elektronik sebagaimana mestinya”</i>.⁴⁵</p>	<p>Pengaturan Pasal 3 ayat (1) perlu diperjelas yang dimaksud dengan penyelenggaraan Sistem Elektronik secara andal dan aman seperti apa. Penjelasan definisi andal dan aman telah dijelaskan dalam Penjelasan Pasal 15 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Dimana yang dimaksud dengan "andal" adalah Sistem Elektronik memiliki kemampuan yang sesuai dengan kebutuhan penggunaannya. Yang dimaksud dengan "aman" adalah Sistem Elektronik terlindungi secara fisik dan nonfisik. Yang dimaksud dengan "beroperasi sebagaimana mestinya" adalah Sistem Elektronik memiliki kemampuan sesuai dengan spesifikasinya, termasuk kemampuan Sistem Elektronik dalam mematuhi atau memenuhi kewajiban tata kelola Penyelenggaraan Sistem Elektronik yang diatur dalam peraturan perundang-undangan.</p>
2.	<p>Pengaturan berbeda tampak pada UU ITE diketahui bahwa <i>“Sertifikat Elektronik adalah sertifikat yang</i></p>	<p>Untuk diselaraskan pengaturannya.</p>

⁴⁵ Pasal 3 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara RI Tahun 2019 Nomor 185, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6400. Sekretariat Negara. Jakarta.

No.	Sebelum	Sesudah
	<p><i>bersifat elektronik yang memuat Tanda Tangan Elektronik dan Identitas yang menunjukkan status subjek hukum para pihak dalam Transaksi Elektronik yang dikeluarkan oleh Penyelenggara Sertifikasi Elektronik.”⁴⁶ Selain itu pada dijelaskan mengenai definisi Penyelenggara Sertifikasi Elektronik dan Lembaga Sertifikasi Keandalan yang dapat diketahui bahwa dinyatakan dalam angka tersebut bahwa “Penyelenggara Sertifikasi dan Lembaga Sertifikasi Elektronik yang diawasi oleh pemerintah untuk mengawasi sertifikasi keandalan dalam bertransaksi secara elektronik” termasuk melalui e-commerce”.⁴⁷</i></p>	

Selain itu juga diperlukan adaptasi terhadap Teknologi Baru, dimana dalam dunia *platform marketplace*, teknologi baru terus muncul dan berkembang, mulai dari sistem pembayaran digital hingga teknologi *blockchain*. Untuk itu, hukum dan regulasi harus dapat beradaptasi dan dirumuskan untuk mengakomodasi teknologi baru ini.

Ius constituendum menuntut hukum untuk terus berubah dan berkembang sesuai dengan perkembangan teknologi. Perlunya pembentukan regulasi yang lebih ketat: Seiring dengan perkembangan jual beli melalui *platform marketplace*, ada

⁴⁶ Pasal 1 angka (9) Undang-Undang Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008. Lembaran Negara RI Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 4843 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Lembaran Negara RI Tahun 2024 Nomor 1, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6905.

⁴⁷ *Ibid.*, Pasal 1 angka (10) dan (11) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

kebutuhan untuk regulasi yang lebih ketat untuk melindungi hak dan kepentingan semua pihak yang terlibat, termasuk konsumen, penjual, dan penyedia *platform marketplace*. *Ius Constituendum* menyiratkan bahwa regulasi baru harus dirumuskan untuk menciptakan lingkungan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* yang lebih adil dan seimbang. Ditambah lagi dengan adanya kepentingan politis yang pada titik-titik tertentu kepentingan-kepentingan politik tersebut dapat terkonkritisasi dalam peraturan perundang-undangan. Apabila aroma politis sangat kuat tercium dalam peraturan perundang-undangan maka yang sangat dikhawatirkan adalah timbulnya pengkaburan terhadap tujuan dibentuknya hukum itu sendiri, yaitu untuk kemanfaatan, keadilan dan kepastian hukum rakyat. Apabila pengkaburan tujuan hukum ini terjadi terus-menerus dan berulang-ulang, maka tujuan negara tidak akan dapat terwujud sebagaimana yang diharapkan oleh rakyat.

Sebagaimana kita bentuk-bentuk peraturan perundang-undangan pada suatu masa (pemerintahan) tertentu dapat berbeda dengan bentuk-bentuk peraturan perundang-undangan pada masa yang lain. Hal ini sangat tergantung pada penguasa dan kewenangannya untuk membentuk suatu keputusan yang berbentuk peraturan-perundang-undangan. Oleh karena itu diupayakan semaksimal mungkin walaupun terjadi perubahan kekuasaan negara, jangan sampai mengkaburkan tujuan hukum yang pada akhirnya akan mempersulit pencapaian tujuan negara.

Diketahui bahwa produk-produk hukum di Indonesia merupakan produk politik. Dewan Perwakilan Rakyat memegang kekuasaan membentuk undang-undang dan setiap rancangan undang-undang dibahas oleh Dewan Perwakilan Rakyat dan Presiden untuk mendapat persetujuan bersama. Presiden berhak mengajukan rancangan

undang-undang kepada Dewan Perwakilan Rakyat, sehingga pengesahan sesuatu Rancangan Peraturan Perundang-Undangan menjadi Undang-undangan adalah suatu bentuk kesepakatan bersama antara Presiden (Eksekutif) dan Dewan Perwakilan Rakyat (Legislatif).

Suatu mekanisme penciptaan peraturan perundang-undangan salah satunya dibentuk melalui Politik Hukum yang dikendaki para penguasa pada masa tersebut, sehingga mekanisme penciptaan hukum yang ada di Indonesia saat ini adalah berdasarkan kehendak dan kewenangan pemegang tampuk kekuasaan. Politik Hukum dalam arti sempit (Politik Perundang-undangan) dapat dijabarkan sebagai kemauan atau kehendak negara terhadap hukum. Artinya, untuk apa hukum itu diciptakan, apa tujuan penciptaannya dan kemana arah yang hendak dituju.

Pemerintah harus menjamin piranti hukum yang melindungi konsumen, yang salah satunya dapat dilakukan melalui perubahan UUPK. Perubahan ini tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha para pelaku usaha, tetapi justru sebaliknya perlindungan dan pemberdayaan konsumen dapat mendorong iklim usaha yang sehat yang mendorong lahirnya pelaku usaha yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas dan sehat yang mendorong lahirnya pelaku usaha yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan / atau jasa yang berkualitas. Selain itu, Bab X tentang Kontrak Elektronik dari Pasal 50 sampai dengan Pasal 57 Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang PP PMSE, aturan yang dijelaskan dalam pasal tersebut masih bersifat parsial karena sejauh ini masih dianggap belum dapat menjangkau permasalahan utama yang muncul dalam penggunaan *platform marketplace*, seperti

jaminan keamanan, penyelesaian sengketa dan perlindungan konsumen.⁴⁸ Idealnya Politik perundang-undangan terhadap keberlakuan aturan perlindungan konsumen ini harus selaras dengan:

Pertama, dengan Pancasila sebagai paradigma pembangunan hukum. Dengan demikian, pemahaman Pancasila sebagai paradigma hukum integral Indonesia berarti menjadikan Pancasila sebagai pedoman berpikir, bersikap dan bertindak laku hukum untuk menghadapi segala aspek dan berbagai permasalahan hukum dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara guna mencapai tujuan nasional. Hukum di suatu negara bertujuan untuk memberikan jaminan ketertiban dan keamanan bagi masyarakat. Ketertiban tersebut akan terjaga apabila masyarakat mentaati hukum yang ada. Pancasila sebagai sumber dari segala sumber hukum negara. Pancasila adalah dasar negara dan secara yuridis konstitusional dipergunakan sebagai dasar mengatur menyelenggarakan pemerintah negara dan sebagai landasan filosofis tertinggi pembentukan peraturan perundang-undangan di Indonesia. Secara objektif ilmiah, Pancasila adalah suatu paham filsafat, suatu *philosophical way of thinking atau philosophical system*. Sebagai suatu landasan filosofis, maka setiap materi muatan peraturan perundang-undangan tidak boleh bertentangan dengan nilai-nilai yang terkandung dalam Pancasila dan UUD 1945.

Selain dari landasan filosofis pembentukan suatu peraturan dilandasi juga dengan adanya landasan sosiologis berupa kenyataan yang hidup dalam masyarakat. Dengan adanya filsafat sebagai modal utama pemikiran untuk merumuskan suatu ide kajian dalam proses pembuatan peraturan agar produk hukum yang dihasilkan sesuai

⁴⁸ Yessica Hartono Putri, "Perlindungan Hukum dalam Transaksi Melalui E-Commerce di Indonesia", *Jurnal Kertha Negara Fakultas Hukum Universitas Udayana* 10, no. 5 (2022): 483.

dengan kebutuhan masyarakat dan negara, sehingga dapat tercipta dan terwujud keharmonisan dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Diharapkan dapat terwujud negara yang adil dan makmur sesuai dengan tujuan dibuatnya peraturan tersebut yang selaras dengan Pancasila dan UUD 1945. Dimana pada tingkatan pembahasan peraturan di eksekutif dan Legislatif, filsafat hukum dapat dijadikan landasan filosofis dalam penyusunan peraturan yang membahas hubungan konkrit antara hubungan filsafat, hukum, sosiologis, moral, agama, etika dan estetika.

- a. Pada tahap penerapan hukum, filsafat hukum berperan agar penerapan hukum diharapkan dapat diterapkan secara maksimal sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan tidak bertentangan dengan tuntutan kesusilaan dan ketertiban umum dan rasa keadilan baik individual maupun sosial dalam masyarakat.
- b. Aparat Penegak Hukum terutama Hakim dalam memeriksa dan memutus perkara untuk bersikap netral dan tidak memihak serta berlaku adil sesuai dengan hati nurani demi terwujudnya kepastian hukum dalam masyarakat.

Kedua, undang-undang, peraturan dan sebagainya untuk mengatur kehidupan masyarakat terutama UUD 1945 sebagai landasan konstitusional.

2. Perubahan mekanisme dan SOP penyelesaian sengketa pada Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace* yang efektif

Pengaturan penyelesaian sengketa yang efektif dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, untuk memitigasi risiko dan memberikan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berdasarkan asas kepastian hukum, rekonstruksi hukum ke depan harus mempertimbangkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Regulasi yang jelas dan tegas. Pemerintah perlu membuat regulasi yang jelas dan tegas terkait dengan perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Regulasi tersebut harus mempertimbangkan kepentingan semua pihak dan memberikan kepastian hukum bagi semua pihak yang terlibat dalam transaksi perdagangan elektronik.
2. Transparansi Penggunaan teknologi dalam transaksi perdagangan elektronik membuat informasi lebih mudah diakses oleh konsumen. Namun, konsumen perlu diberikan informasi yang jelas dan transparan terkait dengan produk atau layanan yang ditawarkan. Oleh karena itu, pelaku usaha dan *marketplace* harus menyediakan informasi yang akurat, jelas, dan mudah dipahami bagi konsumen.
3. Tanggung jawab pelaku usaha dan *marketplace* harus bertanggung jawab atas produk atau layanan yang mereka tawarkan. Jika terjadi masalah, mereka harus menyelesaikan masalah tersebut dengan cara yang adil dan transparan.
4. Perlindungan konsumen Pemerintah perlu membuat aturan yang melindungi konsumen dari penipuan dan praktik bisnis yang tidak etis.

Pengaduan dan penyelesaian sengketa Pelaku usaha dan *marketplace* harus menyediakan mekanisme pengaduan dan penyelesaian sengketa yang efektif dan transparan bagi konsumen. Jika terjadi sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau *marketplace*, maka harus ada mekanisme yang dapat menyelesaikan sengketa tersebut dengan cara yang adil dan transparan. Dimana mekanisme penyelesaian sengketa pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* selama ini belum dilakukan sepenuhnya secara *online*. Kedepan kiranya rekonstruksi hukum penyelesaian sengketa pada *platform marketplace* dilakukan secara *online* dengan dilengkapi perangkat sebagai berikut:

- > *Website* penyelesaian sengketa yang dilengkapi dengan fitur-fitur sebagai berikut:
 - Fitur yang memuat informasi mengenai Badan/Lembaga Penyelesaian Sengketa Konsumen beserta tugas, wewenang dan tanggung jawabnya.
 - Fitur yang memuat informasi tentang pengaduan terkait syarat dan ketentuan yang berlaku. Dimana permohonan pengaduan ditandatangani secara digital berupa tanda tangan digital.
 - Fitur untuk dapat mengecek status penyelesaian pengaduan konsumen, sehingga konsumen dapat mengetahui sudah sampai dimana tahapan penyelesaian pengaduan konsumen.
 - Fitur laporan hasil penyelesaian pengaduan / sengketa dalam bentuk, seperti Surat Keputusan Penyelesaian Pengaduan / Sengketa. Dimana konsumen diberikan kode akses untuk masuk ke dalam *website* dan dapat mengeprint SK / *output* keputusan hasil penyelesaian pengaduan / sengketa serta dibekali dengan SDM yang berkualitas dan berkompeten di Bidang IT.
 - SOP Penyelesaian Pengaduan dan sengketa secara *Online* oleh BPSK.
 - SOP Penyelesaian Pengaduan oleh *marketplace* selaku pihak ketiga.
6. Penerapan hukum yang konsisten. Pemerintah harus menerapkan hukum dengan konsisten dan adil. Jika terjadi pelanggaran hukum, maka pelaku usaha atau *marketplace* harus ditindak secara tegas sesuai dengan hukum yang berlaku.
7. Dalam mempertimbangkan hal-hal di atas, rekonstruksi hukum ke depan harus memastikan bahwa asas kepastian hukum terpenuhi. Hal ini akan memberikan kepastian hukum bagi semua pihak dan mendorong terciptanya lingkungan bisnis yang sehat dan beretika.

8. Pendidikan dan Kesadaran Konsumen: Hukum harus mendorong pendidikan dan kesadaran konsumen tentang hak-hak mereka di *marketplace*. Ini dapat mencakup persyaratan bahwa *marketplace* harus memberikan informasi yang jelas tentang kebijakan dan hak konsumen serta kampanye edukasi untuk meningkatkan pemahaman konsumen.

Namun, hingga saat ini aturan jual beli elektronik masih belum tertulis dengan jelas di dalam hukum yang berlaku di Indonesia. Hal ini dikarenakan syarat-syarat sah perjanjian secara elektronik belum diatur secara khusus. Tetapi pada prinsipnya, syarat sahnya perjanjian telah diatur dalam KUH Perdata) yang merupakan acuan dalam pembuatan kontrak *online*. Selama kontrak *online* yang dibuat telah memenuhi 4 (empat) syarat sahnya perjanjian yang dimaksud pada KUH Perdata, yaitu mencakup kesepakatan, kecakapan, suatu hal tertentu dan sebab yang halal, maka kontrak *online* tersebut dapat dianggap sah dan mengikat para pihak.⁴⁹

Sebagai bagian dari *ius constituendum*, hukum dan regulasi yang mengatur mekanisme penyelesaian sengketa dalam *platform marketplace* harus selalu diperbarui dan diperbaiki untuk menyesuaikan dengan perkembangan teknologi dan perubahan dalam masyarakat. Misalnya, dengan perkembangan teknologi *blockchain* dan *smart contracts*, mekanisme penyelesaian sengketa mungkin akan berubah menjadi lebih otomatis dan transparan. Dengan perkembangan teknologi, mekanisme penyelesaian sengketa dapat menjadi lebih efisien dan cepat. Misalnya, penggunaan teknologi seperti

⁴⁹ Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Acara Perdata.

Artificial Intelligence (AI) dan *Machine Learning (ML)* dapat membantu dalam mempercepat proses penyelesaian sengketa pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Dengan *ius constituendum*, hukum dan regulasi yang mengatur *platform marketplace* harus selalu diperbarui untuk memberikan perlindungan yang lebih baik untuk konsumen. Misalnya, dengan perkembangan teknologi dan perubahan dalam masyarakat, aturan dan regulasi yang mengatur privasi dan keamanan data konsumen dalam *platform marketplace* mungkin perlu diperbarui dan diperkuat. Jadi, konsep hukum arah rekonstruksi kedepannya (*ius constituendum*) memiliki implikasi yang signifikan pada aspek mekanisme penyelesaian sengketa konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Konsep ini menekankan pada pentingnya hukum dan regulasi untuk selalu beradaptasi dan berkembang seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan dalam masyarakat.

Dalam menjalankan transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, sengketa sering terjadi dan memerlukan penyelesaian yang efektif. Ada beberapa mekanisme dan SOP (*Standard Operating Procedure*) yang dapat dilakukan untuk menyelesaikan sengketa tersebut:

1. Penyelesaian Sengketa Melalui Pengadilan atau Lembaga Penyelesaian Sengketa: Sengketa yang terjadi dalam kegiatan bisnis pada *platform marketplace* bisa diselesaikan dengan mengunjungi pengadilan atau meminta bantuan lembaga penyelesaian sengketa lainnya dalam bentuk mediasi, arbitrase atau konsiliasi.⁵⁰ Namun, Moda penyelesaian sengketa konsumen pengaturannya dalam Pasal 56 UUPK mengenai putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang bersifat final dan mengikat, namun masih dapat dilakukan keberatan terhadap putusan dimaksud kepada pengadilan negeri karena dinilai kontradiksi, sehingga perlu diubah dengan ketentuan yang mewajibkan para pihak untuk melaksanakan putusan BPSK.

⁵⁰ Libera, "Terjadi Sengketa dalam Bisnis e-Commerce ?," Diakses pada tanggal 5 Juni 2021 Pukul 11.50 WIB., <https://libera.id/blogs/penyelesaian-sengketa-ecommerce/>.

2. *Online Dispute Resolution (ODR)*: ODR adalah salah satu bentuk penyelesaian sengketa non litigasi. ODR memungkinkan penyelesaian sengketa secara *online*, yang lebih cepat dan efisien. Namun, perlu diingat bahwa ODR belum diatur secara khusus di Indonesia. Hukum harus dapat memberikan kepastian dan kemanfaatan bagi masyarakat (konsumen). Dimana belum terdapat kepastian hukum terkait sistem *online dispute resolution* di Indonesia.⁵¹
3. Gugatan Sederhana: Mahkamah Agung (MA) telah memperkenalkan mekanisme gugatan sederhana yang dirancang untuk memberikan proses yang cepat, sederhana dan terjangkau untuk gugatan perdata di bawah Rp 500 juta.
4. *Class Action*: Konsumen dengan pokok permasalahan dan kepentingan yang sama juga dapat memilih untuk mengajukan gugatan secara kolektif ke pengadilan melalui mekanisme *class action*. Mekanisme ini lebih efisien karena para konsumen dapat menunjuk satu pihak untuk mewakili mereka di pengadilan.

Hal yang perlu juga diperhatikan bahwa dalam penyelesaian sengketa *platform marketplace*, perlindungan konsumen harus menjadi prioritas. Hal ini dapat dilakukan melalui penerapan hukum dan peraturan yang tepat serta peningkatan kesadaran konsumen tentang hak dan kewajiban mereka dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Adanya regulasi dengan pendekatan ekosistem lebih diperlukan mengingat kompleksitas pihak-pihak yang terlibat dalam *platform marketplace*.

Hal ini bertujuan untuk menciptakan kerangka kerja hukum yang seimbang dan adil yang memperlakukan konsumen dan penjual secara adil, meminimalkan risiko penipuan, dan meningkatkan kepercayaan konsumen dalam bertransaksi di *marketplace*. Selain itu, dengan berfokus pada asas kepastian hukum, konsep ini

⁵¹ Stefani, "Kepastian Hukum Penyelesaian Sengketa E-Commerce di Indonesia Secara Online", *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi Universitas Jember*, 2, no. 7 (Juli 2021): 1235.

menjamin bahwa hukum memiliki landasan moral dan etis yang kuat dalam melindungi hak-hak konsumen. Dalam mewujudkan kepastian Hukum yang seimbang dalam penyelesaian sengketa pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* terkendala adanya perbedaan hukum antar negara. Pada transaksi jual beli melalui *platform perdagangan* sering melibatkan transaksi yang melintasi batas negara. Perbedaan dalam peraturan dan hukum di berbagai negara dapat menyulitkan upaya perlindungan konsumen yang seimbang, karena aturan yang berlaku di satu negara mungkin tidak berlaku di negara lain. Ketika pelanggaran terjadi di lintas negara, penegakan hukum dapat menjadi sulit. Koordinasi antarnegara dan hambatan administratif dapat menjadi kendala dalam mengejar pelanggar hukum.

Selain itu, faktor ketidaksetaraan Sumber Daya dan Informasi. Konsumen dan pelaku usaha dalam *platform marketplace* memiliki tingkat akses dan pengetahuan yang berbeda. Konsumen mungkin tidak memiliki sumber daya atau informasi yang cukup untuk melindungi diri mereka sendiri dari penipuan atau praktik yang merugikan. Kesadaran Konsumen yang rendah, konsumen yang kurang sadar tentang hak-hak mereka dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* mungkin tidak tahu cara melindungi diri mereka sendiri atau mengambil langkah-langkah yang diperlukan jika mereka menghadapi masalah. Banyak badan penegak hukum memiliki keterbatasan sumber daya, baik dalam hal personel maupun teknologi. Hal ini dapat menghambat kemampuan mereka untuk menyelidiki dan menindak pelanggaran *platform marketplace* dengan efektif. Selain itu ketidakjelasan kewajiban Penyedia Layanan Internet.

Pada beberapa kasus, penyedia layanan internet (*Internet Service Provider / ISP*) dapat menjadi tempat pelanggaran pada *platform marketplace* terjadi, seperti penyebaran barang-barang ilegal atau pelanggaran hak cipta. Ketidakjelasan tentang kewajiban ISP dalam melindungi konsumen dapat menjadi kendala.

Adanya ketidakseimbangan kekuasaan, kadang-kadang, *platform marketplace* memiliki kekuasaan yang besar atas penjual dan konsumen. Hal ini dapat menghasilkan ketidakseimbangan dalam perlindungan hukum, di mana penjual atau *platform marketplace* memiliki keuntungan yang tidak adil dalam transaksi. Kondisi tersebut diperparah dengan ketidakjelasan hukum pada *platform marketplace*. Hukum transaksi jual beli melalui *platform marketplace* terus berkembang seiring dengan perkembangan teknologi. Hal ini menciptakan ketidakpastian hukum dan kesulitan dalam menegakkan aturan yang berlaku.

Dari sisi keamanan Data dan Privasi, perlindungan data dan privasi konsumen adalah masalah utama dalam *platform marketplace*. Serangan siber dan pelanggaran data dapat mengancam keamanan dan privasi konsumen, dan ini merupakan tantangan yang terus berlanjut dalam upaya perlindungan hukum yang seimbang. Adanya pemalsuan produk adalah masalah serius di transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Konsumen dapat dengan mudah tertipu oleh produk palsu atau ilegal, dan ini memerlukan upaya ekstra dalam melindungi konsumen dari bahaya ini.

Tantangan teknologi pada *platform marketplace* terus berkembang dengan cepat, dan teknologi baru muncul dengan cepat. Hal ini dapat menyulitkan hukum untuk tetap *up-to-date* dan efektif dalam melindungi konsumen.

Selain itu adanya penyalahgunaan hukum oleh pihak-pihak atau menggunakan taktik hukum untuk tujuan yang tidak bermoral. Ini dapat mengganggu proses perlindungan hukum yang seimbang. Pemecahan untuk kendala-kendala ini memerlukan kerjasama antara pemerintah, industri, dan kelompok konsumen dalam mengembangkan kebijakan dan praktik terbaik yang mempromosikan perlindungan hukum yang seimbang dan efektif dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Adanya perdagangan tak lihat (*Dark Web*). Aktivitas transaksi jual beli pada *platform marketplace* yang ilegal atau merugikan sering kali terjadi di jaringan *deep web* atau *dark web* yang sulit dilacak. Hal ini membuat sulit bagi otoritas penegak hukum untuk mengidentifikasi dan menindak pelanggaran.

Krisis Keamanan *Cyber*. Serangan siber yang canggih dapat membahayakan integritas *marketplace* dan informasi konsumen. Ketika serangan terjadi, ini dapat mengganggu perlindungan hukum yang seimbang dan mengakibatkan kerugian besar bagi konsumen. Kemampuan Adopsi Teknologi, dimana tidak semua konsumen memiliki akses atau pemahaman teknis yang cukup untuk bertransaksi secara *online* dengan aman. Ini dapat menjadi kendala dalam mencapai perlindungan hukum yang seimbang, terutama bagi kelompok yang kurang terampil dalam teknologi. Upaya untuk mengatasi kendala-kendala ini melibatkan kerja sama lintas sektor, koordinasi internasional, dan investasi dalam pelatihan, teknologi, dan sumber daya penegakan hukum. Tujuannya adalah menciptakan kerangka kerja yang lebih kuat untuk perlindungan hukum yang seimbang dan efektif dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

3. Konsep Hukum Arah Rekonstruksi Hukum Ke Depan (*Ius Constituendum*) pada Aspek Kelembagaan pada Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace*

Konsep *Ius Constituendum* memiliki implikasi yang signifikan dalam aspek kelembagaan pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Konsep ini menuntut hukum dan regulasi untuk terus beradaptasi dan berkembang seiring dengan dinamika dan perkembangan teknologi pada *platform marketplace*, termasuk pembentukan regulasi yang lebih ketat dan pengembangan institusi pengawas. Pengembangan Institusi Pengawas dalam konteks kelembagaan, *Ius Constituendum* mungkin menuntut pembentukan atau pengembangan institusi pengawas yang bertugas mengawasi operasional pada *platform marketplace* untuk memastikan kepatuhan terhadap hukum dan regulasi yang berlaku. Institusi ini juga bertugas untuk menangani keluhan dan sengketa yang mungkin muncul antara pihak-pihak yang terlibat dalam *platform marketplace*.

Permasalahan yang terkait dengan kelembagaan perlindungan konsumen misalnya:

1. Ketiadaan beberapa lembaga atau organisasi antara lain asosiasi konsumen barang dan/atau jasa sejenis serta ketidakjelasan pengaturan koordinasi antar berbagai instansi penegak hukum yang terlibat dalam penegakan UUPK, antara lain kementerian terkait, BPSK, Kepolisian, Kejaksaan, dan Pengadilan. UUPK hanya mengatur mengenai tugas mengenai Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat sebagaimana yang diatur dalam UUPK terutama terkait dengan tugas bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya

mewujudkan perlindungan konsumen.⁵²

2. Penerbitan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (UU Pemda) yang menisbikan peran Kabupaten/Kota dalam urusan perlindungan konsumen, sehingga keberadaan BPSK yang semula diperintahkan oleh UUPK untuk didirikan di setiap Daerah Tingkat II (Kabupaten/Kota), sekarang hanya diperkenankan di Provinsi dan Pusat; dan c) tugas dan wewenang berbagai badan atau lembaga dalam urusan perlindungan konsumen yang kurang optimal, antara lain Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), sehingga kurang dapat berkontribusi pada upaya perlindungan konsumen.

Dalam penyelenggaraan *platform marketplace*, efektivitas Lembaga Pengawas terhadap penyelenggaraan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* perlu mendapat perhatian terhadap sejauh mana peranan dan efektifitas dari Lembaga/Badan tersebut dalam melaksanakan fungsi dan peranannya dalam rangka mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang berdasarkan Asas Kepastian Hukum.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBB), maka yang dimaksudkan dengan pengawasan adalah berasal dari kata 'awas' yang berarti mengamati dan menjaga baik-.baik. Definisi pengawasan menurut para ahli, diantaranya dikemukakan oleh Hendry Fanyol menyebutkan definisi dari pengawasan; yaitu “*Control consist in verifying wether everything accur in conformity with the plan*

⁵² Pasal 44 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

asopted, the instruction issued and principles established. It has for object to point out weaknesses and errors in to rectify them and prevent recurrence.” Pengawasan merupakan realitas bahwa hakikat merupakan suatu tindakan menilai (menguji) apakah sesuatu telah berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan. Melalui pengawasan tersebut akan dapat ditemukan kesalahan-kesalahan yang akhirnya kesalahan-kesalahan tersebut akan dapat diperbaiki dan yang terpenting jangan sampai kesalahan tersebut terulang kembali. Selain itu, definisi pengawasan dikemukakan juga oleh George R. Terry yang dikutip Muchsan yang mendefinisikan pengertian pengawasan sebagai berikut; *“Control is to determine what is accomplished evaluate it, and apply corrective measure, if needed to result in keeping with the plan.”* Pengawasan merupakan suatu tindakan yang menitik beratkan pada tindakan evaluasi serta koreksi terhadap hasil yang dicapai, dengan maksud agar hasil tersebut sesuai dengan rencana. Dengan demikian tindakan pengawasan itu tidak dilakukan terhadap suatu proses kegiatan yang sedang berjalan, akan tetapi justru pada akhir suatu kegiatan setelah kegiatan tersebut menghasilkan sesuatu.

Pengertian pengawasan juga dikemukakan oleh Newman yang berpendapat bahwa; *“Control is assurance that the performance conform to plan.”* Ini berarti bahwa titik berat pengawasan adalah suatu usaha untuk menjamin agar pelaksanaan suatu tugas dapat sesuai dengan rencana. Karena itu, pengawasan merupakan suatu tindakan yang dilakukan selama proses suatu kegiatan sedang berjalan. Senada dengan pengertian tersebut kita dapat melihat definisi pengawasan yang disampaikan oleh Irham Fahmi mengatakan bahwa pengawasan secara umum dapat didefinisikan

sebagai cara suatu organisasi mewujudkan kinerja yang efektif dan efisien, serta lebih jauh mendukung terwujudnya visi dan misi suatu organisasi.⁵³ Pengawasan ialah proses pemantauan, penelitian, dan pelaporan rencana atas pencapaian tujuan yang telah ditetapkan untuk tindakan korektif guna penyempurnaan lebih lanjut.⁵⁴ Menurut S.P. Siagian yang menggambarkan pengawasan sebagai berikut : “Proses pengamatan dari pada pelaksanaan seluruh kegiatan organisasi untuk menjamin agar pekerjaan yang sedang dilaksanakan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan.”⁵⁵ Pendapat Siagian ini sama dengan Newman dimana pengawasan menitik beratkan pada tindakan pengawasan pada proses yang sedang berjalan atau dilaksanakan. Pengawasan tidak dilaksanakan pada akhir suatu kegiatan, justru pengawasan dilaksanakan pada dalam menilai dan mewarnai hasil yang akan dicapai oleh kegiatan yang sedang dilaksanakan tersebut.

Berdasarkan definisi pengawasan yang dikemukakan oleh para ahli tersebut di atas diatas diketahui bahwa wujud pengawasan adalah kegiatan untuk menilai suatu pelaksanaan tugas secara *de facto*. Sedangkan tujuan pengawasan hanyalah terbatas pada pencocokan apakah kegiatan yang dilaksanakan telah sesuai dengan tolak ukur yang telah ditentukan sebelumnya. Dari definisi tersebut juga diperoleh suatu konsep pemahaman bahwa perlu dilakukannya pemantauan dan pelaporan rencana atas pencapaian tujuan yang telah ditetapkan untuk tindakan korektif guna penyempurnaan lebih lanjut yang dititikberatkan pada proses yang sedang berjalan atau dilaksanakan. Suatu pengawasan yang dilakukan secara rutin ataupun berkala di dalam organisasi perlu dilakukan

⁵³ Irham Fahmi, Manajemen Keuangan Perusahaan dan Pasar Modal.

⁵⁴ Brantas, *Dasar-dasar Manajemen* (Bandung, Alfabeta, 2009): 195.

⁵⁵ Sondang P. Siagian, *Fungsi-Fungsi Manajerial*.

pemantauan, Hal ini bukan dilakukakan untuk mencari kesalahannya tetapi untuk mendidik, membimbing dan mengarahkannya. Tanpa adanya pengawasan yang baik tentunya akan menghasilkan tujuan yang kurang memuaskan, baik bagi organisasi itu sendiri maupun bagi para pekerjanya. Dikaitkan dengan pelaksanaan transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, maka peranan secara kelembagaan/institusi Lembaga/Institusi/Badan dalam melakukan penyelenggaraan dan pengawasan yang saling berkoordinasi antar lembaga/instansi/badan terhadap perlindungan konsumen sangatlah penting dalam mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Dimana dalam penyelenggaraan dan pengawasan terhadap perlindungan konsumen terdapat Lembaga/Institusi/Badan Perlindungan Konsumen yang terlibat didalamnya, yaitu terdiri dari :

3.1 Peranan Kementerian Perdagangan dalam melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*

Sesuai dengan Pasal 29 UUPK, diatur bahwa Pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha.⁵⁶ Pembinaan terhadap pelaku usaha dan pengawasan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di masyarakat tidak hanya ditujukan untuk melindungi kepentingan konsumen, tetapi juga bermanfaat bagi pelaku usaha dalam upaya meningkatkan daya saing barang dan/atau jasa

⁵⁶ Pasal 29 Butir 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

di pasar global. Pembinaan dilakukan melalui upaya untuk menciptakan iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen; mengembangkan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat; meningkatkan kualitas sumber daya manusia; dan meningkatkan kegiatan penelitian terkait dengan perlindungan konsumen. Pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang meliputi:

- a. Terciptanya iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen;
- b. Berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
- c. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia serta meningkatnya kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen.

Peranan negara yang dapat dilakukan terhadap perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace* dengan cara:⁵⁷

- 1) Menghilangkan kendala-kendala hukum dan memberikan pengaturan dalam transaksi;
- 2) Memberikan fasilitas dalam bentuk pengaturan terhadap upaya perlindungan hukum bagi konsumen yang diberikan oleh pelaku usaha (*self-regulation*); dan
- 3) Konsumen sendiri dalam melakukan transaksi.

Peranan negara yang dimaksud disini yaitu tuntutan adanya kepastian hukum dalam melakukan transaksi dari segi aspek hukum nasional melalui pembentukan peraturan di bidang perlindungan hukum bagi konsumen, maupun aspek hukum internasional melalui perjanjian internasional atau harmonisasi hukum. Harmonisasi hukum dimaksudkan sebagai wahana untuk menciptakan seperangkat aturan yang prinsip-prinsip dasarnya berasal dari hukum nasional masing-masing negara.

⁵⁷ Putu Eka Trisna Dewi, "Pengawasan dan Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Bisnis E-Commerce", *Fakultas Hukum Universitas Ngurah Rai Bali*, (2024): 11.

Menurut UU Perdagangan, maka peranan Pemerintah dalam melakukan pengendalian perdagangan baik dalam maupun luar negeri meliputi, yaitu Perizinan; Standar dan pelarangan dan pembatasan. Dimana kebijakan perdagangan yang dilakukan Pemerintah di bidang perdagangan, antara lain melakukan pengharmonisasian peraturan, Standar, dan prosedur kegiatan perdagangan antara pusat dan daerah dan/atau antardaerah, penataan prosedur perizinan bagi kelancaran arus barang, perlindungan konsumen dll.⁵⁸

Dalam pelaksanaannya, pada *platform marketplace*, pelaku usaha yang membuka toko *online* pada *platform* digital tidak meminta izin kepada pemerintah. Jika toko *online* dapat bebas beroperasi tanpa izin, maka jika terjadi kerugian, konsumen yang seharusnya dapat menuntut pelaku usaha, namun jika transaksi yang dilakukan secara *online* atau melalui media elektronik, maka bagaimana cara konsumen dapat menuntut atas kerugiannya apabila konsumen tidak mengetahui dimana tempat tinggal atau dari pelaku usaha berdomisili, karena pada umumnya toko *online* hanya menginformasikan letak kota atau negara tempat pelaku usaha dan tanpa alamat yang jelas dan pasti, sehingga hal ini tidak ada jaminan atas kebenaran dari data dan informasi dari pelaku usaha.

Untuk dapat memudahkan pemerintah melakukan pengawasan, maka diperlukan suatu instrumen pengawasan dan pengendalian kegiatan usaha *online*.

⁵⁸ Pasal 5 ayat (4) dan Pasal 38 ayat (4) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Lembaran Negara RI Tahun 2014 Nomor 45, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 5512. Sekretariat Negara. Jakarta.

Untuk itu pelaku usaha yang akan membuka toko *online* diplatform digital milik *marketplace* untuk melakukan registrasi atau pendaftaran data diri dan domisili terlebih dahulu, sehingga memberikan kesempatan bagi konsumen agar dapat mengetahui dimana pelaku usaha berada / berdomisili. Hal ini tentunya akan memudahkan bagi konsumen apabila akan menggugat pelaku usaha atas kerugian yang dialami oleh konsumen akibat dari transaksi jual beli melalui media elektronik yang telah dilakukannya.

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan mengatur Pemerintah dan Pemerintah Daerah mempunyai wewenang melakukan pengawasan terhadap kegiatan perdagangan. Dalam melaksanakan pengawasan tersebut, Pemerintah menetapkan kebijakan pengawasan di bidang Perdagangan.⁵⁹ Pengawasan oleh Pemerintah dilakukan oleh Menteri. Menteri dalam melakukan pengawasan mempunyai wewenang melakukan:⁶⁰

- a. pelarangan mengedarkan untuk sementara waktu dan/atau perintah untuk menarik Barang dari Distribusi atau menghentikan kegiatan Jasa yang diperdagangkan tidak sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang Perdagangan; dan/atau
- b. pencabutan perizinan di bidang Perdagangan.

Dalam melaksanakan pengawasan, Menteri menunjuk petugas pengawas di bidang Perdagangan. Petugas pengawas di bidang Perdagangan dalam melaksanakan pengawasan harus membawa surat tugas yang sah dan resmi. Petugas Pengawas dalam melaksanakan kewenangannya paling sedikit melakukan pengawasan terhadap:⁶¹

⁵⁹ Pasal 98 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Lembaran Negara RI Tahun 2014 Nomor 45, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 5512. Sekretariat Negara. Jakarta.

⁶⁰ *Ibid.*, Pasal 99 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.

⁶¹ *Ibid.*, Pasal 100 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.

- a. perizinan di bidang Perdagangan;
- b. Perdagangan Barang yang diawasi, dilarang, dan/atau diatur;
- c. Distribusi Barang dan/atau Jasa;
- d. pendaftaran Barang Produk Dalam Negeri dan asal Impor yang terkait dengan keamanan, keselamatan, kesehatan, dan lingkungan hidup;
- e. pemberlakuan SNI, persyaratan teknis, atau kualifikasi secara wajib;
- f. pendaftaran Gudang; dan
- g. penyimpanan Barang kebutuhan pokok dan/atau Barang penting

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dinyatakan bahwa pelaku usaha yang melakukan kegiatan usaha perdagangan wajib memiliki perizinan di bidang perdagangan yang diberikan oleh Menteri.⁶² Perizinan berusaha adalah pendaftaran yang diberikan kepada pelaku usaha untuk memulai usaha dan/atau kegiatan yang diberikan dalam bentuk persetujuan yang dituangkan dalam bentuk surat /keputusan atau pemenuhan persyaratan dan/atau komitmen. Definisi ini diatur dalam Pasal 1 Angka 4 Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik. Jenis perizinan berusaha dalam Pasal 5 PP Nomor 24 Tahun 2018 meliputi:⁶³

- a. **Izin Usaha** adalah izin yang diterbitkan oleh lembaga OSS untuk dan atas nama menteri, pimpinan lembaga, gubernur, atau bupati/wali kota setelah pelaku usaha melakukan pendaftaran dan untuk memulai usaha dan/atau kegiatan sampai sebelum pelaksanaan komersial atau operasional dengan memenuhi persyaratan dan/atau komitmen.
- b. **Izin komersial atau operasional** adalah izin yang diterbitkan oleh lembaga OSS untuk dan atas nama menteri, pimpinan lembaga, gubernur atau bupati/wali kota setelah pelaku usaha mendapatkan izin usaha dan untuk melakukan kegiatan komersial atau operasional dengan memenuhi persyaratan dan/atau komitmen. Dari definisi yang dijelaskan pada Peraturan Menteri ini, terdapat proses untuk mendapatkan izin. Pelaku usaha harus mengajukan permohonan pendaftaran, sampai diterbitkannya izin usaha lalu izin komersial atau operasional, pemenuhan komitmen, sampai adanya pengawasan.

⁶² *Ibid.*, Pasal 24 ayat (1) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.

⁶³ Pasal 5 Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik. Lembaran Negara RI Tahun 2018 Nomor 90, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6215. Sekretariat Negara. Jakarta.

Pengawasan oleh pemerintah melalui Kementerian Perdagangan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen yang mendapatkan legitimasi melalui pengaturan perundang-undangan terhadap pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, adalah bentuk campur tangan Negara dalam urusan kesejahteraan rakyatnya, sekaligus sebagai ciri dari Negara kesejahteraan modern. Dimana pelaku usaha dan konsumen saling membutuhkan karena tidak adanya konsumen, pelaku usaha dan konsumen yang mengandalkan pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhannya tidak dapat berbisnis.⁶⁴ Pengawasan Pemerintah dalam hal ini dapat mencegah timbulnya tindak pidana penipuan dalam perdagangan elektronik yang dapat diketahui bahwa tindak pidana penipuan merupakan kejahatan yang sangat utama pada suatu perdagangan elektronik maupun tradisional. Pada Kementerian Perdagangan terdapat Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga diantara tugasnya untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dan menjaga ketertiban perniagaan termasuk perdagangan pada *platform marketplace*.

Untuk menciptakan lingkungan pada *platform marketplace* yang sehat dan aman, pemerintah perlu mengambil kebijakan yang mendukung pengembangan transaksi jual beli pada *platform marketplace* sekaligus memberikan perlindungan dan kepastian hukum bagi semua pihak yang terlibat dalam *platform marketplace*, termasuk konsumen dan pelaku usaha. Tugas pemerintah adalah memberikan bimbingan dan arahan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lingkungan yang mendukung bagi pengembangan usaha. Di sisi lain, pengusaha atau pemilik bisnis juga harus merespons dengan serangkaian tindakan spesifik terhadap orientasi dan kebijakan ini, sehingga berkontribusi dalam menciptakan lingkungan yang mendukung

⁶⁴ Abdul Haris Hamid, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia (Makassar: CV. Sah Media, 2017): 89.

melalui kegiatan praktis.⁶⁵ Dalam melakukan transaksi elektronik, baik di dalam negeri maupun di luar negeri, dengan menggunakan Indonesia sebagai pasar yang luas, peraturan yang mengatur hal ini adalah Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dan peraturan pelaksanaannya, salah satunya adalah Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Dengan adanya regulasi ini, jika pelaku usaha tidak mematuhi hukum atau persyaratan yang berlaku di Indonesia, maka akan timbul sengketa yang dapat merugikan konsumen. Jika syarat-syarat yang harus dipenuhi dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* tidak terpenuhi, seperti melanggar ketentuan keakuratan informasi yang disediakan kepada konsumen, pelaku usaha akan melanggar Pasal 80 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Dalam hal ini, pelaku yang terbukti melanggar akan dikenakan sanksi berupa pencabutan izin usaha dan akan didaftarkan ke daftar hitam perdagangan. Usahanya akan diawasi secara ketat dan dimasukkan dalam daftar pengawasan oleh pemerintah juga dilakukan terhadap pelaku usaha dalam memenuhi standar mutu produksi barang/atau jasa; pencantuman label dan klausula baku; serta pelayanan purna jual barang dan/atau jasa. Kelemahan pada fungsi pengawasan dapat menjadi kesempatan pihak-pihak guna melakukan kecurangan didalamnya. Seperti halnya masalah Standarisasi yang biasa disebut SNI (Standar Nasional Indonesia).

⁶⁵ Zahra Afina Mahran dan Muhamad Hasan Sebyar, "Pengaruh Peraturan Menteri Perdagangan (PERMENDAG) Nomor 31 Tahun 2023 terhadap Perkembangan E-commerce di Indonesia", *Jurnal Ilmu Hukum dan Sosial*, 1, no. 4 (November 2023): 57.

Dalam Undang-Undang Perdagangan telah memberikan batasan-batasan mengenai pokok-pokok pengawasan pada perdagangan ini.⁶⁶ Kementerian Perdagangan (Kemendag) selaku pembina sektor perdagangan menyatakan bahwa produk harus memenuhi SNI baik perdagangan secara konvensional maupun perdagangan transaksi elektronik, maka dinyatakan produk yang diperjual sudah memenuhi ketentuan. Pada Permendag nomor 73/M-Dag/Per/9/2015 menyatakan mengenai tata cara pendaftaran, metode pengujian, pengawasan, penghentian, serta penarikan barang.⁶⁷ Pendaftaran barang memiliki tujuan mengenai keberadaan serta proses kelayakan produk itu sendiri sehingga dalam peredarannya produk tersebut dapat memaksimalkan pemanfaatannya bagi pembeli. Dalam penarikan suatu produk, dapat dinyatakan bahwa produk tersebut tidak layak untuk diperdagangkan. Hal ini dapat menyangkut mengenai keselamatan pembeli.⁶⁸

Aspek pengawasan oleh pemerintah dilakukan dalam proses produksi, penawaran, promosi, pengiklanan dan penjualan barang dan/atau jasa. Dari hasil wawancara peneliti terhadap peranan dan tugas Dinas Perdagangan Provinsi dan Kota Palembang terkait transaksi jual beli pada *platform marketplace* belum terlalu dimaksimalkan. Hal ini dikarenakan mereka tidak diberikan kewenangan untuk itu, karena kewenangan ada di pusat.⁶⁹

⁶⁶ Pasal 100 ayat (3) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Lembaran Negara RI Tahun 2014 Nomor 45, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 5512. Sekretariat Negara. Jakarta.

⁶⁷ Pasal 2 ayat (1) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 73/M-Dag/Per/9/2015 Tahun 2015 tentang Kewajiban Pencantuman Label dalam Bahasa Indonesia pada Barang.

⁶⁸ Anak Agung Made Ayu Rai Lidya Astari, "Pengawasan Terhadap Transaksi Bisnis E-Commerce dalam Mewujudkan Perlindungan Konsumen", *Jurnal Konstruksi Hukum* Fakultas Hukum Universitas Warmadewa Denpasar Bali, 1, no. 1 (September 2020): 41.

⁶⁹ Hasil wawancara dengan Bapak Nizar Effendi Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan tanggal 20 Oktober 2023.

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 mengatur lebih lanjut mengenai perdagangan melalui sistem elektronik, namun tidak ada ketentuan yang mengatur secara khusus bahwa perdagangan elektronik harus memiliki izin. Padahal perdagangan melalui sistem elektronik saat ini telah banyak. Dimana banyak terdapat toko *online* yang bermunculan, namun pelaku usaha selaku pemilik toko *online* tidak ada kewajiban untuk memiliki izin, maka bagaimana pemerintah dapat melakukan pengawasan dan pengendalian terhadap *platform marketplace* agar sesuai dengan ketentuan yang berlaku apabila pelaku usaha tidak diwajibkan untuk memiliki izin. Sampai dengan saat ini belum jelas apakah pelaku usaha *online* harus memiliki izin atau tidak karena tidak ada pengaturan yang mengatur secara khusus mengenai hal ini. Namun, pemerintah telah memberikan kemudahan berusaha, seperti adanya Lembaga OSS yang dapat memudahkan pelaku usaha untuk mengajukan permohonan perizinan.

Dengan demikian, peran pemerintah dalam mewujudkan perlindungan terhadap konsumen adalah melalui peningkatan standardisasi, pemberdayaan konsumen, pengawasan barang dan/atau jasa yang beredar, tertib ukur serta pengendalian mutu barang dan/ataujasa. Peningkatan upaya perlindungan konsumen diarahkan untuk mendukung tumbuhnya dunia usaha, agar mampu melakukan inovasi dan menghasilkan beraneka ragam barang dan/atau jasa yang memiliki nilai tambah, berteknologi tinggi dan sarat kandungan bahan lokal, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.⁷⁰

⁷⁰ Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga, "Tentang Kami", Diakses pada tanggal 22 Oktober 2024 Pukul 10.22 WIB., <https://ditjenpktn.kemendag.go.id/>.

3.2 Peranan Kementerian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO) dalam Transaksi Jual Beli melalui Platform Marketplace dalam melakukan Pengawasan Terhadap Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen, Pelaku Usaha dan Marketplace

Kementerian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO) adalah lembaga pemerintah Indonesia yang bertanggung jawab atas pengaturan dan pengawasan dalam bidang komunikasi dan informasi. KOMINFO memiliki peran penting dalam pembuatan regulasi dan kebijakan yang mendukung pengembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) di Indonesia. Ini mencakup peraturan tentang penggunaan internet, pelayanan telekomunikasi, *cyber security*, serta penggunaan teknologi dalam pendidikan dan layanan publik.

KOMINFO bertanggung jawab untuk memastikan bahwa semua entitas yang beroperasi di bidang komunikasi dan informasi mematuhi regulasi yang berlaku. Ini mencakup pengawasan terhadap penyedia layanan telekomunikasi, penggunaan internet, serta operasi media massa. Kemkominfo dapat menjalin kerjasama dalam hal pemberian izin dan pengawasan terhadap pelaku usaha dengan dibuatnya suatu Peraturan Menteri. Selanjutnya, peran Kemkominfo sebagai pengawas dapat melacak pelaku usaha yang terdeteksi melakukan wanprestasi atau tindakan merugikan lainnya dan memberitahukannya kepada Kemendag yang menjadi lembaga pemberi izin usaha bagi PMSE.⁷¹ lembaga pemberi izin usaha bagi PMSE.⁷²

⁷¹ Tasya Safiranita Ramli; dkk., “Aspek Hukum Platform e-Commerce dalam Era Transformasi Digital : Legal Aspects of e-Commerce Platform of Digital Transformation Era”, *Jurnal Studi Komunikasi dan Media Fakultas Hukum Universitas Padjajaran*, 24, no. 2 (Desember 2020): 130.

⁷² *Ibid.*,

KOMINFO juga berperan dalam pengembangan infrastruktur TIK di Indonesia, termasuk peningkatan konektivitas internet, pengembangan layanan *cloud* dan promosi penggunaan teknologi digital. Ini juga mencakup pembangunan infrastruktur digital yang mendukung pembangunan ekonomi digital dan inklusi digital.. KOMINFO mendukung pendidikan dan pelatihan dalam bidang TIK, termasuk program pendidikan digital, pelatihan keterampilan digital, dan pengembangan kompetensi profesional dalam bidang TIK. KOMINFO juga berperan dalam koordinasi dengan berbagai entitas lain, seperti lembaga pemerintah, lembaga swasta dan komunitas digital, untuk memastikan konsistensi dalam pengaturan dan pengawasan dalam bidang komunikasi dan informasi. KOMINFO berfokus pada pengembangan SDM di bidang TIK, termasuk pelatihan, pengembangan keterampilan, dan peningkatan kapasitas SDM untuk mendukung pengembangan dan inovasi dalam teknologi informasi dan komunikasi.

Pengaturan KOMINFO didasarkan pada prinsip transparansi, akuntabilitas, dan keadilan dalam penggunaan teknologi informasi dan komunikasi, serta memastikan bahwa teknologi dapat digunakan untuk mendukung pembangunan ekonomi dan masyarakat yang inklusif dan berkelanjutan.

3.3 Pengembangan upaya perlindungan Konsumen oleh Badan Perlindungan Konsumen Nasional

Badan Perlindungan Konsumen Nasional yang selanjutnya disingkat dengan BPKN dibentuk dalam rangka mengembangkan upaya perlindungan konsumen

Adapun landasan hukum dibentuknya BPKN, selain dari UUD 1945, UUPK, juga Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2019 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional dan Kepres Nomor 82/P Tahun 2020. BPKN berkedudukan di Ibu Kota Negara Republik Indonesia dan bertanggung jawab kepada Presiden.

Dibentuknya Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2001 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). Namun demikian, operasional lembaga ini baru terlaksana pada tanggal 5 Oktober 2004. Sesuai dengan fungsinya badan ini mempunyai tugas (Pasal 34 UUPK), memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah, melakukan penelitian dan mengkaji terhadap perundang-undangan, melakukan penelitian terhadap barang dan/ atau jasa, mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, menyebarluaskan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan masyarakat berpihak kepada konsumen, menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, melakukan survey yang menyangkut kebutuhan konsumen.⁷³

Berdasarkan Pasal 35 ayat (1) UUPK, struktur organisasi BPKN terdiri atas seorang ketua merangkap anggota, seorang wakil ketua merangkap anggota, serta sekurang-kurangnya 15 (lima belas) orang dan sebanyak-banyaknya 25 (dua puluh lima) orang anggota yang mewakili 5 (lima) unsur, yaitu unsur pemerintah,

⁷³ I Komang Bagus Try Permana dan A. A. Istri Ari Atu Dewi, "Tugas-Tugas Badan Perlindungan Konsumen Nasional", *Jurnal Studi Komunikasi dan Media Fakultas Hukum Universitas Padjajaran*, 24, no. 2 (Desember 2020): 130.

pelaku usaha, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, Akademisi dan Tenaga Ahli. Anggota BPKN diangkat dan diberhentikan oleh Presiden atas usul Menteri, setelah dikonsultasikan kepada Dewan Perwakilan Rakyat RI. Adapun masa jabatan ketua, wakil ketua dan anggota BPKN selama 3 (tiga) tahun dan dapat diangkat kembali untuk 1 (satu) kali masa jabatan berikutnya. Ketua dan wakil ketua BPKN dipilih oleh anggota.⁷⁴ Anggota BPKN terdiri atas unsur pemerintah, pelaku usaha, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, akademis dan tenaga ahli.⁷⁵ Selanjutnya untuk kelancaran pelaksanaan tugasnya, BPKN dibantu oleh sekretariat. Sekretariat tersebut dipimpin oleh seorang sekretaris yang diangkat oleh Ketua BPKN. Apabila diperlukan BPKN dapat membentuk Perwakilan di Ibu Kota Daerah Tingkat I untuk membantu pelaksanaan tugasnya. Pembentukan perwakilan tersebut ditetapkan lebih lanjut dengan keputusan Ketua BPKN.⁷⁶

Fungsi, tugas dan tata kerja sekretariat diatur dalam Keputusan Ketua BPKN. BPKN mempunyai fungsi memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia. Untuk menjalankan fungsinya tersebut BPKN mempunyai tugas, yaitu :

⁷⁴ Pasal 35 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

⁷⁵ *Ibid.*, Pasal 36 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁷⁶ *Ibid.*, Pasal 39 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Tabel 8
Saran dan Pertimbangan BPKN kepada Pemerintah

No.	Rekomendasi	Poin-Poin Rekomendasi	Tanggapan
1.	125/BPKN/10/2012 Tujuan: Menteri Komunikasi dan Informatika	1. Perlu segera membentuk penyelenggara sertifikasi elektronik (PSE) atau <i>Certification Authority (CA)</i> dan Lembaga sertifikasi keandalan seperti diamanatkan oleh pasal 10 ayat 1 dan pasal 13 ayat 3, UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang ITE. Untuk itu Kementarian Komunikasi dan Informatika atau komite akreditasi nasional perlu segera membentuk komite akreditasi baru khusus untuk <i>e-commerce</i> 2. Peraturan Pemerintah sebagai aturan pelaksanaan UU ITE perlu segera ditetapkan agar bisa dijadikan landasan dalam pelaksanaan kegiatan <i>e-commerce</i> . Melakukan edukasi kepada masyarakat luas agar mengetahui ciri-ciri pedagang <i>online</i> yang <i>bonafide</i> sebagai dasar pertimbangan dalam memilih pedagang <i>online</i> .	1. Pada prinsipnya pokok-pokok pengaturan <i>e-commerce</i> telah diatur dalam UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan PP Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE); 2. Agar UU ITE dan PP PSTE dapat dilaksanakan dengan efektif, dan juga dikarenakan adanya amanat dalam berbagai Permenkominfo, maka hasil kajian dan FGD yang telah dilakukan BPKN oleh merupakan referensi yang penting dan strategis untuk pengkayaan materi Rancangan Permenkominfo dimaksud. Adapun Rancangan Rancangan Permenkominfo yang akan kami siapkan antara lain:

No.	Rekomendasi	Poin-Poin Rekomendasi	Tanggapan
			<ul style="list-style-type: none"> a. Tata Cara Pendaftaran Penyelenggara Sistem Elektronik Pelayanan Publik Instansi Penyelenggara Negara; b. Tata Cara Pendaftaran Penyelenggara Sistem Elektronik Pelayanan Publik Non Instansi Penyelenggara Negara; c. Penggunaan Nama Domain go.id bagi Instansi Penyelenggara Negara; d. Pembentukan Lembaga Sertifikasi Keandalan; e. Pengaturan Teknis Penyelenggara Sertifikasi Elektronik.
2.	No.122/BPKN/2/2019 Optimalisasi Potensi Perlindungan Konsumen di Era Ekonomi Digital Tujuan: Presiden RI	<ul style="list-style-type: none"> 1. Agar Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat segera disahkan dengan mengdepankan prinsip perlindungan konsumen di era ekonomi digital 2. Agar rancangan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi dapat segera disahkan 3. Bahwa data dan informasi strategis yang menyangkut kepentingan Indonesia merupakan aset negara yang lalu lintasnya harus dikendalikan oleh otoritas Republik Indonesia 	<ul style="list-style-type: none"> 2. Kementerian Koordinator Bidang Politik Hukum dan HAM : Menanggapi dengan melalui surat afirmasi 3. Kementerian Pariwisata dan ekonomi kreatif: menanggapi dengan meminta BPKN hadir pada rapat tindak lanjut.

No.	Rekomendasi	Poin-Poin Rekomendasi	Tanggapan
		<ol style="list-style-type: none"> 4. Agar pemerintah memberi perhatian terhadap keamanan data pribadi dan transaksi 5. Memastikan agar pemerintah memiliki akses terhadap data transaksi apabila terjadi sengketa lintas negara dan harus diselesaikan dengan menggunakan hukum Indonesia 6. Memastikan agar pemerintah menyelenggarakan edukasi yang memadai kepada konsumen tentang risiko-risiko ekonomi dan sosial yang muncul di era ekonomi digital 	
3.	<p>123/BPKN/12/2019 Optimalisasi Indonesia Percaya Diri Bertransaksi di Era Digital Tujuan: Menteri Komunikasi dan Informatika</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memastikan rancangan Undang-undang perlindungan data pribadi segera disahkan dengan mengedepankan prinsip-prinsip integritas perlindungan konsumen 2. Mengendalikan pemanfaatan data dan informasi yang menyangkut kepentingan konsumen, sehingga memberikan kepastian dan integritas terhadap perlindungan konsumen 3. Menempatkan pusat data dan layanan ekonomi digital di Indonesia, sehingga keamanan data penggunatermasuk data pribadi lebih terjamin 4. Mendorong peran kementerian kominfo untuk membangun iklim percaya diri bertransaksi di, ke, dan dari pasar Indonesia dengan memberikan kepastian hukum dan akses pemulihan. 	<p>Menteri Komunikasi dan Informatika tidak memberikan tanggapan untuk rekomendasi</p>

No.	Rekomendasi	Poin-Poin Rekomendasi	Tanggapan
4.	20/BPKN/REK OM/10/2022 Kebutuhan Konsumen terhadap Keamanan dan Kenyaman Bertransaksi di <i>E-commerce</i> Tujuan: Menteri Perdagangan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kementerian Perdagangan RI perlu berkoordinasi dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, Kementerian Keuangan RI, Otoritas Jasa Keuangan RI, Kementerian Perindustrian RI, serta Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) RI untuk menyusun regulasi dalam bentuk Peraturan Pemerintah terkait <i>e-commerce</i> yang terintegrasi; 2. Kementerian Perdagangan RI melalui Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri perlu mempercepat revisi Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik beserta petunjuk teknis PMSE agar dapat menjadi pedoman bagi PPMSE; 3. Kementerian Perdagangan RI melalui Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri perlu berkoordinasi dengan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) agar dapat mendorong pemerintah daerah untuk mengembangkan <i>marketplace</i> sejenis <i>e-peken</i> di tingkat provinsi dan kabupaten/kota; 	Menteri Perdagangan tidak menanggapi rekomendasi

No.	Rekomendasi	Poin-Poin Rekomendasi	Tanggapan
		<p>4. Kementerian Perdagangan RI melalui Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga perlu berkoordinasi dengan para pemangku kepentingan dalam meningkatkan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat secara masif dan <i>multichannel</i> terkait kebijakan yang terintegrasi khususnya komponen yang terkait dalam transaksi online seperti <i>store/marketplace</i>, <i>payment gateway</i>, jasa pengiriman, komunikasi dan informasi, sehingga pemahaman masyarakat akan pentingnya keamanan bertransaksi melalui <i>e-commerce</i> agar dapat meminimalisir permasalahan konsumen;</p> <p>5. Kementerian Perdagangan RI melalui Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga perlu melakukan percepatan pembuatan sistem dan regulasi DODR (<i>Digital Online Dispute Resolution</i>) agar penyelesaian permasalahan pengaduan <i>e-commerce</i> lintas negara dapat terus ditingkatkan.</p>	
5.	<p>21/BPKN/REK/OM/10/2022 Kebutuhan Konsumen terhadap Keamanan dan Kenyamanan Bertransaksi di <i>E-commerce</i> Tujuan: Menteri Komunikasi dan Informatika</p>	<p>1. Kementerian Komunikasi dan Informatika RI perlu dilakukan percepatan penyusunan petunjuk teknis Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UU-PDP) dengan penyediaan fitur dan dapat memfasilitasi PSE lingkup privat untuk melakukan <i>assessment</i> pada saat pendaftaran terkait dengan poin-poin kepatuhan terhadap regulasi PDP. Dengan cara ini, PSE dapat menyediakan layanan yang memperhatikan prinsip-prinsip perlindungan konsumen dalam PDP, serta melakukan sosialisasi kepada para pemangku kepentingan, pelaku usaha dan masyarakat;</p>	<p>Menteri Komunikasi dan Informatika tidak memberikan tanggapan untuk rekomendasi</p>

No.	Rekomendasi	Poin-Poin Rekomendasi	Tanggapan
		2. Kementerian Komunikasi dan Informatika RI perlu mendorong percepatan pengesahan Rancangan Undang-Undang Keamanan dan Ketahanan Siber (RUU-KKS), sehingga keamanan data pribadi konsumen <i>e-commerce</i> terjamin secara optimal; 3. Kementerian Komunikasi dan Informatika RI perlu meningkatkan sosialisasi dan edukasi kepada PSE dalam meningkatkan kepatuhan terhadap regulasi dan membuat wadah pengaduan terkait <i>e-commerce</i> yang terintegrasi, sehingga hak konsumen dapat terpulihkan; 4. Kementerian Komunikasi dan Informatika RI perlu meningkatkan monitoring dan pengawasan terhadap konten yang dianggap tidak sesuai dengan norma dan melanggar peraturan yang berlaku serta melakukan penindakan berupa peringatan dan/atau sanksi.	

Sumber : Hasil riset pada Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN)
Diakses pada tanggal 19 Desember 2023 Pukul 20.15 WIB.

1. Memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen. BPKN dalam memberikan rekomendasi kebijaksanaan perlindungan konsumen berdasarkan hasil dari pengaduan konsumen maupun dari isu aktual yang berkembang di masyarakat. Dari pengaduan dan isu tersebut, BPKN mengumpulkan fakta dan dikaji dengan mengundang *stakeholder* terkait serta melakukan analisis data lapangan. Hasil kajian akan menjadi sebuah rekomendasi atas kebijakan pemerintah di bidang perlindungan konsumen.

2. Melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundangan-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen;
3. Melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen. Pada tahun 2022, BPKN telah mengeluarkan rekomendasi mengenai kebutuhan konsumen terhadap keamanan dan kenyamanan bertransaksi pada *platform marketplace*. Rekomendasi ini ditujukan kepada Menteri Perdagangan dan Menteri Komunikasi dan Informatika. BPKN dalam melakukan kajian transaksi jual beli melalui *platform marketplace* didasarkan kepada tingginya pengaduan konsumen yang diterima oleh BPKN. Selain itu pula, BPKN juga turut melakukan *e-survey* kepada konsumen dengan berbagai macam latar belakang. Fenomena perkembangan penjualan *online* juga tidak terlepas dari berbagai permasalahan konsumen yang mencakup dimensi ekonomi, teknologi, lingkungan sosial, budaya dan kebijakan dan hukum.
4. Mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
5. Menyebarkan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap berperihakan kepada konsumen;
6. Menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha. Berkaitan dengan sektor *platform marketplace*, BPKN menerima pengaduan antara lain wanprestasi pengiriman barang, *refund* tiket *online travel agent*, dugaan barang cacat dan/atau palsu, kesalahan pengiriman barang, barang tidak sesuai dengan iklan dan/atau deskripsi, penyalahgunaan akun melalui OTP dan/atau *phishing*,

pembatalan sepihak transaksi pembelian tiket, klaim garansi, *refund* pembelian emas *online* dan voucher yang tidak bisa diklaim. BPKN dalam menerima pengaduan dilakukan oleh Komisi/Bagian III Advokasi konsumen dan selanjutnyadisposisi oleh PIC masing-masing sektor, setelahnya dilakukan verifikasi konsumen, klarifikasi pelaku usaha dan pertemuan para pihak. Setelahnya pengaduan akan diakhiri dengan 3 (tiga) kondisi, yaitu hak konsumen terpulihkan, hak konsumen tidak terpulihkan dan *deadlock* atau tidak ada kesepakatan. Salah satu contoh pengaduan yang masuk ke BPKN terkait dengan transaksi di *platform marketplace* adalah adanya barang yang dibeli oleh konsumen melalui *platform marketplace* tidak sampai di tangan konsumen meskipun konsumen telah melakukan pembayaran. Pihak yang banyak memasukkan pengaduan pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* adalah konsumen.

7. Namun pelaku usaha juga pernah memasukkan pengaduan. BPKN memiliki aturan atau SOP terhadap mekanisme penerimaan pengaduan. Dalam penanganan dan penyelesaian pengaduan pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* tersebut, BPKN berkoordinasi dengan lembaga atau institusi lain, misalnya Kementerian Perdagangan, Kementerian Perindustrian, Kementerian Komunikasi dan Informatika dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. BPKN dalam melaksanakan tugasnya dapat bekerjasama dengan organisasi konsumen internasional, seperti Korea *Consumer Agency* (KCA).

Adapun mekanisme penanganan dan penyelesaian pengaduan perlindungan konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* oleh BPKN, yaitu dengan melalui mekanisme yang dilakukan disposisi terlebih dahulu oleh PIC

masing-masing sektor, setelah itu baru dilakukan verifikasi oleh konsumen. Selanjutnya dilakukan klarifikasi oleh pelaku usaha dan diadakan pertemuan dengan para pihak yang bersengketa. Setelahnya penyelesaian pengaduan akan diakhiri dengan 3 (tiga) kondisi, yaitu hak konsumen terpulihkan, hak konsumen tidak terpulihkan dan *deadlock* atau tidak ada kesepakatan. Dalam menangani dan menyelesaikan pengaduan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, maka aturan hukum yang dipedomani oleh BPKN, yaitu UUPK, UU Perdagangan, UU ITE, UU PDP dan Undang-Undang/Peraturan Pemerintah/Peraturan Menteri yang terkait dengan transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Terhadap pengaduan tersebut berhasil ditangani dan diselesaikan dengan baik oleh BPKN. Sesuai dengan UUPK, fungsi BPKN hanya memberikan saran dan rekomendasi kepada Pemerintah terkait Perlindungan Konsumen.⁷⁷

8. Melakukan survey yang menyangkut kebutuhan konsumen; Dalam melaksanakan tugasnya tersebut, BPKN bekerja berdasarkan tata kerja yang diatur dengan Keputusan Ketua BPKN. BPKN dapat bekerja sama dengan organisasi konsumen internasional.

3.4 Peranan aktif Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia dalam mewujudkan perlindungan hukum pada Konsumen, Pelaku usaha dan *Marketplace*

Sesuai dengan UUPK, pemerintah berwenang melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan

⁷⁷ *Ibid.* , Pasal 33 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

peraturan perundang-undangnya yang diselenggarakan oleh pemerintah, masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.⁷⁸

Pembinaan oleh pemerintah atas penyelenggaraan perlindungan konsumen tersebut dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait Pengawasan konsumen dilakukan melalui usaha bersama Pemerintah, masyarakat dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM).

Sesuai dengan UUPK, diketahui pengaturan bahwa Pemerintah mengakui lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat.

Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen.⁷⁹

Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat bersama pemerintah dan masyarakat melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

Terkait dengan pengawasan telah diatur dalam UUPK, dalam pasal tersebut fungsi pengawasan banyak menitikberatkan masyarakat, dibandingkan dengan peran pemerintah.⁸⁰ Kesadaran masyarakat yang minim melakukan tindakan yang preventif dapat menyulitkan, seringkali menyikapi dengan tidak peduli apabila terjadinya kesulitan, serta bahkan apabila sudah terjadi persoalan, maka barulah bertindak untuk melaporkan kepada pihak yang berwenang.

Pada Peraturan Pemerintah nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen menyangkut bentuk

⁷⁸ *Ibid.*, Pasal 30 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁷⁹ *Ibid.*, Pasal 44 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁸⁰ Pasal 30 UUPK, *loc. cit.*

pengawasan yang masyarakat lakukan.⁸¹ serta dalam Peraturan Pemerintah PMSE juga menegaskan mengenai peran pemerintah dalam pengawasannya.⁸² Secara bersamaan pengawasan perlindungan konsumen dilakukan oleh pemerintah, seluruh rakyat serta LPKSM melihat banyaknya jenis barang juga jasa yang beredar di pasar.⁸³

Apabila diperhatikan dalam UU Perlindungan Konsumen tampak bahwa fungsi pengawasan lebih banyak menitikberatkan pada peran masyarakat dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, dibandingkan dengan peran pemerintah yang pelaksanaannya dilakukan oleh menteri dan/atau menteri teknis terkait. Dalam UUPK disebutkan bahwa apabila pengawasan oleh masyarakat dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat ternyata mendapatkan hal-hal yang menyimpang dari peraturan perundang-undangan yang berlaku dan membahayakan konsumen, menteri dan/atau menteri teknis mengambil tindakan sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku.⁸⁴ Hal ini berarti untuk mengetahui ada atau tidaknya suatu barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi ketentuan peraturan yang berlaku yang beredar di pasaran, maka pemerintah sepenuhnya menyerahkan dan menanti adanya laporan masyarakat dan/atau Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat untuk kemudian diambil tindakan.

⁸¹ Pasal 9 Peraturan Pemerintah Nomor 58 tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 2001 Nomor 103, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 4126. Sekretariat Negara. Jakarta.

⁸² Pasal 78 Peraturan Pemerintah Nomor 80 tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Lembaran Negara RI Tahun 2021 Nomor 234, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6728. Sekretariat Negara. Jakarta.

⁸³ Anak Agung Made Ayu Rai Lidya Astari), *op. cit.*, hlm. 42.

⁸⁴ Pasal 30 ayat (4) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) untuk melaksanakan fungsi pengawasan yang menuntut adanya penelitian, pengujian dan atau melaksanakan survey terhadap sebuah produk dan atau jasa yang diduga melanggar ketentuan, membutuhkan biaya yang tidak sedikit jumlahnya dan hal itu akan menimbulkan ketidak konsistenan hasil dalam melakukan tindakan pengawasan. Lebih jelasnya bentuk pengawasan tersebut diatur dalam PP Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen (PP Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen) diatur bahwa:⁸⁵

- 1) Pengawasan oleh pemerintah dilakukan terhadap pelaku usaha dalam memenuhi standar mutu produksi barang dan/atau jasa, pencatuman label dan klausula baku, promosi, pengiklanan, dan penjualan barang dan/atau masyarakat.
- 2) Pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan dalam proses produksi, penawaran, promosi, pengiklanan, dan penjualan barang dan/atau jasa.
- 3) Hasil pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) dapat disebarluaskan kepada masyarakat.
- 4) Ketentuan mengenai tata cara pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) ditetapkan oleh Menteri dan atau menteri teknis terkait bersama-sama atau sendirisendiri sesuai dengan bidang tugas masing- masing.

Menyangkut bentuk pengawasan yang dilakukan oleh masyarakat dalam Peraturan Pemerintah tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen, ditentukan bahwa:⁸⁶

⁸⁵ Pasal 8 Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 2001 Nomor 103, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 4126. Sekretariat Negara. Jakarta.

⁸⁶ *Ibid.*, Pasal 9 Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.

- (1) Pengawasan oleh masyarakat dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar.
- (2) Pengawasan sebagaimana yang dimaksudkan dalam ayat (1) dilakukan dengan cara penelitian, pengujian dan atau survei.
- (3) Aspek pengawasan meliputi pemuatan informasi tentang risiko penggunaan barang jika diharuskan, pemasangan label, pengiklanan, dan lain-lain yang disyaratkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan kebiasaan dalam praktik dunia usaha.
- (4) Hasil pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan dapat disampaikan kepada Menteri dan menteri teknis.

Pengawasan oleh masyarakat dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar yang dilakukan dengan cara penelitian, pengujian dan/atau survei. Aspek pengawasan oleh masyarakat dilakukan dalam bentuk pemuatan informasi tentang risiko penggunaan barang; pemasangan label dan klausula baku, tata cara pengiklanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Pengawasan oleh LPKSM dilakukan dengan cara penelitian, pengujian dan atau survei. Aspek pengawasan oleh LPKSM, meliputi pemuatan informasi tentang risiko penggunaan barang; pemasangan label dan klausula baku, tata cara pengiklanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Hasil pengawasan yang dilakukan oleh Pemerintah, masyarakat dan LPKSM dapat disebarluaskan agar konsumen semakin berhati-hati terhadap setiap produk barang dan/atau jasa yang akan dikonsumsi. Dimana Pemerintah hanya mengakui lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen.

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) merupakan organisasi nirlaba yang berbentuk yayasan. Mengikuti ketentuan Undang-undang Nomor 16

Tahun 2001 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2004 tentang Yayasan, YLKI telah mendapat pengesahan sebagai badan hukum dari Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia melalui Keputusan Menteri Hukum dan HAM Nomor AHU-2554.AH.01.02 Tahun 2008. Berdasarkan UUPK, YLKI merupakan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). Mengikuti ketentuan UU tersebut dan Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), YLKI terdaftar pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Pemerintah Daerah DKI Jakarta dan memiliki TDLPK (Tanda Daftar Lembaga Perlindungan Konsumen) Nomor 470/1.824.221 Tahun 2005.

YLKI merupakan organisasi masyarakat yang bersifat nirlaba dan independen yang didirikan pada tanggal 11 Mei 1973. Keberadaan YLKI diarahkan pada usaha meningkatkan kepedulian kritis konsumen atas hak dan kewajibannya, dalam upaya melindungi dirinya sendiri, keluarga, serta lingkungannya. Sesuai dengan UU Yayasan, YLKI terdiri dari Pembina, Pengawas dan Pengurus. Pengurus YLKI biasa disebut Pengurus Harian, merupakan organ Yayasan yang menjalankan roda organisasi dan bertanggung jawab atas kegiatan organisasi sehari-hari. Dalam menjalankan roda organisasi, Pengurus dibantu oleh ketua bidang dan staf. Terdapat 4 (empat) bidang di YLKI, yaitu: ⁸⁷

1. Bidang Pengaduan dan Hukum : memberikan bantuan hukum pro bono (gratis) bagi konsumen yang merasa tidak puas atas produk dan layanan yang diperoleh, serta memastikan perlindungan atas hak-hak mereka. Pengaduan dapat disampaikan secara *online* melalui situs.

⁸⁷ Wikipedia Ensiklopedia Bebas, "Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI)", Diakses pada tanggal 23 Juni 2021 Pukul 20.10 WIB., https://id.wikipedia.org/wiki/Yayasan_Lembaga_Konsumen_Indonesia.

2. Bidang Penelitian : membantu konsumen dalam pengambilan keputusan, Bidang Penelitian YLKI melakukan pengujian produk, survey, studi dan penelitian yang diperlukan agar dapat memperoleh informasi yang tidak memihak mengenai kualitas dan kehandalan berbagai produk dan layanan jasa.
3. Bidang Edukasi dan Informasi : menyelenggarakan berbagai program pendidikan dan pelatihan yang dianggap populer bagi kelompok-kelompok konsumen. Program pendidikan yang dijalankan juga mencakup penyebarluasan informasi, baik melalui forum publik maupun media cetak dan elektronik. Selain itu, Bidang Pendidikan YLKI juga memberikan layanan penunjang bagi pelajar/mahasiswa seperti bimbingan skripsi dan magang, serta bagi organisasi yang ingin melakukan berbagai studi mengenai hal terkait.
4. Bidang Umum; bertugas memberikan *supporting* terhadap 3 (tiga) bidang lainnya dalam menjalankan tugas dan fungsinya.

Berdasarkan UUPK, kedudukan YLKI sebagai Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) adalah lembaga non-pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen.⁸⁸

Tugas YLKI meliputi kegiatan sebagaimana yang diatur dalam UUPK, yaitu:⁸⁹

1. menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya;
3. bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen;
4. membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen;
5. melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

⁸⁸ Pasal 1 Butir 9 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

⁸⁹ *Ibid.*, Pasal 44 ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Pada transaksi belanja melalui *platform marketplace*, YLKI sebagai Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen, telah melakukan serangkaian analisa terkait permasalahan yang muncul dalam perlindungan konsumen. Adapun analisa dari YLKI, yaitu: ⁹⁰

1. Pengetahuan konsumen mengetahui bisnis proses pada *platform marketplace* masih rendah (COD);
2. Konsumen masih banyak terjebak dengan iklan produk dengan iming-iming harga murah;
3. UU PDP diharapkan menjadi payung hukum bagi konsumen dalam bertransaksi digital.

Permasalahan belanja *online* yang sering diadukan ke YLKI penyebabnya adalah *refund*, barang tidak sesuai, pembatalan sepihak, barang tidak sampai, adanya indikasi penipuan, barang tidak dikirim, cacat produk, informasi tidak sesuai, penipuan, gangguan sistem, administrasi pembayaran, pembobolan, pembekuan sementara, saldo tidak masuk, adanya tagihan ganda dll.

3.5 Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam melakukan pengawasan yang efektif pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen berdiri pada tahun 2001 melalui Keputusan Presiden Nomor 90 Tahun 2001 tentang Pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen pada Pemerintah diantaranya Kota Palembang. Pendirian Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam kelembagaan hukum pengadilan. Namun, keberadaan *small claim court* di beberapa negara menjadi

⁹⁰ Hasil riset *online* dengan Bapak Rio Priambodo (Tim Pengaduan) YLKI tanggal 15 Desember 2023.

di Indonesia merupakan fenomena yang cukup unik. Sesuai dengan UUPK, maka salah satu tugas dan wewenang BPSK terkait dengan pengawasan, yaitu melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku. Selain dari tugasnya dalam melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsultasi, memberikan konsultasi perlindungan konsumen dan melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan terhadap UUPK.⁹¹

Beberapa jenis sengketa perdata, terutama sengketa dengan nilai kerugian materil yang sedikit, memerlukan penyelesaian secara cepat dan sederhana, namun tetap menghendaki diperolehnya kekuatan hukum yang mengikat dari hasil penyelesaian tersebut berupa putusan hakim. Oleh karena itu, konsep *Small Claims Court* (SCC) yang pada mulanya lahir dari negara *common law system* diadopsi di Indonesia dan digunakan untuk menyelesaikan gugatan sederhana.⁹² Mahkamah Agung Republik Indonesia telah mengeluarkan PERMA mengenai *Small Claim Court*. Berdasarkan Peraturan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2019 tentang Perubahan Atas Peraturan Mahkamah Agung Nomor 2 Tahun 2015 tentang Tata Cara Penyelesaian Gugatan Sederhana, yang dimaksud dengan Penyelesaian Gugatan Sederhana adalah tata cara pemeriksaan di persidangan terhadap gugatan perdata dengan nilai gugatan materil paling

⁹¹ Pasal 52 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821),

⁹² Anita Afriana dan An An Chandrawulan, "Menakar Penyelesaian Gugatan Sederhana Di Indonesia", *Jurnal Bina Mulia Hukum* 4, no. 1 (September 2019): 55.

banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) yang diselesaikan dengan tata cara dan pembuktiannya sederhana.⁹³

Gugatan sederhana diajukan terhadap perkara cedera janji dan/ atau perbuatan melawan hukum dengan waktu penyelesaian gugatan sederhana paling lama 25 (dua puluh lima) hari sejak hari sidang pertama. Berdasarkan uraian tersebut, dapat dikatakan bahwa untuk perkara-perkara tertentu penyelesaian sengketa lewat pengadilan belum cukup efisien, baik dari segi waktu penyelesaian maupun biaya perkara yang tidak dapat diprediksi. Terutama untuk sengketa sederhana yang nilai gugatannya kecil, penyelesaian sengketa melalui pengadilan dianggap tidak sebanding dengan nilai kerugian yang dialami.⁹⁴ Ada pendapat bahwa badan penyelesaian sengketa konsumen adalah semacam *small claim court*, kendati ada yang menolak pengkategorian ini karena kata “*court*” lazim diartikan “pengadilan”, sementara Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen memang bukan pengadilan, melainkan lembaga alternatif penyelesaian sengketa di luar inspirasi gagasan awal pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, sehingga akhirnya dimuat di UUPK.⁹⁵

BPSK merupakan lembaga quasi yudisial yang keberadaan berada dalam lingkup kekuasaan kehakiman. BPSK sebagai lembaga quasi yudisial berperan

⁹³ Pasal 1 Peraturan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2019 tentang Perubahan Atas Peraturan Mahkamah Agung Nomor 2 Tahun 2015 tentang Tata Cara Penyelesaian Gugatan Sederhana. Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 942. Sekretariat Negara. Jakarta.

⁹⁴ Mosgan Situmorang (Badan Riset dan Inovasi Nasional), “Mencari Lembaga Penyelesaian yang Ideal dalam Sengketa E-Commerce Bernilai Kecil (Looking For The Ideal Settlement Body For Small Claim E-Commerce Disputes)”, <https://Journal.balitbangham.go.id>.

⁹⁵ Shidarta, “Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen: Seberapa Greget?”, Diakses pada tanggal 2 Agustus 2019 Pukul 14:37 WIB., <https://business-law,binus.ac.id>.

dalam mengadili dan menyelesaikan sengketa konsumen diluar pengadilan serta menjatuhkan putusan berdasarkan ketentuan dalam UUPK. Penyelesaian sengketa konsumen melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dapat dikatakan belum efektif. Hal tersebut terlihat dari banyaknya para pihak yang tidak sepakat dengan putusan BPSK. Kendala BPSK dalam menyelesaikan sengketa yaitu kendala kelembagaan, pendanaan, SDM, dan rendahnya kesadaran hukum perlindungan konsumen.⁹⁶

Adapun kendala-kendala yang dihadapi oleh BPSK dalam mengimplementasikan UUPK, yaitu:⁹⁷

1. Kendala Kelembagaan/Institusional
2. Kendala Pendanaan
3. Kendala Sumber Daya Manusia BPSK
4. Kendala Peraturan
5. Kendala Pembinaan dan Pengawasan, serta tidak adanya koordinasi Aparat Penanggung Jawabnya
6. Kurangnya sosialisasi dan rendahnya tingkat kesadaran hukum konsumen
7. Kurangnya respons dan pemahaman dari Badan Peradilan terhadap Kebijakan Perlindungan Konsumen
8. Kurangnya respon masyarakat terhadap UUPK dan Lembaga BPSK.

Dalam melaksanakan tugasnya, BPSK menjadi “mandul” dalam hal kewenangan akibat dari Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Pemda). Tapi melalui Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014, BPSK ditarik ke tingkat provinsi. Hal ini menjadi masalah, saat

⁹⁶ Rahmi Rimanda, “Keberadaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Sebagai Lembaga Quasi Yudisial Di Indonesia”, *Jurnal Bina Mulia Hukum Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran* 4, no. 1 (September 2019): 17.

⁹⁷ Susanti Adi Nugroho, *op. cit.*, hlm. 209-236.

provinsi kekurangan dana dan tak lagi ada yang mengurus persoalan sengketa konsumen. Ujungnya, BPSK nyaris di seluruh Indonesia ditutup atau setidaknya anggaran menjadi turun. Padahal majelis hakim di BPSK itu ada yang doktor, namun gajinya hanya sebesar Rp50 ribu. Akibatnya hampir di seluruh kabupaten kota banyak yang tidak ada BPSKnya ada BPSKnya, namun kosong.⁹⁸ Saat ini BPSK Kota Palembang telah memiliki IG@bpskkotapalembang untuk mensosialisasikan mengenai peranan dan tugas BPSK dalam menyelesaikan sengketa konsumen pada *platform marketplace*.

Dilihat dari penjelasan terhadap pelaksanaan tugas dari masing-masing Lembaga/Institusi/Badan dalam penyelenggaraan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* terlihat bahwa berdasarkan analisa penulis terdapat peran yang masih kurang maksimal di dalam melakukan fungsi pengawasan dalam penyelenggaraan transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Hal ini berdampak pada ketidak-seimbangan dalam perlindungan hukum bagi konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*.

Kelemahan secara kelembagaan ini mungkin akibat dampak dari kelemahan dan penegakan hukum itu sendiri atau kewenangan yang masih bersifat terbatas. Dimana seharusnya sesuai dengan Teori Pengawasan, bahwa fungsi pengawasan terhadap penyelenggaran transaksi jual beli melalui *platform marketplace* tidak lain untuk menjamin agar penyelenggaraan perdagangan pada *platform marketplace* yang sedang dilaksanakan berjalan sesuai dengan rencana yang telah

⁹⁸ Rofiq Hidayat, *loc. cit.*

ditentukan. Terhadap penyelenggaraan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* perlu dilakukannya pemantauan dan pelaporan rencana atas pencapaian tujuan yang telah ditetapkan untuk tindakan korektif guna penyempurnaan lebih lanjut yang dititikberatkan pada proses yang sedang berjalan atau dilaksanakan.

Di Indonesia, lembaga yang menangani *cross border* pada *platform marketplace* ialah BPSK dan Badan Arbitrase Nasional Indonesia (BANI). Sejatinya Indonesia telah melegitimasi ODR namun belum dapat dijalankan dengan maksimal mengingat belum adanya acuan yang jelas terkait prosedur dan tata cara pelaksanaan ODR termasuk kesiapan pengaturan perangkat *software* untuk mengelola sengketa secara *online* dimana aspek teknologi memiliki peranan penting dalam keberhasilan pelaksanaan ODR.

Bahwa hubungan pelaku usaha dengan konsumen dalam transaksi *cross border* pada *platform marketplace*, merupakan hubungan kontraktual yang mendapatkan perlindungan hukum sama sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE). Namun dalam praktiknya peraturan tersebut tidak terimplikasikan dengan baik sebab masih terdapat klausula baku pada perjanjian antara pelaku usaha dan konsumen dalam transaksi *cross border* pada *platform marketplace* dengan dalih menggunakan yuridiksi luar negeri.⁹⁹ Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi BPSK. BPSK idealnya merupakan lembaga penyelesaian sengketa alternatif sederhana tidak berdasarkan proses pengadilan, dimana sengketa konsumen dalam perdagangan

⁹⁹ Zahwa Maulidina Afwija, "Penyelesaian Sengketa atas Kerugian Konsumen Sebagai Bentuk Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Cross Border E-Commerce", *Brawijaya Law Student Journal*, (Juni 2021): 1.

elektronik pada umumnya diselesaikan secara damai, sehingga hasilnya damai (*win-win solution*).¹⁰⁰ Namun pada kenyataannya BPSK tidak dapat berperan aktif dalam penyelesaian sengketa konsumen. Hal ini disebabkan substansi pengaturan, prosedur dan mekanisme penyelesaian sengketa banyak mengandung kelemahan dan saling bertentangan, sehingga BPSK tidak dapat berperan banyak dalam penyelesaian sengketa konsumen, terutama yang menyangkut keberatan mengenai putusan konsoliasi atau mediasi, serta penetapan eksekusi sama sekali belum ada pengaturannya.¹⁰¹

Seharusnya tindakan yang dilakukan oleh BPSK, apabila barang yang dibeli melalui *online* tidak sesuai dengan barang yang dipesan pada *platform* resmi seperti bukalapak, tokopedia, shopee dan *platform* lainnya, maka tugas Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) adalah melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen sampai dengan adanya penetapan dari BPSK. Di sini terlihat masih kurangnya pemahaman dan pengetahuan sumber-sumber hukum dari para anggota BPSK dalam penyelesaian sengketa jual beli *online* melalui *marketplace*.¹⁰²

Jika terjadi *dispute*, maka syarat utama yang wajib dipenuhi oleh konsumen untuk penyelesaian sengketa adalah menghadirkan pelaku usaha, sementara alamat pelaku usaha sering tidak diketahui. Alamat diperlukan untuk memanggil

¹⁰⁰ Raden Rafika Dwinanda Kirana, "Penyelesaian Sengketa Dalam *E-Commerce* Melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (Berkaca Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen)", *Journal Of Social Science Research (Innovative) Universitas Indonesia* 3, no. 2 (2023): 2631-2643.

¹⁰¹ Ambar Wariati, "E-Commerce dalam Perspektif Perlindungan Konsumen," *Jurnal Ekonomi & Bisnis* 01, no. 02 (2014): 2.

¹⁰² Adelia Fitriani Putri, dkk., "Fungsi Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Handphone Secara *Online* di Kota Palu (*Function of Consumer Dispute Resolution Body in Online Mobile Phone Purchase Transactions in Palu City*)", *Jurnal Kolaboratif Sains* Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Palu 04, no. 06 (Juni 2021): 340-341.

pelaku usaha dalam penyelesaian sengketa. Meski terkesan sepele, namun faktanya konsumen kerap mengabaikan hal ini. Akibatnya perkara tidak dapat dilanjutkan. “Konsumen harus lebih kritis. Jangan lupa tanya alamat pelaku usaha kalau belanja *online*, ini penting sekali.” ungkapnya.

BPSK memperluas jasa pelayanannya dengan memperlakukan *Online Alternatif Dispute Resolution* demi mempermudah penyelesaian sengketa konsumen di ranah siber sebagai tempat *borderless transaction*. Dalam rangka optimalisasi peran dan fungsi BPSK untuk melindungi hak-hak konsumen di ranah siber.¹⁰³ Agar BPSK dapat berperan dengan optimal, tentunya tidak lepas dari Pemerintah Daerah itu sendiri, termasuk di dalamnya adalah penyebaran informasi perlindungan konsumen dan kelembagaannya yaitu BPSK maupun lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM).¹⁰⁴ Selain itu, BPSK juga mengingatkan konsumen untuk tetap kritis dalam melakukan transaksi *online*. Hal ini bertujuan untuk mempermudah konsumen dalam penyelesaian sengketa di BPSK. Se jauh ini, lanjutnya, BPSK memiliki kendala dalam penyelesaian sengketa konsumen belanja *online*, terutama untuk belanja *online* lewat *platform*.

C. Perlindungan Hukum yang Seimbang antara Konsumen dan *Marketplace*

1. Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 sebagai Cita Hukum dan Nilai Dasar

¹⁰³ Maudy Adreana Lestari, dkk, “Optimalisasi Badan Penyelesaian Sengketa Kopnsumen (BPSK) Dalam Upaya Proteksi Hak Konsumen di Ranah Siber (*Optimalization of Consumer Dispute Resolution Agency in Efforts to Protect Consumer Rights in Cyberspace*)”, *Jurnal Hukum Lex Generalis* Fakultas Hukum Universitas Padjajaran Bandung,, 2, no. 4 (April 2021): 309-325.

¹⁰⁴ Josef Purwadi Setiodjati, dan Bambang Hermoyo, “Peranan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen Role Of Consumer Dispute Settlement Board (BPSK) Of Consumer Dispute Settlement”, *Jurnal Eksplorasi* Fakultas Hukum Universitas Slamet Riyadi Surakarta,, XVIII, no. 1 (Agustus 2015): 126.

1.1 Pancasila dan UUD 1945 sebagai Cita Hukum dan Nilai Dasar dalam Penguatan pembentukan Aturan Perlindungan Konsumen pada Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace*

Dalam mendesain struktur hukum ekonomi nasional haruslah berpedoman dengan cita hukum dan nilai-nilai dasar yang terjabar dalam UUD 1945. Nilai yang dimunculkan adalah nilai-nilai budaya Bangsa Indonesia. Nilai-nilai tersebut merupakan dasar bagi pembangunan Hukum ekonomi nasional yang dapat menimbulkan struktur ekonomi sosial masyarakat Indonesia sesuai dengan Pancasila dan UUD 1945. Sedangkan perangkat hukum yang dibutuhkan adalah perangkat hukum yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia di dalam era global dan yang mampu menampung cita hukum nasional dalam rangka mencapai tujuan nasional di samping di dalam kesejahteraan dengan negara-negara lain.¹⁰⁵

Untuk adaptasi terhadap kecenderungan global yang cenderung dinamis dilakukan dengan melalui ratifikasi konvensi internasional dengan undang-undang maupun keputusan presiden. Hal ini tidak bertentangan dengan tujuan nasional, karena dalam Pembukaan UUD 1945 Bangsa Indonesia menyatakan ikut serta menciptakan ketertiban dunia. Dalam kaitannya dengan era globalisasi, semua aspek tersebut di atas sangat menunjang dalam pembentukan hukum ekonomi, tetapi harus terencana dengan baik, karena dalam pembentukan dan pembaharuan hukum, aspirasi yang perlu diperhatikan adalah aspirasi suprastruktur,

¹⁰⁵ Mochtar Kusumaadmadja, *Konsep-Konsep Hukum dalam Pembangunan* (Bandung: PT. Alumni, 2002): 188-189.

infrastruktur, ekspertis dan aspirasi masyarakat internasional, disamping proses legal *drafting* yang berkualitas.¹⁰⁶

Menurut K.N. Sofyan Hasan, dari titik tolak Pancasila sebagai cita hukum dan norma fundamental negara yang dikaitkan dengan aturan dasar atau aturan pokok yang ditetapkan dalam Batang Tubuh UUD 1945, Bangsa Indonesia pada hakekatnya sudah dapat menentukan ruang gerak bidang-bidang berikutnya beserta perkembangannya, menyangkut semua aspek kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara.¹⁰⁷ Nilai-nilai Pancasila bersifat universal, sehingga harus diinternalisasi dalam kehidupan berbangsa dan bernegara, termasuk pembangunan hukum. Dalam kaitannya dengan pembangunan, hukum mempunyai fungsi sebagai pemelihara ketertiban dan keamanan, sarana pembangunan, penegak keadilan dan pendidikan masyarakat,¹⁰⁸ segala bentuk aktivitas pengembangan (*rechtsbeoefening*) hukum nasional harus berdasarkan nilai-nilai yang termuat dalam Pancasila sebagai norma dasar negara.¹⁰⁹

1.2 Pancasila sebagai Filsafat Negara

Nilai Pancasila dalam kehidupan Bangsa Indonesia diakui sebagai pandangan hidup (filsafat hidup) yang berkembang dalam sosio-budaya Indonesia.

¹⁰⁶ Muladi, *Demokratisasi, Hak Asasi Manusia, dan Reformasi Hukum di Indonesia* (Jakarta: The Habibie Center, 2002): 125-189.

¹⁰⁷ K.N. Sofyan Hasan, "Cita Hukum (Rechtsidee) dan Cita Negara (Staatsidee) sebagai Landasan Hukum Indonesia", *Jurnal Hukum Program Studi Ilmu Hukum Pasca Sarjana, Fakultas Hukum, Universitas Sriwijaya, Palembang*, III, no. 2 (2010): 10.

¹⁰⁸ Ali Taher Parasong, "Internalisasi Pancasila dalam Pembentukan Peraturan Perundang-undangan di Indonesia", Diakses pada tanggal 28 Juni 2020 Pukul 11.30 WIB., <https://fhumj.org>.

¹⁰⁹ Dani Pinasang, "Falsafah Pancasila sebagai Norma Dasar (grundnorm) dalam Rangka Pengembangan Sistem Hukum Nasional", *Jurnal Unsrat, Fakultas Hukum, Universitas Ratulangi, Makassar*, XX, no. 3 (2012).

Nilai Pancasila dianggap sebagai nilai dasar dan puncak budaya bangsa, karenanya nilai Pancasila diyakini sebagai jiwa dan kepribadian bangsa. Nilai-nilai Pancasila secara intrinsik bersifat filosofis dan di dalam kehidupan Masyarakat Indonesia. Nilai Pancasila secara praktis merupakan filsafat hidup (pandangan hidup). Nilai dan fungsi filsafat Pancasila telah ada jauh sebelum Indonesia merdeka.

Pancasila juga sebagai dasar filsafat negara, seperti yang dikatakan oleh Sunoto, dalam arti sebagai dasar fundamental, dasar dari segala peraturan serta perbuatan hidup bermasyarakat dan bernegara. Pancasila sebagai dasar filsafat negara berarti semua peraturan dari yang paling tinggi sampai dengan yang paling rendah harus didasarkan pada Pancasila.¹¹⁰ Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Solly Lubis bahwa perundang-undangan adalah manifesto filosofis atau pandangan bangsa yang merupakan abstraksi nilai dan derivatif nilai.¹¹¹

Moh. Mahfud MD mengatakan bahwa Pancasila harus dijadikan paradigma (kerangka berpikir, sumber nilai dan orientasi arah) dalam pembangunan hukum, termasuk upaya pembaharuannya.¹¹² Sri Soemantri mengatakan hal yang sama bahwa Pancasila harus menjadi landasan pengembangan hukum. Artinya, hukum yang akan dibentuk tidak dapat dan tidak boleh bertentangan dengan seluruh sila dari Pancasila. Dengan demikian substansi hukum tertulis yang dikembangkan

¹¹⁰ Sunoto, *Mengenal Filsafat Pancasila : Pendekatan Melalui Sejarah dan Pelaksanannya* (Yogyakarta: PT. Hanindita Graha Widia, 2001): 133.

¹¹¹ M. Solly Lubis, *Ilmu Perundang-undangan* (Bandung: CV. Mandar Maju, 2009): 30.

¹¹² Moh. Mahfud MD, *Membangun Politik Hukum, Menegakkan Konstitusi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012): 51.

harus merupakan perwujudan atau penjabaran nilai-nilai yang terkandung dalam Pancasila. Apabila hal itu terjadi, maka Pancasila merupakan paradigm dalam pengembangan hukum di Indonesia.¹¹³

1.3 Pancasila sebagai Karakteristik Hukum Modern

Menurut pendapat Prof. Dr. Muladi, S.H., bahwa dalam pembentukan hukum dan penegakan hukum harus tergambar pula karakteristik hukum modern. Karakteristik hukum modern yang dimaksud adalah : a) seragam dalam aplikasi, b) transaksional, c) universalistik, d) hirarkis, *organized*, e) *organized-critically*, f) rasional, g) profesional, h) dapat diandalkan, i) politik, j) pemisahan lembaga legislative, yudikatif dan eksekutif.¹¹⁴ Namun demikian, Pancasila sebagai dasar Negara Republik Indonesia dan UUD 1945 menjadi syarat utama yang disamping persyaratan-persyaratan lain, akan tetapi Pancasila merupakan instrumen dari "*Margin of Appreciation doctrine*".

Dalam hal ini Pancasila menjadi acuan parameter bagi penerapan "*Margin of Apperciation Doctrine*".¹¹⁵ Oleh karena itu, Paradigma Hukum Pancasila perlu dimatangkan dan dihidupkan, sehingga Pancasila sebagai falsafah benar-benar dapat diterapkan dalam kehidupan bermasyarakat dan sekaligus sebagai penjabaran dari nilai-nilai Pancasila pada masing-masing sila dalam

¹¹³ Sri Soemantri, *Hukum Tata Negara Indonesia, Pemikiran dan Pandangan* (Bandung: PT Remaja Rosdakaya, 2014): 336.

¹¹⁴ Muladi, *Demokratisasi, Hak Asasi Manusia, dan Reformasi Hukum di Indonesia*.

¹¹⁵ Muladi, "Menggalai Kembali Pancasila sebagai Dasar Pengembangan Ilmu Hukum", *Jurnal Hukum Progresif Program Doktor Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Diponegoro, Semarang*, 1, no. 1 (2005): 35.

Pancasila sebagai dasar negara Indonesia yang terdiri dari 5 (lima) prinsip utama. Berikut adalah penjabaran 5 (lima) sila dalam Pancasila dalam konteks jual beli melalui *platform marketplace* transaksi sore, yaitu sebagai berikut:¹¹⁶

1. Sila Pertama : Ketuhanan Yang Maha Esa: Dalam konteks *platform perdagangan online (marketplace)*, ketuhanan bisa diartikan sebagai teknologi atau *platform* yang digunakan. Sebagai *platform, marketplace* harus selalu beroperasi dengan standar yang tinggi dan memastikan keamanan dan privasi data pengguna.
2. Kemanusiaan yang Adil dan Beradab: Dalam *platform marketplace*, ini bisa berarti memberikan layanan yang setara dan adil kepada semua pengguna, tanpa memandang latar belakang mereka. Ini juga mencakup menjaga etika dalam bisnis, seperti menjaga kejujuran dan kebenaran dalam transaksi.
3. Persatuan Indonesia: Dalam *platform marketplace*, ini bisa diartikan sebagai penggunaan teknologi untuk mempromosikan perdamaian dan persatuan di seluruh Indonesia. Ini bisa melalui penyediaan layanan (*platform marketplace*) yang mudah diakses dan digunakan di seluruh wilayah Indonesia.
4. Kerakyatan yang Dipimpin oleh Hikmat Kebijaksanaan dalam Permusyawaratan/Perwakilan: Dalam *platform marketplace*, ini bisa diartikan sebagai penggunaan teknologi untuk memfasilitasi partisipasi aktif pengguna dalam proses pengambilan keputusan. Ini bisa melalui fitur seperti *review* dan ulasan produk, atau mekanisme komplain dan penyelesaian sengketa.
5. Keadilan Sosial bagi Seluruh Rakyat Indonesia: Dalam *platform marketplace*, ini bisa diartikan sebagai penyediaan layanan yang adil dan menguntungkan bagi semua pengguna. Ini bisa melalui penyediaan harga yang adil, promosi produk yang setara, dan penjaminan hak dan kepentingan pengguna.

2. Implikasi Filosofis

Implikasi filosofis dalam suatu penelitian berkaitan erat dengan hubungan antara filsafat hukum dan ilmu hukum. Sesuai dengan sifat dasarnya, apabila

¹¹⁶ Bappenas, "E-Commerce Pintu Masuk Percepatan Pengembangan Wirausaha di Indonesia", Diakses pada tanggal 13 Agustus 2018 Pukul 13.45 WIB., <https://www.bappenas.go.id/id/berita/e-commerce-pintu-masuk-percepatan-pengembangan-wirausaha-di-indonesia>.

filsafat berbicara mengenai hukum, pusat perhatiannya tidak terletak pada bagaimana prosedur teknis merumuskan atau menciptakan norma hukum, melainkan pada substansi gejala hukum. Berbagai persyaratan teknis-prosedural berkaitan dengan pembuatan hukum menjadi fokus perhatian ilmu hukum. Sementara filsafat hukum berusaha untuk memberikan sumbangan dari sisi esensi atau substansi hukum. Sumbangan itu dilakukan dengan menyelidiki dan mengeksplisitkan presuposisi dalam institusi hukum, yang umumnya tidak dipertanyakan oleh praktisi hukum, namun secara implisit berada di balik dan mendasari aktivitas mereka.¹¹⁷

Sehubungan dengan pembahasan ini, maka termasuk ke dalam kajian filsafat hukum karena kajiannya berpusat pada soal substansi (isi) dari konsep perlindungan hukum berdasarkan asas kepastian hukum dan asas keseimbangan dalam perlindungan hukum pada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* yang harus diwujudkan dalam bentuk hukum yang tertulis. Hukum tersebut dapat berlaku efektif apabila isinya didasarkan pada nilai-nilai yang berlaku di kehidupan masyarakat. Di Indonesia, nilai-nilai itu telah terkristal ke dalam sila-sila Pancasila, sehingga hukum tertulis dimaksud harus mendasarkan pada nilai-nilai yang terkandung di dalam sila-sila Pancasila. Keharusan untuk mendasarkan pada nilai-nilai Pancasila karena telah dijadikan sebagai sumber dari segala sumber hukum. Hal ini secara tegas diatur dalam Undang-Undang RI Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan (Lembaran Negara RI Tahun 2011 Nomor 82, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 5234) sebagaimana yang telah diubah dengan Undang-Undang RI Nomor 15 Tahun 2019 (Lembaran Negara RI Tahun 2019

¹¹⁷ Thomas Morawetz dalam Andre Atan Ujan, *Filsafat Hukum (Membangun Hukum, Membela Keadilan)* (Yogyakarta: Pustaka Filsafat, 2009): 21.

Nomor 183, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6398) yang selanjutnya disingkat menjadi UU Nomor 12 Tahun 2011 jo. UU Nomor 15 Tahun 2019.¹¹⁸

Di dalam penjelasan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 jo. Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2019 ditegaskan bahwa:¹¹⁹

“Penempatan Pancasila sebagai sumber dari segala sumber hukum negara adalah sesuai dengan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 alinea keempat, yaitu Ketuhanan Yang Maha Esa, Kemanusiaan yang adil dan beradab, Persatuan Indonesia, Kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam Permusyawaratan Perwakilan, dan Keadilan Sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Menempatkan Pancasila sebagai dasar dan ideology Negara serta sekaligus dasar filosofis negara, sehingga setiap materi muatan peraturan perundang-undangan tidak boleh bertentangan dengan nilai-nilai yang terkandung dalam Pancasila”.

UUPK telah diundangkan dan mulai diberlakukan pada tanggal 20 April 1999. Setahun setelah diundangkannya terhitung sejak tanggal 20 April 2000, hingga kini belum banyak perbaikan yang menyangkut hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen. Hukum sebagai sarana rekayasa sosial (*a tool of social engineering*) perlu diberdayakan agar dapat mewujudkan supremasi hukum dalam berkehidupan berbangsa, bernegara dan bermasyarakat. Begitu pula UUPK, dimana secara politis perlunya perlindungan hukum bagi konsumen dan juga perlindungan hukum terhadap pelaku usaha. Hal yang penting adalah bahwa sudah saatnya konsumen lebih diperhatikan kepentingannya supaya tidak selalu di pihak yang dirugikan.¹²⁰

¹¹⁸ Pasal 2 Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2019 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan. Lembaran Negara RI Tahun 2011 Nomor 82 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2019 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan. Lembaran Negara RI Tahun 2019 Nomor 183, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6398. Sekretariat Negara. Jakarta.

¹¹⁹ *Ibid.*, Penjelasan Pasal 2 Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2019 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan.

¹²⁰ Janus Sidabook, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia* (Bandung : PT. Citra Aditya Bakti 2014): 4.

Berdasarkan konsiderans Menimbang dari UUPK diatur bahwa pertimbangan diberlakukannya UUPK, yaitu: ¹²¹

- a. “pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat adil dan makmur yang merata materiil dan spiritual dalam era demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945;
- b. pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha, sehingga mampu menghasilkan beraneka barang dan/atau jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan/atau jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen;
- c. semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah dan keamanan barang dan/atau jasa yang diperolehnya di pasar;
- d. untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab;
- e. ketentuan hukum yang melindungi kepentingan konsumen di Indonesia belum memadai; sehingga berdasarkan pertimbangan tersebut di atas diperlukan perangkat peraturan perundang-undangan untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha, sehingga tercipta perekonomian yang sehat”;

untuk itu perlu dibentuk UUPK.

Dengan demikian menurut analisa penulis dapat dipahami bahwa setiap peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia materi muatannya tidak boleh bertentangan dengan nilai-nilai yang terkandung dalam Pancasila. Hal demikian juga berlaku bagi aturan yang mengatur mengenai perlindungan konsumen, baik itu UUPK, UU ITE, UU Perdagangan maupun aturan lainnya yang terkait dalam rangka memberikan perlindungan hukum tidak hanya bagi konsumen, tetapi juga bagi pelaku

¹²¹ Konsiderans Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

usaha dan *marketplace* pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Oleh karena substansi atau materi muatan aturan perlindungan konsumen terutama UUPK harus mendasarkan pada nilai-nilai Pancasila. Dengan perkataan lain, nilai-nilai Pancasila harus dijadikan sebagai dasar dalam menyusun materi muatan aturan di bidang perlindungan konsumen terutama UUPK.

Hukum yang menjadi dasar pelaksanaan perlindungan konsumen, sendi utamanya adalah falsafah Pancasila, sebagai pandangan hidup bangsa dan dasar Negara Republik Indonesia. Oleh karena itu, UUPK sebagai produk dari Dewan Perwakilan Rakyat juga terikat pada pandangan hidup dan dasar Negara Pancasila. Dimana guna memenuhi butir-butir falsafah tersebut di atas, UUPK menegaskan, bahwa perlindungan konsumen Indonesia berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan serta kepastian hukum yang sekaligus berfungsi untuk mengekspresikan nilai.¹²² Selain itu fungsi instrumental dari UUPK, yaitu : meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksek negatif pemakaian dan/atau jasa. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.

Hukum dan keadilan masyarakat memiliki hubungan yang erat. Masalah keadilan merupakan persoalan yang rumit yang dapat dijumpai di setiap masyarakat. Hukum memiliki 2 (dua) tugas utama, yakni mencapai suatu kepastian

¹²² *Ibid.*, Penjelasan Umum Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

hukum dan mencapai keadilan bagi semua masyarakat. Diantara sekian banyaknya pemikiran dan konsep keadilan, salah satu konsep keadilan yang cukup relevan untuk diterapkan di Indonesia menurut penulis adalah keadilan sebagaimana yang dikonsepsikan oleh Roscoe Pound, yaitu dengan keadilan sosiologis; keadilan yang didasarkan pada kebiasaan, budaya, pola perilaku dan hubungan antar manusia dalam masyarakat. Di Indonesia sendiri, keadilan sesuai dengan Pancasila sebagai dasar negara dan landasan yuridis konstitusional dipergunakan sebagai dasar mengatur penyelenggaraan pemerintahan negara. Secara objektif ilmiah, Pancasila adalah suatu paham filsafat, suatu *philosophical way of thinking* atau *philosophical system*. Di dalam Pancasila kata adil terdapat pada sila kedua dan sila kelima. Nilai kemanusiaan yang adil dan keadilan sosial.

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh UUPK ini umumnya dapat dibagi dalam:¹²³

1. “Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen dalam melindungi diri;
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informatif, serta akses untuk mendapatkan informasi;
5. Membubuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen, sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha; dan
6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen”.

¹²³ *Ibid.*, Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Mengenai perlindungan konsumen (*consumer protection*), berarti berbicara tentang salah satu dari korelasi antara lapangan perekonomian dengan lapangan etika. Dalam kegiatan bisnis terdapat hubungan yang saling membutuhkan antara pelaku usaha dan konsumen. Kepentingan pelaku usaha adalah memperoleh keuntungan dari transaksi dengan konsumen, sedangkan kepentingan konsumen adalah memperoleh kepuasan melalui pemenuhan kebutuhannya terhadap produk tertentu. Dalam hubungan yang demikian seringkali terdapat ketidaksetaraan antara keduanya. Konsumen biasanya berada dalam posisi yang lemah dan karenanya dapat menjadi sasaran eksploitasi dari pelaku usaha yang secara sosial dan ekonomi mempunyai posisi yang kuat.

Oleh karena itu, diperlukan seperangkat aturan hukum yang dapat melindungi atau memberdayakan konsumen. Perlindungan konsumen merupakan hak warga negara yang pada sisi lain merupakan kewajiban negara untuk melindungi warga negaranya, khususnya atas produk yang halal dan baik, sehingga dalam menentukan aturan hukum tersebut diperlukan campur tangan negara melalui penetapan sistem perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

2.1 Esensi dan Ruang Lingkup Asas Keseimbangan Hukum

Sesuai dengan UUPK, asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual.¹²⁴ Dengan demikian esensi dari asas keseimbangan

¹²⁴ *Ibid.*, Penjelasan Pasal 2 butir (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

hukum dalam perlindungan konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* adalah untuk memastikan bahwa hak dan kewajiban antara konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace* seimbang dan adil. Asas ini bertujuan untuk mencegah eksploitasi satu pihak terhadap pihak lain dan memastikan bahwa setiap pihak mematuhi hukum dan regulasi yang berlaku.

Ruang lingkup asas keseimbangan hukum dalam perlindungan konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* mencakup beberapa aspek berikut:

- **Perlindungan Hak Konsumen**

Asas keseimbangan hukum memastikan bahwa hak-hak konsumen dilindungi. Ini termasuk hak untuk mendapatkan informasi yang jelas dan akurat tentang produk atau layanan, hak untuk menerima produk atau layanan yang berkualitas, dan hak untuk perlindungan privasi dan data pribadi. Jika hak-hak ini dilanggar, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan ganti rugi atau pengembalian uang.

- **Kewajiban Pelaku Usaha**

Asas keseimbangan hukum juga mencakup kewajiban pelaku usaha untuk mematuhi hukum dan regulasi yang berlaku, termasuk menyediakan produk atau layanan yang memenuhi standar kualitas, memberikan informasi yang akurat dan jelas kepada konsumen, dan melindungi privasi dan data pribadi konsumen.

- **Peran Marketplace**

Marketplace memiliki peran penting dalam menegakkan asas keseimbangan hukum. Mereka harus menyediakan *platform* yang aman dan adil bagi konsumen dan pelaku usaha, menegakkan hukum dan regulasi yang berlaku, serta menangani sengketa antara konsumen dan pelaku usaha secara efektif dan adil.

Dengan demikian, esensi dan ruang lingkup asas keseimbangan hukum dalam perlindungan konsumen pada *platform marketplace* mencakup perlindungan hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, dan peran *marketplace* dalam menciptakan lingkungan transaksi jual beli yang adil dan seimbang.

Asas keseimbangan hukum dalam konteks perlindungan hukum pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* merujuk pada prinsip yang memastikan bahwa hak dan kewajiban konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace* seimbang dan adil. Asas ini penting untuk menjaga integritas dan keadilan dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

Dalam konteks konsumen, asas keseimbangan hukum berarti bahwa hak konsumen untuk mendapatkan produk atau layanan yang berkualitas, informasi yang akurat dan jelas, serta perlindungan privasi dan data pribadi harus dijamin. Konsumen juga memiliki hak untuk mendapatkan ganti rugi atau pengembalian uang jika hak-hak ini dilanggar. Bagi pelaku usaha, asas keseimbangan hukum berarti mereka memiliki kewajiban untuk mematuhi hukum dan regulasi yang berlaku, termasuk menyediakan produk atau layanan yang memenuhi standar kualitas, memberikan informasi yang akurat dan jelas kepada konsumen, serta melindungi privasi dan data pribadi konsumen. Sebaliknya, pelaku usaha juga memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan hukum jika konsumen melanggar ketentuan yang telah disepakati.

Perlindungan Hukum secara umum yang diberikan kepada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* pada transaksi jual beli, dimana untuk *marketplace*, asas keseimbangan hukum berarti bahwa mereka memiliki kewajiban untuk menyediakan *platform* yang aman dan adil bagi konsumen dan pelaku usaha.

Marketplace harus menegakan hukum dan regulasi yang berlaku, serta menangani sengketa antara konsumen dan pelaku usaha secara efektif dan adil. Sebaliknya, *marketplace* juga memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan hukum jika terjadi pelanggaran oleh konsumen atau pelaku usaha. Intinya, asas keseimbangan hukum dalam perlindungan hukum pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* menekankan pentingnya keseimbangan antara hak dan kewajiban semua pihak yang terlibat. Ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan transaksi pada *platform marketplace* yang adil dan berkeadilan.

2.2 Fungsi Asas Keseimbangan Hukum

Asas keseimbangan hukum memainkan peran penting dalam menjaga perlindungan hukum pada transaksi jual beli antara konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace*. Fungsi asas keseimbangan hukum dalam setiap pihak dalam transaksi jual beli baik bagi konsumen, pelaku usaha maupun *marketplace*. Asas keseimbangan hukum membantu konsumen dalam memperoleh perlindungan yang adil dan seimbang dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Ini mencakup perlindungan terhadap hak-hak konsumen seperti hak untuk informasi yang akurat dan jelas tentang produk atau layanan yang mereka beli, hak untuk menerima produk atau layanan yang berkualitas, dan hak untuk perlindungan privasi dan data pribadi. Asas keseimbangan hukum juga membantu konsumen dalam mendapatkan ganti rugi atau pengembalian uang jika hak-hak ini dilanggar.

Salah satu aspek utama dalam penerapan asas keseimbangan dalam perlindungan hukum pada transaksi *platform marketplace* adalah keterbukaan dan kesetaraan informasi antara kedua belah pihak. Pihak pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memberikan informasi yang jelas, akurat dan lengkap kepada konsumen mengenai berbagai aspek yang terkait dengan transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Dengan adanya keterbukaan dan kesetaraan informasi, konsumen dapat membuat keputusan yang tepat dan terhindar dari ketidakseimbangan pengetahuan dengan pelaku usaha.

Kesetaraan hak dan kewajiban penerapan asas keseimbangan dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* juga mencakup kesetaraan hak dan kewajiban antara pelaku usaha dengan konsumen. Konsumen memiliki hak untuk memperoleh sesuai dengan spesifikasi yang telah disepakati. Hak untuk mendapatkan jaminan keamanan dan kualitas, serta hak untuk mengajukan klaim atau ganti rugi. Jika terjadi ketidaksesuaian atau cacat pada barang yang dibeli. Di sisi lain, konsumen juga memiliki kewajiban, seperti melakukan pembayaran harga secara tepat waktu serta mematuhi peraturan dan ketentuan yang berlaku. Bagi pelaku usaha, asas keseimbangan hukum membantu mereka dalam mematuhi kewajiban yang seharusnya mereka lakukan, seperti mematuhi hukum dan regulasi yang berlaku, menyediakan produk atau layanan yang memenuhi standar kualitas, dan melindungi privasi dan data pribadi konsumen. Asas ini juga membantu pelaku usaha dalam mendapatkan perlindungan hukum jika konsumen melanggar ketentuan yang telah disepakati.

Asas keseimbangan hukum membantu *marketplace* dalam menjaga keadilan dan keamanan dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. *Marketplace* harus menegakkan hukum dan regulasi yang berlaku, serta menangani sengketa antara konsumen dan pelaku usaha secara adil dan seimbang. Asas ini juga membantu *marketplace* dalam mendapatkan perlindungan hukum jika terjadi pelanggaran oleh konsumen atau pelaku usaha. Secara keseluruhan, asas keseimbangan hukum berfungsi untuk menciptakan lingkungan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* yang adil dan seimbang, di mana hak dan kewajiban semua pihak yang terlibat dijaga dan dilindungi.

2.3 Penggalian Asas Kepastian Perlindungan Hukum yang seimbang

Asas kepastian hukum merupakan salah satu asas yang ada pada UUPK. Asas ini dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum untuk memberikan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Hal ini selaras dengan teori keadilan, kepastian dan perlindungan hukum. Artinya, undang-undang ini mengharapakan bahwa aturan tentang hak dan kewajiban yang terkandung di dalam undang-undang ini harus diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari, sehingga masing-masing pihak memperoleh keadilan dan kepastian hukum dan terwujudnya perlindungan hukum yang seimbang. Oleh karena itu, negara bertugas dan menjamin terlaksananya aturan perlindungan konsumen terutama UUPK ini sesuai dengan bunyinya, untuk memperoleh kemanfaatan penggalian asas

kepastian hukum dalam perlindungan hukum pada transaksi melibatkan beberapa aspek penting yang melibatkan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Asas kepastian hukum ini penting dalam menjaga keseimbangan antara hak dan kewajiban semua pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, yaitu :

- **Konsumen**

Untuk konsumen, asas kepastian hukum berarti perlindungan terhadap hak-hak mereka dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Misalnya, konsumen memiliki hak untuk menerima informasi yang jelas dan akurat tentang produk atau layanan yang mereka beli, termasuk harga, kualitas, dan ketentuan pengiriman. Jika hak-hak ini dilanggar, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan ganti rugi atau pengembalian uang.

- **Pelaku Usaha**

Bagi pelaku usaha, asas kepastian hukum berarti bahwa mereka harus mematuhi aturan dan regulasi yang berlaku dalam menjalankan bisnis pada *platform marketplace*. Ini termasuk memastikan bahwa produk atau layanan yang mereka jual memenuhi standar kualitas yang ditetapkan dan tidak menyesatkan konsumen. Pelaku usaha juga harus mematuhi aturan tentang privasi dan perlindungan data konsumen.

- **Marketplace**

Untuk *marketplace*, asas kepastian hukum berarti bahwa mereka harus menyediakan *platform* yang aman dan adil bagi konsumen dan pelaku usaha. Ini mencakup penegakan aturan dan regulasi yang berlaku, serta penanganan

sengketa antara konsumen dan pelaku usaha secara efektif dan adil. *Marketplace* juga harus memastikan bahwa data konsumen dilindungi dan tidak disalahgunakan.

Secara keseluruhan, penggalian asas kepastian hukum dalam perlindungan hukum pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* melibatkan keseimbangan antara hak dan kewajiban konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Semua pihak harus mematuhi hukum dan regulasi yang berlaku, dan ada mekanisme penegakan hukum jika terjadi pelanggaran.

3. Implikasi Teoritis

Menurut L. J. Van Apeldoorn, kepastian hukum mempunyai 2 (dua) segi. Pertama, mengenai soal dapat dibentuknya (*bepaalbaarheid*) hukum dalam hal-hal yang konkret. Artinya pihak-pihak yang mencari keadilan ingin mengetahui hukum dalam hal yang khusus sebelum memulai perkara. Kedua, kepastian hukum berarti keamanan hukum. Artinya perlindungan bagi para pihak terhadap kesewenangan hakim.¹²⁵ Menurut Utrecht kepastian hukum mengandung 2 (dua) pengertian; pertama adanya aturan yang bersifat umum membuat individu mengetahui perbuatan apa yang boleh atau tidak boleh dilakukan, dan kedua berupa keamanan hukum bagi individu dari kesewenangan pemerintah karena dengan adanya aturan yang bersifat umum itu individu dapat mengetahui apa saja yang boleh dibebankan atau dilakukan

¹²⁵ L.J. Van Aveloorn dalam Shidarta, *Moralitas Profesi Hukum Suatu Tawaran Kerangka Berfikir* (Bandung, PT Revika Aditama, 2006): 82-83.

oleh negara terhadap individu. Sifat umum dari aturan-aturan hukum membuktikan bahwa hukum perlindungan konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* tidak bertujuan untuk mewujudkan keadilan atau kemanfaatan, melainkan semata-mata untuk kepastian hukum.

Selain aspek penerapan hukum dan kepastian hukum serta keadilan, maka permasalahan hukum perlindungan konsumen, yaitu terkait perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berdasarkan asas kepastian hukum. Perlindungan hukum adalah segala upaya pemenuhan hak dan pemberian bantuan untuk memberikan rasa aman kepada saksi dan/atau korban. Perlindungan hukum korban kejahatan sebagai bagian dari perlindungan masyarakat, dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk, seperti melalui pemberian restitusi, kompensasi, pelayanan medis dan bantuan medis.

Mengenai lebih lanjut mengenai Teori Perlindungan Hukum ini, maka dapat dilihat beberapa pendapat para ahli diantaranya, yaitu Satjipto Raharjo mendefinisikan Perlindungan Hukum adalah memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum. Sedangkan menurut Philipus M. Hadjon berpendapat bahwa Perlindungan Hukum adalah perlindungan akan harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh subjek hukum berdasarkan ketentuan hukum dari kesewenangan. CST Kansil sendiri mendefinisikan Perlindungan Hukum adalah berbagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari

gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun. Sedangkan menurut Philipus M. Hadjon Perlindungan Hukum adalah sebagai kumpulan peraturan atau kaidah yang akan dapat melindungi suatu hal dari hal lainnya.

Berkaitan dengan konsumen, berarti hukum memberikan perlindungan terhadap hak-hak pelanggan dari sesuatu yang mengakibatkan tidak terpenuhinya hak-hak tersebut. Menurut Muktie. A. Fadjar, mendefinisikan perlindungan hukum lebih kepada penyempitan arti dari perlindungan, dalam hal ini hanya perlindungan oleh hukum saja. Perlindungan yang diberikan oleh hukum, terkait pula dengan adanya hak dan kewajiban, dalam hal ini yang dimiliki oleh manusia sebagai subyek hukum dalam interaksinya dengan sesama manusia serta lingkungannya. Sebagai subyek hukum manusia memiliki hak dan kewajiban untuk melakukan suatu tindakan hukum.¹²⁶

Dalam menjalankan dan memberikan perlindungan hukum pada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dibutuhkannya suatu tempat atau wadah dalam pelaksanaannya yang sering disebut dengan sarana perlindungan hukum. Sarana perlindungan hukum dibagi menjadi 2 (dua) macam, yaitu sebagai berikut:¹²⁷

1. Sarana Perlindungan Hukum Preventif

Pada perlindungan hukum preventif ini, subjek hukum diberikan kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif. Tujuannya adalah mencegah terjadinya sengketa. Perlindungan hukum preventif sangat besar artinya bagi tindak pemerintahan yang didasarkan pada kebebasan bertindak karena dengan adanya perlindungan hukum yang preventif pemerintah terdorong untuk bersifat hati-hati dalam mengambil keputusan yang didasarkan pada diskresi.

¹²⁶ *Glosarium Tesis Hukum*, “Pengertian Perlindungan Hukum Menurut Para Ahli”, Diakses pada tanggal 13 April 2014 Pukul 17.45 WIB., <https://tesishukum.com/pengertian-perlindungan-hukum-menurut-para-ahli>.

¹²⁷ *Ibid.*

Di Indonesia belum ada pengaturan khusus mengenai perlindungan hukum preventif. Namun, jika dilihat dari konteks mengkritisi UUPK lebih kepada bagaimana makna filosofis dari tahap perencanaan sampai dengan pembuatan produk perundang-undangan tersebut dapat memberikan perlindungan kepada konsumen, sehingga terwujud keadilan dan kepastian hukum bagi konsumen dan juga pelaku usaha. Perlindungan hukum ini dapat berupa regulasi hukum yang menjamin bahwa pelaku usaha melakukan transaksi dengan adil dan tidak merugikan konsumen dan bahwa konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang jelas dan akurat tentang produk yang mereka beli.

2. Sarana Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan hukum yang represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Penanganan perlindungan hukum oleh Pengadilan Umum dan Peradilan Administrasi di Indonesia termasuk kategori perlindungan hukum ini termasuk juga dalam hal ini oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yang selanjutnya disingkat dengan BPSK. BPSK dan dapat dikaitkan dengan tujuan dari negara hukum. Prinsip perlindungan hukum terhadap tindakan pemerintah bertumpu dan bersumber dari konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia karena menurut sejarah dari barat, lahirnya konsep-konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia diarahkan kepada pembatasan-pembatasan dan peletakan kewajiban masyarakat dan pemerintah. Prinsip kedua yang mendasari perlindungan hukum terhadap tindakan pemerintahan adalah prinsip negara hukum. Dikaitkan dengan pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia, pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia mendapat tempat utama dan dapat dikaitkan dengan tujuan dari negara hukum. Dalam konteks perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* terlihat dari aspek mendudukan hak-hak yang seimbang antara konsumen dan pelaku usaha pada saat terjadinya sengketa konsumen. Dalam konteks ini juga berbicara bagaimana penerapan dan penegakan hukum yang berlaku di bidang perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* untuk mewujudkan adanya kepastian hukum dalam perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*.

Teori Keseimbangan hukum pada perlindungan hukum pada *platform marketplace* menurut Mackenzie lebih kepada keseimbangan antara syarat-syarat yang ditentukan oleh aturan dan kepentingan pihak-pihak yang tersangkut atau

berkaitan dengan sengketa pada *platform marketplace*.¹²⁸ Sedangkan menurut teori Hegel, mensyaratkan adanya suatu keseimbangan antara kejahatan yang dilakukan dengan pidana yang harus dijatuhkan pada kasus sengketa pada *platform marketplace*. Seimbang disini tidak berarti harus sejenis melainkan cukup apabila pidana yang dijatuhkan mempunyai nilai yang sama dengan kejahatan yang telah dilakukan oleh pelakunya.¹²⁹ Menurut Herlien Budiono dalam bukunya “Asas Keseimbangan Bagi Hukum Perjanjian Indonesia”, mencoba memberikan gambaran sebagai berikut : “Sebagaimana dimaknai dalam bahasa sehari-hari, kata seimbang (*evenwicht*) menunjuk pada pengertian suatu keadaan pembagian hak dan kewajiban para pihak dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* di kedua sisi berada dalam keadaan seimbang.¹³⁰

3.1 Ruang Lingkup Teori Kepastian Perlindungan Hukum yang Seimbang pada Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace*

Teori Kepastian Perlindungan Hukum yang Seimbang pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* merujuk pada konsep hukum yang menjamin perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi elektronik. Dalam konteks ini, perlindungan hukum berarti bahwa konsumen memiliki hak dan kewajiban yang jelas dan ditegakkan oleh hukum. Dimana ruang lingkup teori ini mencakup beberapa aspek penting, yaitu:¹³¹

¹²⁸ Ahmad Rifai, *loc. cit.*

¹²⁹ Lamintang dan Theo Lamintang, *loc. cit.*

¹³⁰ Herlien Budiono, *loc. cit.*

¹³¹ Rovita Jayanti, “UU ITE: Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce”.

- a. Perlindungan Hukum Konsumen : Konsumen memiliki hak yang jelas dan ditegakkan oleh hukum. Misalnya, konsumen memiliki hak untuk menerima barang yang sesuai dengan deskripsi, dan memiliki hak untuk meminta pengembalian dana atau barang jika terjadi masalah.
- b. Pasal Hukum yang Menjamin Perlindungan : Ada beberapa pasal hukum yang menjamin perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Misalnya, sesuai dengan UU ITE menyatakan bahwa transaksi elektronik yang dituangkan dalam kontrak elektronik mengikat para pihak.¹³² Berdasarkan UU ITE menyebutkan bahwa setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong.¹³³
- c. Perubahan dan Penafsiran Hukum : Hukum yang menjamin perlindungan konsumen dalam transaksi pada *platform marketplace* dapat berubah dan diperlakukan dengan berbagai cara, yang dapat menimbulkan kesalahpahaman dan kegaduhan. Oleh karena itu, diperlukan revisi pada pasal yang mengandung multitafsir tersebut terutama terkait pembatasan atau tolok ukur delik dan mekanisme penyelesaian sengketa.

Secara keseluruhan, Teori Kepastian Perlindungan Hukum yang seimbang pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* tidak hanya mencakup keseimbangan antara hak dan kewajiban para pihak saja, tetapi juga keseimbangan yang mencakup konsep hukum yang menjamin perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik, serta mekanisme hukum yang menegakan dan memastikan kepastian dan keseimbangan dalam menjalankan hukum tersebut, yaitu keseimbangan antara kejahatan yang dilakukan dengan sanksi pidana yang dijatuhkan.

3.2 Fungsi dan Pengembangan Teori Kepastian Perlindungan Hukum yang seimbang

¹³² Pasal 18 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024. Lembaran Negara RI Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 4843 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Lembaran Negara RI Tahun 2024 Nomor 1, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6905. Sekretariat Negara. Jakarta.

¹³³ *Ibid.*, Pasal 28 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Teori Kepastian Perlindungan Hukum yang seimbang dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* berfungsi untuk memastikan bahwa baik penjual maupun pembeli mendapatkan perlindungan hukum yang adil dan seimbang dalam melakukan transaksi elektronik. Dalam konteks *platform marketplace*, konsumen seringkali memiliki risiko yang lebih besar dibandingkan pelaku usaha atau *merchant*. Hak-hak konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* lebih rentan untuk dilanggar dan kejahatan terhadap data-data konsumen bisa terjadi saat melakukan transaksi secara elektronik.

Salah satu produk hukum yang berfungsi untuk memberikan perlindungan dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* adalah "*Model Law on Electronic Commerce*" yang dibuat oleh *United Nations Commission on International Trade Law (UNCITRAL)*. Model hukum ini bertujuan untuk mendorong aturan hukum yang seragam dalam penggunaan jaringan komputer untuk transaksi komersial. Model hukum ini dapat dengan mudah diadopsi dan diterima oleh negara-negara dengan sistem sosial, budaya, ekonomi, dan hukum yang berbeda. Di Indonesia, dasar hukum utama bagi konsumen yang melakukan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* adalah UU ITE. Undang-undang ini mengatur tentang prinsip iktikad baik dalam melakukan suatu transaksi elektronik. Selain itu, UU ITE juga mengatur pihak yang melakukan transaksi boleh memilih hukum yang berlaku bagi transaksi elektronik internasional. Perlindungan hukum terhadap konsumen juga diatur dalam UUPK. Undang-Undang ini diharapkan dapat menjamin kepastian hukum terhadap konsumen dalam bertransaksi pada *platform marketplace*.

Dengan adanya Teori Kepastian Perlindungan Hukum yang seimbang dalam *platform marketplace*, konsumen dapat merasa lebih aman dan nyaman dalam melakukan transaksi elektronik, dan penjual atau *merchant* juga mendapatkan perlindungan hukum yang adil.

Asas kepastian hukum merupakan salah satu asas yang ada pada UUPK. Asas ini dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen serta negara menjamin kepastian hukum. Artinya, undang-undang ini mengharapkan bahwa aturan tentang hak dan kewajiban yang terkandung di dalam undang-undang ini harus diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari, sehingga masing-masing pihak memperoleh keadilan. Oleh karena itu, negara bertugas dan menjamin terlaksananya undang-undang ini sesuai dengan bunyinya.¹³⁴ Ditinjau dari segi kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen masih memerlukan pengkajian lebih jauh.¹³⁵

Pada sengketa antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*, kedudukan konsumen terkadang berada pada posisi yang lemah dibandingkan dengan pelaku usaha dan *marketplace*. Namun, pada penyelesaian sengketa tertentu, kadang *marketplace* juga berada pada posisi yang lebih dibandingkan pelaku usaha atau malah sebaliknya. Tapi di sisi lain, karena penegak hukum belum sepenuhnya menerapkan aturan perlindungan konsumen, terkadang pelaku usaha yang berada pada posisi lebih lemah dibandingkan dengan *marketplace*. Hal ini dipengaruhi oleh

¹³⁴ Janus Sidabolok, *op. cit.*, hlm. 32-33.

¹³⁵ Susanti Adi Nugroho, *loc. cit.*

faktor salah satunya adalah ditemui adanya ketidakpastian hukum baik dari sisi pengaturannya maupun dari sisi penegakan aturan itu sendiri.

Sesuai dengan UUPK, maka yang dimaksudkan dengan Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.¹³⁶ Asas perlindungan konsumen sesuai dengan UUPK berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.¹³⁷ Hal ini diperjelas lagi dengan Penjelasan Pasal 2 UUPK, maka yang dimaksudkan dengan Asas kepastian hukum dalam perlindungan konsumen dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

4. Implikasi Dogmatis

4.1. Penerapan Asas Keseimbangan dalam Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace*

Sesuai dengan UUPK mengatur bahwa perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Asas keseimbangan sesuai dengan penjelasan UUPK, yaitu dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual. Pada penjelasan Pasal 2 Poin Nomor 3 UUPK tersebut.

¹³⁶ Pasal 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

¹³⁷ *Ibid.*, Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

lebih kepada keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah. Padahal pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* terdapat pihak *marketplace* selaku penyedia *platform* digital bagi toko *online* (pelaku usaha) untuk melakukan transaksi perdagangan *online* melalui media elektronik yang perlu juga untuk diberikan perlindungan hukum.

Peran pemerintah sesuai dengan UUPK lebih kepada bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha. Selanjutnya sesuai dengan Pasal 30 ayat (1) UUPK, peran pemerintah melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangannya yang diselenggarakan oleh pemerintah, masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat. Sesuai dengan Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan mengatur peran Pemerintah mengatur kegiatan Perdagangan Dalam Negeri melalui kebijakan dan pengendalian. Dalam bidang perdagangan luar negeri, maka sesuai dengan Pasal 38 ayat (1) UU Perdagangan mengatur kegiatan Perdagangan Luar Negeri melalui kebijakan dan pengendalian di bidang Ekspor dan Impor.

Berbicara mengenai penerapan Asas Keseimbangan perlindungan hukum pada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* secara praktek di lapangan belumlah terwujud keseimbangan perlindungan hukum sebagaimana yang diharapkan. Dari hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Disertasi sebelumnya, dimana analisa permasalahannya ditinjau dari aspek yang berbeda. Penelitian ini lebih

menekankan penelitian pada aspek keseimbangan dalam perlindungan hukum pada transaksi jual beli antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*.

Sedangkan penelitian sebelumnya, yaitu :

Pertama, Disertasi yang ditulis oleh Abdul Halim Barkatullah, dengan judul *“Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Lintas Negara Di Indonesia”*, pada Program Doktor Ilmu Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Tahun 2006. Dalam Disertasi ini Abdul Halim Barkatullah menguji dan menganalisis terhadap perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* lintas negara di Indonesia, khususnya pada bentuk perlindungan hukum apa yang dapat ditawarkan bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* lintas negara.

Kedua, Disertasi yang ditulis oleh Ratu Galuh Gerllian Wirasuta, dengan judul *“Transaksi Elektronik Dalam Sistem E-Commerce Sebagai Upaya Pengembangan Perekonomian Indonesia”*, pada Program Doktor Ilmu Hukum Universitas Pasundan Bandung Tahun 2018. Dalam Disertasi ini Ratu Galuh Wirasuta menguji dan mengkaji Transaksi perdagangan yang dilakukan melalui sistem *e-commerce* berisiko menyebabkan tindakan wanprestasi yang sulit dijangkau oleh aturan-aturan hukum yang berlaku dan transaksi tidak mempertemukan para pihak yang bertransaksi, serta tidak adanya kesempatan bagi konsumen melihat secara langsung barang yang dipesan berpotensi menimbulkan permasalahan yang merugikan konsumen.

Ketiga, Disertasi yang ditulis oleh Abd. Syakur dengan judul *“Rekonstruksi Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Melalui Kebijakan Pemerintah untuk Mendukung Ekonomi Digital yang Berkeadilan”*, pada Program

Doktor (S3) Ilmu Hukum (PDIH) Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang Tahun 2022. Dalam Disertasi ini Abd. Syakur, menguji dan mengkaji rekonstruksi perlindungan hukum konsumen transaksi *e-commerce* untuk mendukung Ekonomi Digital yang berkeadilan melalui Kebijakan Pemerintah.

Keempat, Disertasi yang ditulis oleh Stella, dengan judul “*Pertanggungjawaban Hukum Perdata Penyelenggara Sarana Perantara Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (E-Commerce) di Indonesia*”, pada Program Doktor Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara Medan Tahun 2023. Dalam Disertasi ini Stella menguji dan mengkaji mengenai pertanggungjawaban Hukum Perdata dari Penyelenggara Sarana Perantara Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*E-Commerce*) di Indonesia.

Ketidak seimbangan tersebut dapat terlihat dari hal-hal sebagai berikut, yaitu:

1. Pada proses pemeriksaan di Kepolisian dimana penulis melakukan riset wawancara, diketahui bahwa Pihak Kepolisian terhadap laporan pengaduan yang masuk terkait *platform marketplace* menerapkan Pasal 278 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana yang mengatur mengenai Tindak Pidana Penipuan atau sesuai dengan Pasal 28 ayat (1) UU ITE jika merupakan penipuan *online* dan belum sepenuhnya menerapkan aturan terkait UUPK. Hal ini, di satu sisi pelaku penipuan, yaitu Toko *Online* yang bertanggung jawab sebagai pelaku Tindak Pidana Penipuan, sedangkan *marketplace* selaku penyedia *platform* digital untuk transaksi jual beli melalui *platform*

marketplace terbebas dari kesalahan. Kondisi ini melemahkan kedudukan pelaku usaha dalam *platform marketplace*.

Hal ini menurut pertimbangan pihak Kepolisian karena pelaku usaha dinyatakan bersalah karena telah melakukan penipuan. Dari hasil riset peneliti pada Satuan Reserse Kriminal Tindak Pidana Khusus Polrestabes Palembang, belum diterapkan sepenuhnya aturan perlindungan konsumen diberlakukan karena kurangnya pengetahuan dan pemahaman dari aparat penegak hukum akibat dari kurangnya sosialisasi aturan tersebut.¹³⁸ Dalam melakukan tugasnya melakukan penyelidikan/penyidikan, maka pihak Kepolisian berkoordinasi dengan Kementerian Komenko dan Staf Ahli Perlindungan Konsumen pada Kementerian Perdagangan. terkait dengan sengketa hukum pada *platform marketplace*, pihak Kepolisian cenderung lebih kepada apakah Toko *Online* tersebut menjual produk yang telah ber-SNI.

2. Selain itu, batasan Tindak Pidana Ringan (Tipiring) dan jumlah Denda dalam KUHP diatur dalam Peraturan Mahkamah Agung (Perma) Nomor 2 Tahun 2012 tentang Penyelesaian Batasan Tindak Pidana Ringan (Tipiring) dan Jumlah Denda dalam KUHP. Intinya, Perma ini ditujukan untuk menyelesaikan penafsiran tentang nilai uang pada Tipiring dalam KUHP. Dalam Perma Nomor 2 Tahun 2012 tidak hanya memberikan keringanan kepada hakim agung dalam bekerja, namun juga menjadikan pencurian di bawah 2,5 juta tidak dapat ditahan.

¹³⁸ Hasil wawancara dengan Bapak Ipda Okta Kuncoro dari Satuan Reserse Kriminal Tindak Pidana Khusus Polrestabes Palembang tanggal 15 November 2023.

Sesuai dengan Perma Nomor 2 Tahun 2012 diatur bahwa apabila nilai barang atau uang tersebut bernilai tidak lebih dari Rp 2.500.000,00 (dua juta lima ratus ribu rupiah) Ketua Pengadilan segera menetapkan Hakim Tunggal untuk memeriksa, mengadili dan memutus perkara tersebut dengan Acara Pemeriksaan Cepat yang diatur dalam Pasal 205-210 KUHP. Apabila terhadap terdakwa sebelumnya dikenakan penahanan, Ketua Pengadilan tidak menetapkan penahanan ataupun perpanjangan penahanan.¹³⁹ Jelas aturan ini tidak memberikan efek jera bagi pelaku karena pelaku tindak pidana tidak ditahan.

3. Terdapat *hyper*, tumpang tindih, kontradiktif dan multitafsir pengaturan terhadap transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, baik itu Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi, Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2019 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional, Keputusan Presiden Nomor 90 Tahun 2001 tentang Pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dan serangkaian aturan terkait, sehingga aparat penegak hukum dan instansi/lembaga terkait dalam perlindungan konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* bingung terhadap penerapan aturan dimaksud, mengingat kurangnya pemahaman dan sosialisasi terhadap aturan tersebut.

¹³⁹ Pasal 2 ayat (2) dan (3) Peraturan Mahkamah Agung RI Nomor 02 Tahun 2012 tentang Penyesuaian Batasan Tindak Pidana Ringan dan Jumlah Denda dalam KUHP.

4.2. Perlindungan Hukum yang Seimbang pada Konsumen, Pelaku Usaha dan Marketplace pada Transaksi Jual Beli

Pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, baik konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* perlu diberikan perlindungan hukum, ketika konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berada dalam posisi dirugikan dalam transaksi jual beli. Hal ini sesuai dengan Teori Perlindungan Hukum ini sebagai *Middle Range Theorynya*. Menurut Philipus M. Hadjon berpendapat bahwa perlindungan hukum adalah perlindungan akan harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh subyek hukum berdasarkan ketentuan hukum dari kesewenangan. CST Kansil sendiri mendefinisikan Perlindungan Hukum adalah berbagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.

Menurut Philipus M. Hadjon perlindungan hukum adalah sebagai kumpulan peraturan atau kaidah yang akan dapat melindungi suatu hal dari hal lainnya. Satjipto Raharjo mendefinisikan perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum. Sedangkan menurut Muktie, A. Fadjar, mendefinisikan perlindungan hukum lebih kepada penyempitan arti dari perlindungan, dalam hal ini hanya perlindungan oleh hukum saja. Perlindungan yang diberikan oleh hukum, terkait pula dengan

adanya hak dan kewajiban, dalam hal ini yang dimiliki oleh manusia sebagai subyek hukum dalam interaksinya dengan sesama manusia serta lingkungannya. Sebagai subyek hukum manusia memiliki hak dan kewajiban untuk melakukan suatu tindakan hukum.¹⁴⁰

Perlindungan hukum kepada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* pada dasarnya merupakan kumpulan peraturan atau kaidah yang dapat melindungi hak-hak konsumen dan juga sebagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun. Perlindungan hukum kepada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* merupakan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum. Sesuai dengan Pasal 4 UUPK Hak konsumen meliputi, yaitu : hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa; hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan; hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut; hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen; hak untuk

¹⁴⁰ *Glosarium Tesis Hukum, loc. cit.*

diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya. Hal ini sesuai dengan UUPK yang dimaksudkan dengan Perlindungan konsumen adalah “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.”¹⁴¹

Pelaku Usaha pada *platform marketplace* diwajibkan untuk melindungi hak-hak konsumen, mulai dari kegiatan penawaran elektronik, iklan, kontrak elektronik, penukaran dan pembatalan, sampai dalam ranah pengiriman barang dan/atau jasa. Bahkan dalam pengiriman barang dan/atau jasa yang menggunakan jasa kurir, Pelaku Usaha harus memastikan ketepatan waktu pengiriman barang dan/atau jasa kepada konsumen. Pedagang dan PPMSE dalam negeri dan luar negeri juga diwajibkan memberikan jangka waktu paling sedikit 2 (dua) hari kerja untuk penukaran barang dan/atau jasa, atau pembatalan pembelian, terhitung sejak diterima oleh konsumen. Dimana satu sisi ketentuan ini sangat berpihak kepada konsumen, namun dari sisi pedagang dan PPMSE dapat dirugikan.¹⁴²

¹⁴¹ Pasal 1 Butir 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

¹⁴² R. Yudha Triarianto Wasono, “Analisa Kebijakan Terbaru E-Commerce Berdasarkan PP 80 Tahun 2019,” Diakses pada tanggal 4 Februari 2020 Pukul 21.30 WIB., <https://siplawfirm.com>.

Upaya perlindungan hukum bagi penyedia *platform*, pedagang (*merchant*) dan pengguna *platform* untuk memastikan batasan dan tanggung jawab dalam kegiatan *e-dagang* dituangkan dalam bentuk Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2016 tentang Batasan dan Tanggung Jawab Penyedia *Platform* dan Pedagang (*merchant*) Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*Electronic Commerce*) yang berbentuk *User Generated Content* atau dikenal dengan sebutan *Safe Harbor Policy*. Menteri Komunikasi dan Informatika Rudiantara menjelaskan Indonesia harus memiliki strategi untuk mengembangkan *platform marketplace* dalam konteks digital ekonomi.

Dalam transaksi baik barang atau jasa harus memiliki *concern* untuk memproteksi kepentingan konsumen. Pada *platform marketplace* harus dibuat batasannya berupa pertanggungjawaban terutama untuk transaksi berupa barang dan jasa yang *dideliver* melalui *User Generated Content (UGC)*. Masuknya *Principles for Good Business Practices* di dalam UNGCP 2016 yang berarti bahwa urusan perlindungan konsumen tidak dapat dipisahkan dari perilaku pelaku usaha dalam menjalankan praktek usaha (bisnis)-nya. Dalam konteks transaksi perdagangan yang lebih luas harus ada batasannya. “Jangan sampai nanti semua tanggung jawab jatuh pada *marketplace*. Hal ini kemudian yang mendasari pembuatan regulasi dengan menyediakan koridor terlebih dahulu berupa aturan umum kepada *platform* berbasis *User Generated Content (UGC)*”,.

Surat edaran ini diharapkan kedepannya dapat dikonversi kedalam bentuk Peraturan Menteri sebagai bentuk perlindungan kepada masyarakat serta untuk memberikan batasan tanggung jawab kepada *marketplace* dan penyelenggara *e-dagang* yang *usernya* berdasarkan *User Generated Content (UGC)*. Pemilik *platform*

harus membantu ketika ada masalah dengan menyediakan sarana pelaporan dan melakukan tindakan jika terjadi masalah. "Selain itu dalam melakukan aktivitas di dunia maya harus diutamakan unsur *secure, safe* dan *trusted*,"¹⁴³

¹⁴³ Kominfo, "Menkominfo: Safe Harbor Policy Upaya Proteksi Kepentingan Masyarakat", Diakses pada tanggal 27 Februari 2017 Pukul 20.15 WIB., <https://kominfo.go.id>.

BAB IV

KENDALA DAN MITIGASI

TRANSAKSI JUAL BELI DALAM MEWUJUDKAN

PERLINDUNGAN HUKUM YANG SEIMBANG ANTARA

KONSUMEN, PELAKU USAHA DAN *MARKETPLACE*

A. Kendala pada Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace*

1. Faktor Regulasi Pengaturan Perlindungan Hukum Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace*

Penerapan dan pemberlakuan hukum yang kuat juga sangat penting dalam memberikan perlindungan hukum yang seimbang pada transaksi jual beli pada *platform marketplace*. Pemerintah harus memiliki kebijakan penegakan hukum yang tegas terhadap pelanggaran dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace*. Sanksi yang tegas dan proporsional harus diberikan kepada pelaku bisnis yang melanggar aturan, sehingga dapat memberikan efek jera dan mendorong kepatuhan terhadap hukum.

Pemberlakuan hukum berkaitan erat dengan suatu usaha untuk menanggulangi kejahatan secara rasional, memenuhi rasa keadilan dan berdaya guna. Sebagai sesuatu alat guna menanggulangi kejahatan pada segala sarana sebagai reaksi yang bisa diberikan terhadap pelaku yang berbuat

kejahatan, berupa sarana pidana maupun non hukum pidana, yang dapat diintegrasikan satu dengan yang lainnya. Untuk menanggulangi kejahatan sarana pidana akan dipanggil, berarti akan dilaksanakan politik hukum pidana, yakni mengadakan pemilihan untuk mencapai hasil perundang-undangan pidana yang sesuai dengan keadaan dan situasi pada suatu waktu dan untuk masa-masa yang akan datang.¹ Pengertian pemberlakuan dan penerapan hukum juga dapat dirumuskan sebagai usaha melaksanakan hukum sebagaimana mestinya, mengawasi pelaksanaannya agar tidak terjadi pelanggaran dan jika terjadi pelanggaran memulihkan hukum yang dilanggar itu supaya ditegakkan kembali. Pemberlakuan dan penerapan hukum dilakukan dengan cara penindakan hukum menurut urutan berikut :²

- a. Teguran peringatan untuk menghentikan pelanggaran dan tidak boleh mengulangi perbuatan itu lagi (percobaan).
- b. Pembebanan kewajiban tertentu (ganti kerugian, denda).
- c. Penyisihan dan pengucilan (pencabutan hak-hak tertentu).
- d. Pengenaan sanksi badan (pidana penjara, pidana mati). Pelaksanaan hukum dapat terjadi karena pelanggaran hukum, yaitu dengan menegakan hukum tersebut dengan bantuan alat-alat perlengkapan Negara. Dalam menegakan hukum kemanfaatan dan keadilan, hukum harus dilaksanakan dan ditegakan.³

¹ Barda Nawawi Arief, Bunga Rampai Kebijakan Hukum Pidana Cetakan Ke II Edisi Revisi (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2002): 45-46.

² Abdulkadir Muhammad, Etika Profesi Hukum (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2006): 27-67.

³ Sudikno Mertokusumo, Mengenal Hukum (Yogyakarta: Liberty, 1985): 100.

Pemberlakuan dan penerapan hukum sendiri harus diartikan dalam kerangka 3 (tiga) konsep, yaitu sebagai berikut:

- a. Konsep penegakan hukum yang bersifat total (*total enforcement concept*) yang menuntut agar semua nilai yang ada di belakang norma hukum tersebut ditegakkan tanpa terkecuali.
- b. Konsep penegakan hukum yang bersifat penuh (*full enforcement concept*) yang menyadari bahwa konsep total perlu dibatasi dengan hukum acara dan sebagainya demi perlindungan kepentingan individual.
- c. Konsep penegakan hukum aktual (*actual enforcement concept*) yang muncul setelah diyakini adanya diskresi dalam penegakan hukum karena keterbatasan-keterbatasan, baik yang berkaitan dengan sarana dan prasarana, kualitas sumber daya manusianya, kualitas perundang-undangannya dan kurangnya partisipasi masyarakat.

Dengan demikian pemberlakuan dan penerapan hukum yang berkeadilan, berkepastian hukum dan terciptanya serta terwujudnya kemanfaatan merupakan tujuan yang harus dicapai. Faktor-faktor yang mempengaruhi pemberlakuan dan penerapan hukum di Indonesia tersebut dinilai penting guna menunjang berjalannya tujuan dari pemberlakuan dan penerapan hukum tersebut.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pemberlakuan dan penegakan hukum terkait dengan perlindungan hukum pada transaksi jual beli pada *platform marketplace* di Indonesia, diantaranya:

1. Faktor Efektivitas Pengaturan

Regulasi yang jelas dan komprehensif sangat penting untuk memastikan perlindungan hukum yang berkepastian hukum. Regulasi ini dapat membantu dalam mengatur aturan-aturan dasar dan infrastruktur yang mendukung realisasi transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

Hukum adalah segala sesuatu yang menimbulkan aturan-aturan yang mempunyai kekuatan yang bersifat memaksa, yaitu apabila hukum itu diselenggarakan mendapatkan sanksi yang tegas dan nyata.⁴ Sumber lain menyebutkan bahwa hukum adalah seperangkat norma atau kaidah yang berfungsi mengatur tingkah laku manusia dengan tujuan untuk ketentraman masyarakat.⁵ Hukum mempunyai Jangkauan universal karena dengan hukum bisa menemukan beberapa teori yang berbeda dari setiap individu. Artinya, hukum memiliki jangkauan yang sangat luas untuk masing-masing orang, tergantung bagaimana cara seseorang tersebut menyikapi hukum yang dihadapinya. Dalam penulisan ini, salah satu kelemahan ketentuan yang dikaji adalah kelemahan yuridis dari keberlakuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yang belum mengakomodir pengaturan mengenai transaksi jual beli pada *platform marketplace*.

Kebijakan hukum yang jelas dan komprehensif dapat memastikan perlindungan hukum yang seimbang dan berkepastian hukum bagi para pihak

⁴ Yulies Tina Masriani, *Pengantar Hukum Indonesia* (Jakarta: Sinar Grafika, 2004): 6.

⁵ *Ibid.*

yang bertransaksi secara elektronik. Kebijakan hukum yang berlaku harus memperhatikan aspek-aspek, seperti keamanan transaksi, perlindungan data pribadi dan hak-hak konsumen.

Penerapan aturan perlindungan hukum yang seimbang bagi konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berdasarkan asas kepastian hukum memiliki beberapa efektivitas yang signifikan. Penerapan aturan perlindungan hukum yang seimbang memberikan perlindungan hukum yang adil dan efektif bagi konsumen. Hal ini penting untuk melindungi konsumen dari praktik bisnis yang merugikan, penipuan atau penyalahgunaan kekuatan pasar. Dengan adanya aturan yang jelas dan ditegakkan dengan tegas, konsumen dapat merasa lebih aman dan percaya dalam melakukan transaksi yang merugikan, penipuan atau penyalahgunaan kekuatan pasar.

Dengan adanya aturan yang jelas dan ditegakkan dengan tegas, konsumen dapat merasa lebih aman dan percaya dalam melakukan transaksi di *marketplace*. Selain itu, penerapan aturan perlindungan hukum yang seimbang juga mencerminkan prinsip keadilan dan keseimbangan antara hak dan kewajiban konsumen dengan *marketplace*. Aturan yang seimbang memastikan bahwa konsumen memiliki hak yang diakui dan dihormati, sementara *marketplace* memiliki kewajiban untuk menyediakan produk dan layanan yang sesuai dengan standar yang ditetapkan. Selain itu, aturan perlindungan hukum yang seimbang memungkinkan penegakan hukum yang

efektif terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh *marketplace* atau pelaku bisnis. Dengan adanya aturan yang jelas, penegakan hukum dapat dilakukan dengan lebih mudah dan efisien. Hal ini menciptakan efek jera dan mendorong *marketplace* untuk mematuhi aturan yang ada.

Penerapan aturan perlindungan hukum yang seimbang juga berkontribusi terhadap kepercayaan dan stabilitas pasar. Konsumen akan merasa lebih percaya untuk bertransaksi di *marketplace* yang memiliki aturan perlindungan yang kuat dan ditegakkan dengan konsisten. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendorong pertumbuhan pasar yang stabil. Selanjutnya penerapan aturan perlindungan hukum yang seimbang juga berdampak pada pengembangan ekonomi. Ketika konsumen merasa terlindungi dengan baik, mereka cenderung lebih aktif dalam melakukan transaksi bisnis. Hal ini dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan investasi di *marketplace*. Dimana dalam praktiknya, penerapan aturan perlindungan hukum yang seimbang memerlukan kerjasama antara pemerintah, lembaga pengawas, dan pelaku bisnis. Selain itu, peran konsumen dalam memahami hak-hak mereka dan melaporkan pelanggaran juga sangat penting dalam menjaga efektivitas penerapan aturan perlindungan hukum yang seimbang.

Adapun indikator aturan hukum yang efektif dalam perlindungan hukum pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dapat meliputi beberapa hal berikut :

2. Eksistensi Regulasi Hukum Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace* yang Jelas

Untuk melindungi konsumen dan memastikan keseimbangan perlindungan hukum dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, diperlukan regulasi hukum yang jelas dan komprehensif. Hal ini bertujuan agar terbentuk badan perlindungan konsumen yang efektif. Regulasi ini harus mencakup aspek-aspek seperti perlindungan data pribadi, perlindungan konsumen, keamanan transaksi, dan penyelesaian sengketa. Dimana badan perlindungan konsumen yang efektif diharapkan dapat menegakan aturan perlindungan konsumen yang efektif juga. Regulasi tersebut harus diterapkan secara konsisten dan efektif oleh pemerintah dan badan-badan terkait.

Pengaturan perlindungan hukum yang seimbang mengacu pada keseimbangan perlindungan antara konsumen dan *marketplace*. Konsumen harus dilindungi dari praktik bisnis yang merugikan, produk cacat, dan penipuan, sementara *marketplace* juga harus diberikan kepastian hukum dan perlindungan terhadap kepentingan mereka sebagai penyedia *platform*. Prinsip ini mendorong adanya keseimbangan antara hak dan kewajiban serta kepentingan kedua belah pihak. Asas kepastian hukum adalah prinsip hukum yang menjamin bahwa setiap orang memiliki hak untuk mengetahui dan memahami aturan hukum yang berlaku. Dalam konteks perlindungan hukum bagi konsumen dan *marketplace*, asas keseimbangan hukum menjadi landasan penting untuk menciptakan lingkungan hukum yang jelas dan dapat dipahami oleh semua pihak. Dengan

adanya kepastian hukum, konsumen dan *marketplace* dapat menjalankan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dengan keyakinan dan menghindari konflik yang mungkin timbul.

Implementasi aturan perlindungan konsumen yang efektif merupakan langkah penting dalam menjaga keseimbangan perlindungan hukum dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Pemerintah harus memiliki peraturan yang jelas dan tegas terkait perlindungan konsumen, termasuk penanganan sengketa, jaminan kualitas produk dan informasi yang akurat. Selain itu, *marketplace* juga harus memiliki kebijakan internal yang jelas untuk melindungi hak-hak konsumen. Dengan implementasi aturan yang baik, konsumen akan merasa lebih aman dan terlindungi dalam melakukan transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

Selain memiliki aturan perlindungan konsumen yang baik, penegakan hukum yang efektif juga penting untuk memastikan kepastian hukum. Pemerintah harus memiliki mekanisme penegakan hukum yang kuat dan efisien untuk menindak pelanggaran yang dilakukan oleh *marketplace* atau pelaku bisnis. Sanksi yang tegas dan proporsional harus diberikan kepada pelanggar untuk memberikan efek jera dan mendorong kepatuhan terhadap aturan yang ada. Dengan penegakan hukum yang efektif, kepastian hukum dapat terwujud dan kepercayaan konsumen terhadap transaksi jual beli pada *platform marketplace* dapat meningkat.

yang ada. Dengan penegakan hukum yang efektif, kepastian hukum dapat terwujud dan kepercayaan konsumen terhadap transaksi jual beli pada *platform marketplace* dapat meningkat.

Dalam menjaga efektivitas penerapan aturan perlindungan hukum yang seimbang bagi konsumen dan *marketplace* berdasarkan asas kepastian hukum, kerjasama antara pemerintah, *marketplace* dan konsumen sangat penting. Pemerintah harus memiliki regulasi yang jelas dan tegas, *marketplace* harus memiliki kebijakan internal yang mendukung perlindungan konsumen, dan konsumen harus memahami hak-hak mereka dan menggunakan sarana hukum yang tersedia. Dengan adanya kerjasama yang baik antara semua pihak, perlindungan hukum yang seimbang dapat tercapai dan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dapat berlangsung dengan adil dan terjamin. Pemerintah Indonesia telah melakukan regulasi terhadap peraturan perundang-undangan yang mengatur telekomunikasi dan *platform marketplace* sebagai sarana perdagangan *online*. Pemerintah berperan sebagai pengatur, pembina, dan pengontrol perkembangan perdagangan melalui *platform marketplace* di Indonesia. Regulasi ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan bisnis yang adil, transparan, dan aman bagi semua pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

Dalam rangka menjalankan aturan hukum transaksi jual beli melalui *platform marketplace* terkait informasi dan sistem penyelenggaraan transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, perlu adanya kerjasama antara pemerintah, pelaku usaha, dan konsumen. Pemerintah harus terus mengembangkan regulasi yang sesuai dengan perkembangan teknologi dan perlindungan konsumen. Pelaku usaha harus mematuhi aturan yang ada dan memiliki iktikad baik dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Konsumen juga perlu memahami hak-hak mereka dan menggunakan sarana hukum yang tersedia untuk melindungi kepentingan mereka.

Dengan kerjasama yang baik antara semua pihak, transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dapat berjalan dengan lancar dan aman. Dalam hal ini, *marketplace* bertindak sebagai pihak yang bertanggung jawab untuk memastikan bahwa pelaku usaha yang terdaftar di *platformnya* mematuhi ketentuan-ketentuan yang diatur dalam UUPK, seperti memberikan informasi yang jelas, benar dan tidak menyesatkan kepada konsumen. Selain itu, *marketplace* juga bertanggung jawab untuk menjaga keamanan data dan informasi pribadi konsumen yang dihasilkan dari transaksi jual beli melalui *platform marketplace* yang terjadi di *platformnya*. Namun demikian, dalam beberapa kasus, terkadang muncul perdebatan mengenai tanggung jawab *marketplace* dalam mengatasi sengketa atau

masalah yang terjadi antara pelaku usaha dan konsumen yang menggunakan *platformnya*. Oleh karena itu, diperlukan peraturan yang lebih detail dan jelas mengenai kewajiban dan tanggung jawab *marketplace* dalam transaksi jual beli pada *platform* perdagangan *online* untuk memastikan perlindungan yang lebih baik bagi pelaku usaha dan konsumen.

Efektivitas penerapan aturan perlindungan konsumen di dalam *marketplace* sangat penting untuk menjaga hak-hak konsumen dan memastikan transaksi yang adil dan aman. Berikut adalah lima poin utama tentang efektivitas penerapan aturan perlindungan konsumen dalam konteks *marketplace*

3. **Transparansi Informasi:** *Marketplace* harus menyediakan informasi yang jelas dan transparan tentang produk atau layanan yang ditawarkan, termasuk harga, spesifikasi, kebijakan pengembalian, dan ulasan dari konsumen sebelumnya. Ini membantu konsumen membuat keputusan yang lebih baik.
4. **Perlindungan Data Pribadi:** *Marketplace* harus memastikan keamanan data pribadi konsumen, termasuk informasi kartu kredit dan data pribadi lainnya. Kebijakan privasi yang kuat dan pemrosesan data yang aman harus diterapkan untuk melindungi konsumen dari penyalahgunaan informasi mereka. Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, pengguna seringkali harus memberikan informasi pribadi, seperti alamat, nomor telepon atau

data kartu memberikan informasi pribadi seperti alamat, nomor telepon, atau data kartu kredit. Oleh karena itu, perlindungan data pribadi menjadi sangat penting. Aturan perlindungan data pribadi harus mengatur penggunaan, penyimpanan, dan pengamanan data konsumen. Selain itu, konsumen juga harus diberikan kontrol atas penggunaan data pribadi mereka.

5. **Penanganan Keluhan:** *Marketplace* harus memiliki prosedur yang efektif untuk menangani keluhan konsumen. Ini mencakup penyelesaian sengketa, pengembalian dana, dan komunikasi yang efisien dengan konsumen yang memiliki masalah dengan produk atau layanan yang mereka beli.
6. **Verifikasi Penjual:** *Marketplace* harus melakukan verifikasi yang ketat terhadap penjual atau pedagang yang menggunakan *platform* mereka. Ini dapat mengurangi risiko penipuan dan produk palsu, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan memastikan bahwa penjual yang tidak etis tidak dapat beroperasi di *platform* tersebut.
7. **Pendidikan Konsumen:** *Marketplace* harus memberikan edukasi kepada konsumen tentang hak-hak mereka, kebijakan pengembalian, cara menghindari penipuan, dan cara menggunakan *platform* secara aman. Konsumen yang lebih teredukasi akan lebih mampu melindungi diri mereka sendiri. Dengan menjalankan dan mematuhi prinsip-prinsip ini, *marketplace* dapat

meningkatkan efektivitas penerapan aturan perlindungan konsumen, menciptakan lingkungan yang lebih aman dan adil bagi konsumen dan membangun reputasi yang baik dalam industri pada *platform marketplace*.

Selain 5 (lima) poin tersebut di atas, terdapat 10 (sepuluh) poin tambahan tentang efektivitas penerapan aturan perlindungan konsumen dalam *marketplace*, yaitu:

1. **Evaluasi Produk dan Penjual:** *Marketplace* dapat menyediakan sistem peringkat dan ulasan yang dapat dipercaya untuk produk dan penjual. Ini membantu konsumen dalam membuat keputusan pembelian yang lebih informasi dan meningkatkan akuntabilitas penjual.
2. **Kebijakan Pengembalian yang Adil:** *Marketplace* harus memiliki kebijakan pengembalian yang jelas dan adil untuk melindungi konsumen—jika mereka menerima produk yang cacat atau tidak sesuai dengan deskripsi. Proses pengembalian harus mudah diakses dan digunakan.
3. **Pencegahan Penipuan dan Keamanan Transaksi:** *Marketplace* harus menginvestasikan dalam teknologi keamanan yang kuat untuk melindungi konsumen dari penipuan, termasuk transaksi palsu dan pembayaran yang tidak sah. Verifikasi 2 (dua) faktor dan perlindungan pembayaran *online* adalah langkah yang penting.

4. **Kontrol Atas Privasi dan Preferensi:** Konsumen harus diberikan kontrol atas data mereka dan preferensi privasi mereka. Mereka harus dapat memutuskan apa yang mereka bagikan dengan *marketplace* dan mitra pihak ketiga.
5. **Pengawasan dan Penegakan Hukum:** *Marketplace* harus bekerja sama dengan pihak berwenang dan badan regulasi untuk memastikan penegakan aturan perlindungan konsumen. Ini mencakup mengambil tindakan terhadap penjual yang melanggar ketentuan, sehingga memberikan sinyal bahwa pelanggaran tidak akan ditoleransi.
6. **Pemantauan dan Penindakan Terhadap Barang Palsu:** *Marketplace* harus aktif dalam memantau dan menindak penjualan barang palsu atau ilegal. Ini mencakup kerja sama dengan pemilik merek untuk mengidentifikasi dan menghapus produk palsu serta mengambil tindakan hukum jika diperlukan.
7. **Edukasi Penjual :** *Marketplace* dapat menyediakan sumber daya dan pelatihan kepada penjual untuk membantu mereka memahami dan mematuhi aturan perlindungan konsumen. Penjual yang lebih teredukasi akan lebih mungkin untuk memberikan layanan yang sesuai standar.
8. **Responsibilitas Sosial dan Lingkungan:** *Marketplace* dapat mempromosikan produk dan penjual yang memiliki tanggung jawab sosial dan lingkungan yang tinggi. Ini akan memberikan insentif kepada penjual untuk mengadopsi praktik yang berkelanjutan dan beretika.

9. **Perlindungan Anak-anak dan Konten Tidak Pantas:** *Marketplace* harus memiliki kebijakan yang ketat terkait dengan produk dan konten yang tidak pantas atau berbahaya bagi anak-anak. Mereka harus mengambil tindakan untuk mencegah penjualan produk yang tidak cocok untuk usia anak-anak.
10. **Perlindungan Anak-anak dan Konten Tidak Pantas:** *Marketplace* harus memiliki kebijakan yang ketat terkait dengan produk dan konten yang tidak pantas atau berbahaya bagi anak-anak. Mereka harus mengambil tindakan untuk mencegah penjualan produk yang tidak cocok untuk usia anak-anak.
11. **Keterlibatan Konsumen dalam Pengambilan Keputusan:** *Marketplace* dapat melibatkan konsumen dalam pengambilan keputusan terkait dengan perubahan kebijakan atau fitur baru. Ini memberikan konsumen rasa memiliki dan memastikan bahwa kebijakan yang diimplementasikan sesuai dengan kebutuhan mereka.

Dengan menjalankan poin-poin tambahan ini, *marketplace* dapat memperkuat perlindungan konsumen, menciptakan lingkungan bisnis yang lebih etis dan berkelanjutan dan meningkatkan kepercayaan konsumen dalam penggunaan *platform* mereka. Dengan menerapkan dan mematuhi semua poin-poin ini, *marketplace* dapat menciptakan lingkungan yang lebih aman,–adil, dan tepercaya bagi konsumen, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan pertumbuhan bisnis di *platform* tersebut.

Ada beberapa faktor yang dapat menyebabkan penerapan aturan perlindungan konsumen dan *marketplace* menjadi tidak efektif. Berikut adalah beberapa faktor tersebut :

1. **Kurangnya Penegakan Hukum yang Tegas:** Jika tidak ada penegakan hukum yang tegas terhadap pelanggaran aturan perlindungan konsumen, maka penjual atau pengecer yang tidak etis mungkin merasa bahwa mereka bisa mengabaikan aturan tersebut tanpa konsekuensi. Kurangnya penindakan hukum dapat melemahkan efektivitas aturan tersebut.
2. **Kompleksitas Aturan yang Tinggi:** Aturan perlindungan konsumen dan kebijakan *marketplace* yang terlalu kompleks atau ambigu dapat membuat sulit bagi konsumen untuk memahami hak dan kewajiban mereka, dan bagi penjual untuk mematuhi aturan tersebut. Ini bisa menyebabkan kebingungan dan ketidakpastian.
3. **Ketidakmampuan Identifikasi Produk Palsu:** Jika *marketplace* tidak memiliki sistem yang efektif untuk mengidentifikasi dan menghapus produk palsu atau ilegal, maka konsumen dapat terkena risiko membeli barang palsu atau berbahaya. Hal ini dapat merusak reputasi *marketplace* dan mengurangi kepercayaan konsumen.

4. **Ketidaksetaraan Kekuasaan:** Beberapa *marketplace* mungkin memiliki hubungan yang tidak seimbang antara konsumen, penjual, dan *platform*. Jika penjual memiliki kekuatan lebih besar atau lebih banyak sumber daya daripada konsumen, mereka mungkin dapat menghindari pertanggungjawaban atau menekan konsumen, sehingga melanggar aturan perlindungan konsumen.
5. **Tidak Memprioritaskan Privasi Konsumen:** Jika *marketplace* tidak memprioritaskan privasi konsumen dan tidak melindungi data pribadi mereka, konsumen mungkin merasa tidak aman untuk berbelanja atau bertransaksi di *platform* tersebut. Ini dapat mengurangi partisipasi konsumen dan merusak reputasi *marketplace*.
6. **Kurangnya Kerjasama Dengan Pihak Eksternal:** *Marketplace* yang tidak bekerja sama dengan badan regulasi, pihak berwenang, atau pemilik mereka mungkin menghadapi kendala dalam mengatasi pelanggaran. Kerjasama dengan pihak eksternal penting untuk penegakan hukum yang efektif.
7. **Pengabaian Terhadap Umpan Balik Konsumen:** Jika *marketplace* tidak merespons umpan balik konsumen atau keluhan dengan cepat dan efektif, maka konsumen mungkin merasa diabaikan dan tidak dihargai. Ini dapat merusak reputasi *marketplace* dan menyebabkan kehilangan kepercayaan.
8. **Pemalsuan atau Manipulasi Ulasan :** Ketika ulasan produk atau penjual dapat dengan mudah dimanipulasi atau dipalsukan, konsumen mungkin tidak dapat mengandalkan ulasan sebagai panduan pembelian yang akurat. Hal ini dapat mengganggu keputusan pembelian dan mempengaruhi efektivitas perlindungan konsumen.

Untuk meningkatkan efektivitas penerapan aturan perlindungan konsumen dan *marketplace*, penting untuk mengatasi faktor-faktor ini dengan penegakan hukum yang kuat, kebijakan yang jelas, kerjasama dengan pihak berwenang, dan komunikasi yang terbuka dengan konsumen.

Faktor Regulasi yang merupakan faktor normatif dalam pengaturan perlindungan hukum sangat mempengaruhi aspek perlindungan hukum yang seimbang pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Penegakan hukum dalam memberikan perlindungan hukum yang seimbang dalam hubungan dengan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* pada transaksi jual beli menghadapi beberapa kendala. Beberapa kendala tersebut antara lain :

- a. **Masalah penegakan hukum internasional.** Terakhir, masalah penegakan hukum internasional dapat menjadi kendala dalam perlindungan hukum di bidang transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Setiap negara memiliki peraturan dan kebijakan yang berbeda terkait dengan transaksi perdagangan pada *platform marketplace* dan penegakan hukum di luar negeri dapat memakan waktu dan biaya yang besar. Hal ini dapat menyulitkan proses penyelesaian sengketa, terutama jika melibatkan pelaku usaha, konsumen, atau *marketplace* dari negara yang berbeda, sebagai contoh kasus sengketa internasional, seperti :

- Penyelesaian sengketa dagang internasional antara konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace*. Contoh kasus sengketa dagang internasional yang melibatkan pihak-pihak dari 2 (dua) negara yang berbeda, yang memicu masalah penerapan hukum negara dan cara eksekusi ganti rugi lintas negara.
- Penyelesaian Sengketa *e-commerce*: Sengketa *e-commerce* yang timbul akibat perbuatan hukum dalam *e-contract* dapat diselesaikan melalui *Online Dispute Resolution (ODR)*. ODR ini menggunakan fasilitas internet untuk menyelesaikan sengketa-sengketa terkait aktifitas *e-commerce* internasional, terutama sengketa-sengketa yang bernilai kecil.⁶
- Penyelesaian sengketa dalam PMSE, contoh aplikasi seperti Shopee dan Traveloka yang memilih Hukum Singapura sebagai pilihan hukum dalam hal terjadi sengketa. Hal ini menunjukkan bagaimana pilihan hukum dapat dipilih dalam menyelesaikan sengketa *e-commerce* internasional. Dalam praktiknya banyak *platform* Indonesia yang transaksinya dilakukan oleh Pelaku Usaha dan Konsumen dalam negeri namun syarat dan ketentuan (*terms & condition*) sehubungan dengan pilihan hukum (*choice of law*) justru memilih hukum asing dalam hal terjadi sengketa. Berbeda dengan pilihan forum (*choice of jurisdiction*) yang memberikan kebebasan bagi para pihak untuk menentukannya, dalam UU Nomor 11 Tahun 2008 sebagaimana yang diubah dengan UU Nomor 1 Tahun 2024 dan PP Nomor 80 Tahun 2019 pilihan hukum (*choice of law*) hanya dapat dilakukan dalam kontrak bilamana di dalamnya terdapat unsur asing dan penerapannya harus sejalan dengan Hukum Perdata Internasional (HPI). Sedangkan bila para pihak tidak menentukan pilihan forum (*choice of jurisdiction*), maka penetapan kewenangan pengadilan, arbitrase, atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya yang berwenang menangani sengketa yang mungkin timbul dari transaksi tersebut, didasarkan pada asas Hukum Perdata Internasional.⁷
- Penyelesaian Sengketa Wanprestasi dalam Perspektif Hukum Internasional, dimana terdapat penyelesaian sengketa secara *online* melalui ODR.⁸ Hal ini terlihat pada contoh kasus *Square Trade* melakukan mediasi dalam sengketa antara konsumen dengan *eBay*

⁶ Trivena Gabriela Miracle Tumbel, Emma V.T. Senewe dan Donna O. Setiabudhi, "Perlindungan Konsumen Jual Beli Online Dalam Era Digital 4.0," *Jurnal Et Societatis* VIII, no. 3 (Juli-September 2020): 104.

⁷ Muhamad Ali Hasan, "Penyelesaian Sengketa dalam PMSE", Diakses pada tanggal 1 Agustus 2024 Pukul 08.50 WIB., <https://www.hukumonline.com/>.

⁸ Aashit Shah, *Using ADR To Solve Online Disputes* (Spring: Richmond Journal of Law and Technology, Spring, 2004): 14.

- Seorang konsumen yang mengalami kebingungan sekali ketika ia mengetahui bau lapuk yang sangat tajam dari kulit kursi yang ia beli dari *website eBay*. Dalam waktu satu minggu *eBuy* mengirim kepada pembeli check sebesar \$150 untuk biaya pembersihan kursi tersebut. Pada kasus Square Trade, penyelesaian sengketa ditangani dengan pemberian ganti rugi sebagai akibat adanya wanprestasi dari pihak penjual. Pemberian jumlah kerugian tentunya harus berdasarkan pada kesepakatan atau diterima oleh pihak pembeli yang dirugikan. Penyelesaian sengketa berdasarkan contoh kasus tersebut dilakukan melalui jalur non litigasi. Adanya kebebasan bagi para pihak untuk menentukan sendiri forum apa yang mereka gunakan untuk menyelesaikan sengketa mereka. Jalur non litigasi yang dipilih oleh para pihak dikarenakan jalur ini dianggap cukup cepat untuk menyelesaikan sengketa, tidak berbelit-belit dan tidak terpublikasi. Adanya ketentuan penyelesaian sengketa mengenai pilihan forum dan pilihan hukum di dalam kontrak yang mereka ajukan sebagai bentuk antisipasi yang dilakukan oleh pihak pelaku usaha. Hal ini dikarenakan *e-commerce* adalah suatu transaksi perdagangan yang dilakukan secara *online*, dimana penyelesaian sengketa dilakukan dengan melalui *Online Dispute Resolution (ODR)* dapat dijadikan sebagai *alternative* baru untuk menyelesaikan kasus/ sengketa dalam *e-commerce*. Adanya Mediasi, Negosiasi dan Arbitrase yang dapat dilakukan secara *online*. ODR yang telah ada antara lain *Dispute Manager, WebMediate and Square Trade, Online Arbitration*, seperti *American Arbitration Association, Virtual Magistrate (VMAG), Nova Forum, Private Judge* dan *Chartered Institute of Arbitration (CIA)*.⁹

b. Masih terdapat beberapa kelemahan pada aturan perlindungan konsumen, seperti :

- **Beberapa Kelemahan dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen:**

⁹ Liza Roihanah (2008), "Wanprestasi dan Penyelesaian Sengketa Transaksi Perdagangan Melalui Internet Business To Consumer (B2C)" (Tesis Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia hlm. 123.

- Kelemahan dari keberlakuan UUPK, antara lain seperti dalam mengatasi permasalahan di bidang pelayanan umum, seperti bidang industri pangan, transportasi umum, komunikasi, perbankan, perhubungan, dan lain-lain. Masih banyak kita temukan gugatan yang dilakukan oleh konsumen, baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama (*class action*) kepada pengusaha karena hak-hak konsumen dirugikan. Hal ini menunjukkan masih terjadinya ketidakserasian antara kenyataan yang ada dan hal ideal yang dicita-citakan untuk melindungi konsumen. Hal ini terlihat pada permohonan perkara pengujian Undang-Undang Nomor Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 pada perkara konstitusi yang diajukan oleh Zico Leonard Djagardo Simanjuntak tertanggal 3 Februari 2022. Pemohon telah mengajukan permohonan bertanggal 3 Februari 2022 yang diterima di Kepaniteraan Mahkamah Konstitusi (selanjutnya disebut Kepaniteraan Mahkamah) pada tanggal 4 Februari 2022 berdasarkan Akta 2 Pengajuan Permohonan Pemohon Nomor 18/PUU/PAN.MK/AP3/02/2022 dan telah dicatat dalam Buku Registrasi Perkara Konstitusi Elektronik (e-BRPK) dengan Nomor 23/PUU-XX/2022 pada tanggal 23 Februari 2022, yang telah diperbaiki dan diterima Kepaniteraan Mahkamah Agung pada tanggal 28 Maret 2022. Pemohon memohon untuk melakukan pengujian Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, maka

Mahkamah Konstitusi berwenang untuk menerima, memeriksa dan mengadili permohonan ini. Pemohon dalam kedudukan hukum (*Legal Standing*) dan kerugian konstitusional, dimana pemohon telah dirugikan oleh suatu Undang-Undang yang diuji.

Konsumen dalam hal ini yang disebut sebagai pembeli harus lebih memahami mengenai syarat sahnya perjanjian dan memahami tentang klausula baku yang diberlakukan oleh penjual demi menghindari kerugian yang disebabkan oleh tindak kelalaian yang dilakukan oleh pelaku usaha sebagai penjual dalam transaksi jual beli melalui *e-commerce*. Dalam permasalahan tersebut kedudukan pelaku usaha dan konsumen cenderung tidak seimbang, sehingga konsumen selalu berada dalam posisi yang lemah. Kondisi demikian pada satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis kualitas barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen. Di sisi lain, kondisi tersebut dapat mengakibatkan konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui promosi, cara penjualan dan penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen.¹⁰

¹⁰ Arrista Trimaya, "Optimalisasi Pemberdayaan Konsumen Melalui Pembaharuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen", *Jurnal Rechtsvinding Online (Media Pembinaan Hukum Nasional)*, ISSN : 2089 – 9009 (2016): 2.

- Perlindungan konsumen juga dituntut dengan adanya globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika, yang telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa melintasi batas-batas wilayah suatu negara, sehingga barang dan/jasa yang ditawarkan bervariasi, baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri. Bertepatan dengan ASEAN *Economic Community* (AEC) yang diberlakukan pada akhir tahun 2015, dapat dijadikan sarana untuk mewujudkan persaingan usaha yang sehat secara keseluruhan di kawasan ASEAN pada khususnya dan di pasar dunia pada umumnya. Negara ASEAN akan menjadi pasar tunggal dan berbasis produksi tunggal dimana terjadi arus barang, jasa, investasi, tenaga terampil, dan arus modal yang lebih bebas.

Dengan terbentuknya pasar tunggal yang bebas tersebut membuka peluang Indonesia untuk meningkatkan daya saingnya di kawasan ASEAN. Untuk itu, harus ada kesiapan Pemerintah dalam memproteksi masuknya arus bebas barang dan jasa dari negara lain. Dalam hal ini konsumen juga harus mendapatkan pemahaman dan pemberdayaan secara optimal mengenai tata cara pemilihan produk barang dan jasa yang baik dan benar.¹¹

- Keberadaan UUPK belum mampu menjawab semua permasalahan terkait konsumen, terutama dalam hal perlindungan terhadap keamanan dan

¹¹ *Ibid.*

keselamatan konsumen. Penyebab kelemahan UUPK dapat dilihat dari Undang-Undang itu sendiri, penegakan hukum, sarana dan prasarana pendukung dan budaya hukum di masyarakat.

- Ketentuan dalam UUPK masih mempunyai kelemahan dalam perumusannya, sehingga menimbulkan multiinterpretasi. Bahkan, terjadi tumpang tindih pengaturan materi muatan antara satu pasal dengan pasal lainnya. Beberapa kelemahan tersebut, diantaranya : Salah satunya dapat dilihat dari pengaturan mengenai klausula baku yang tidak jelas, sehingga perlu penjelasan mengenai apa yang dimaksud dengan klausula baku dan apa batasan dari kriteria baku tersebut. Misalnya apakah rumusan “barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan” dapat dikategorikan menjadi klausula baku atau tidak sesuai dengan UUPK;¹² Materi muatan yang bertentangan misalnya, ketentuan Pasal 56 ayat (2) mengenai putusan BPSK yang masih bisa diajukan keberatan ke Pengadilan Tinggi padahal dalam Pasal 54 ayat (1) dan (3) disebutkan bahwa untuk menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen, BPSK membentuk majelis dan putusan majelis bersifat final dan mengikat.¹³ Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti.

¹² Pasal 18 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

¹³ Arrista Trimaya, *op. cit.* hlm. 3.

- Kelemahan lain yang ditemukan dalam efektivitas pelaksanaan UUPK terkait dengan aspek penerapan hukumnya. Hal ini dapat dilihat dari kurangnya jumlah penegak hukum yang akan melakukan eksekusi terhadap pelanggaran yang dialami oleh konsumen dan dampaknya terhadap produsen yang melakukan ekspor terhadap produk yang dihasilkan. Penegak hukum yang berasal dari BPSK sebagaimana telah diatur dalam ketentuan Pasal 52 UUPK hingga saat ini belum terbentuk di setiap provinsi, akibatnya jika timbul sengketa konsumen masih diselesaikan melalui pengadilan negeri bukan diselesaikan melalui BPSK. Meskipun suatu Undang-Undang dibuat selengkap mungkin tetapi jika tidak ada sarana dan prasarana yang mendukung untuk pelaksanaannya, maka Undang-Undang tersebut tidak akan efektif dalam perberlakuannya.

2. Faktor Aparat Penegak Hukum

Kompetensi dan pemahaman aparat penegak hukum terhadap peraturan di bidang perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* pada transaksi jual beli di *platform marketplace* memainkan peranan yang sangat penting, untuk membantu suatu peraturan di bidang perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* agar terlaksana dengan baik. Untuk itu,

kompetensi dan pemahaman aparat penegak hukum terhadap aturan perlindungan konsumen perlu lebih ditingkatkan dan lebih disosialisasikan lagi, sehingga penerapan aturan pada penyelesaian sengketa konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* menjadi lebih efektif.

Dalam pemberlakuan suatu aturan, faktor kompetensi dan pemahaman petugas terhadap aturan beserta perubahannya. Cakupan petugas di sini bukan hanya aparat penegak hukum sebagaimana yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Acara Pidana (KUHAP), dimana yang dimaksud dengan penegak hukum terdiri dari seperti Penyelidik, yaitu Pejabat Kepolisian, Jaksa sebagai Penuntut Umum, Hakim dan Penasehat Hukum tetapi juga petugas dalam suatu Instansi, Badan dll, seperti petugas BPSK, BPKN, YLKI dll. Dengan adanya petugas yang memiliki kompetensi dan pemahaman yang komprehensif terhadap suatu aturan, diharapkan penerapan dan pemberlakuan suatu hukum dapat berjalan dengan lancar dan adil. Tanpa adanya sarana dan fasilitas tertentu, maka tidak mungkin penegakan hukum akan langsung dengan lancar.

Pembuktian perkara dalam sengketa konsumen dapat menjadi tantangan karena beberapa alasan. Berikut adalah beberapa kendala yang mungkin dihadapi :

- **Kesulitan dalam Mengumpulkan Bukti** : Dalam banyak kasus, konsumen mungkin memiliki kesulitan dalam mengumpulkan bukti yang cukup untuk membuktikan perkara mereka. Bukti bisa berupa *e-mail*, *chat*, atau dokumen lainnya yang menunjukkan perilaku atau pernyataan pihak lain. Jika bukti tidak ada atau kurang jelas, pembuktian perkara bisa menjadi tantangan.
- **Kesulitan dalam Memahami Hukum** : Sengketa konsumen seringkali melibatkan hukum yang kompleks dan sulit dipahami. Konsumen mungkin tidak memahami hak dan kewajiban mereka atau pihak lain, yang bisa menjadi tantangan dalam mempersiapkan dan melakukan pembuktian perkara.
- **Kesulitan dalam Mengakses Hak dan Kewajiban** : Dalam beberapa kasus, konsumen mungkin memiliki kesulitan dalam mengakses hak dan kewajiban mereka. Misalnya, jika mereka tidak memiliki dukungan hukum atau jika pihak lain melakukan tindakan yang mencegah mereka mengakses hak dan kewajiban mereka.
- **Masalah bukti elektronik** : Masalah bukti elektronik juga menjadi kendala dalam penegakan hukum di bidang transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Dalam kasus hukum yang melibatkan *platform marketplace*, bukti elektronik seperti *e-mail*, pesan teks dan transaksi digital sering kali menjadi bukti yang penting untuk menyelesaikan sengketa hukum pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Bukti tersebut sulit untuk dikumpulkan dan diakui sebagai bukti yang sah dalam kasus hukum. Selain itu, terkadang sulit untuk memastikan keabsahan bukti elektronik tersebut dan mudah untuk dipalsukan. Keabsahan bukti elektronik dapat menjadi isu yang rumit karena sulit untuk

memastikan keaslian dan integritas bukti elektronik dan seringkali bukti elektronik tersebut dapat diubah atau dihapus. Untuk mengatasi masalah ini, dibutuhkan adanya protokol dan standar yang lebih jelas mengenai bukti elektronik. Masalah bukti elektronik transaksi jual beli melalui *platform marketplace* seringkali dilakukan secara digital, sehingga sulit untuk menyimpan bukti fisik seperti yang dilakukan pada transaksi bisnis konvensional. Oleh karena itu, keabsahan dan keandalan bukti elektronik menjadi sangat penting.

- **Masalah teknis.** Masalah teknis seperti serangan siber, *hacking* atau penggunaan teknologi yang salah. Masalah teknis ini dapat menyebabkan kerusakan pada *platform marketplace*, sehingga menghambat kemampuan untuk melacak transaksi dan menemukan bukti untuk menyelesaikan sengketa. Selain itu, terkadang sulit untuk menentukan apakah pelaku usaha, *marketplace*, atau konsumen yang bertanggung jawab atas masalah teknis ini. Dalam hal ini, pihak yang bertanggung jawab perlu ditentukan agar masalah dapat diselesaikan secara efektif.
- **Aspek yurisdiksi.** Salah satu kendala terbesar dalam penegakan hukum pada transaksi jual beli pada *platform marketplace* adalah masalah yurisdiksi. Masalah yurisdiksi sering kali merupakan permasalahan yang kompleks dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

Hal ini terjadi karena transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dapat melibatkan pelaku usaha dan konsumen dari negara yang berbeda dari berbagai negara. Penentuan yurisdiksi menjadi sangat penting karena setiap negara memiliki undang-undang yang berbeda, sehingga menentukan yurisdiksi yang tepat dapat mempengaruhi hasil dari sengketa hukum. Oleh karena itu, menentukan yurisdiksi yang tepat dan berlaku pada kasus tertentu menjadi sulit dan memakan waktu yang lama. Masalah yang timbul di sini adalah menentukan yurisdiksi mana yang berlaku pada kasus di sini adalah menentukan yurisdiksi mana yang berlaku pada kasus tertentu, apakah yurisdiksi pengadilan di negara penjual, pembeli, atau *marketplace* ketika terjadi sengketa lintas negara. Dalam kasus seperti ini, seringkali terdapat perbedaan dalam hukum yang berlaku di negara masing-masing, sehingga sulit untuk menentukan hukum mana yang harus diterapkan pada kasus tersebut.

Selain itu, hukum dan peraturan antar negara mengenai transaksi jual beli pada *platform marketplace* juga belum sepenuhnya terstruktur, sehingga hal ini dapat memperlambat proses penyelesaian sengketa. Untuk mengatasi kendala ini, konsumen bisa mencari bantuan dari pengacara atau organisasi konsumen. organisasi konsumen. Pengacara dapat membantu mereka memahami hukum dan mengumpulkan bukti yang diperlukan. Organisasi konsumen ini bisa memberikan dukungan dan bantuan hukum gratis atau murah.

3. Faktor Masyarakat

Faktor Masyarakat memegang peranan yang penting dalam mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang berdasarkan Kepastian Hukum dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Edukasi terkait aspek perlindungan konsumen kepada masyarakat sangatlah perlu terus dilakukan secara berkala. Menanamkan kesadaran akan arti pentingnya edukasi perlindungan bagi masyarakat sangatlah perlu. Disinilah dituntut peran dari Lembaga/Instansi terkait untuk melakukan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat, seperti peranan dari Badan Perlindungan Konsumen Nasional dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, seperti Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia dalam menyebarkan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen dan menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.

Ketidaksetaraan informasi antara konsumen dan pelaku usaha dapat menjadi kendala dalam perlindungan hukum di bidang perdagangan *online* melalui *platform marketplace*. Konsumen sering kali memiliki informasi yang terbatas tentang produk atau layanan yang mereka beli, sedangkan pelaku usaha memiliki akses ke informasi yang lebih lengkap tentang produk atau layanan mereka. Hal ini dapat menyebabkan konsumen membeli produk yang tidak sesuai dengan kebutuhan mereka, atau terlibat dalam praktik penipuan atau penjualan yang menyesatkan. Oleh karena itu, perlu adanya pengaturan yang lebih

jelas mengenai hak konsumen, termasuk hak untuk memperoleh informasi yang cukup tentang produk atau layanan yang mereka beli.

Ketidaksetaraan informasi antara konsumen dan pelaku usaha dapat menjadi kendala dalam perlindungan hukum di bidang perdagangan *online* melalui *platform marketplace*. Konsumen sering kali memiliki informasi yang terbatas tentang produk atau layanan yang mereka beli, sedangkan pelaku usaha memiliki akses ke informasi yang lebih lengkap tentang produk atau layanan mereka. Hal ini dapat menyebabkan konsumen membeli produk yang tidak sesuai dengan kebutuhan mereka, atau terlibat dalam praktik penipuan atau penjualan yang menyesatkan. Oleh karena itu, perlu adanya pengaturan yang lebih jelas mengenai hak konsumen, termasuk hak untuk memperoleh informasi yang cukup tentang produk atau layanan yang mereka beli.

Adapun faktor masyarakat yang menjadi kendala dalam perlindungan konsumen meliputi :

- a. Ketidak-jujuran Pelaku Usaha : Pelaku usaha yang tidak jujur terkait produk yang mereka jual dapat menimbulkan masalah bagi konsumen. Misalnya, produk yang dijual tidak sesuai dengan deskripsi atau kualitas yang dijanjikan.
- b. Ketidaksesuaian Produk : Ketidaksesuaian antara produk yang dipesan dengan yang diterima oleh konsumen, seperti ukuran, warna, corak, kualitas jahitan benang, atau no. seri yang berbeda, dapat menyebabkan kerugian pada konsumen.

- c. Ketidapahaman Konsumen : Konsumen yang tidak membaca dan memahami deskripsi produk secara keseluruhan dapat menyebabkan kesalahpahaman antara pelaku usaha dengan konsumen. Hal ini dapat mengakibatkan konsumen merasa produk yang diterima tidak sesuai dengan ekspektasi mereka.
- d. Proses Pengembalian Barang/Uang : Proses pengembalian barang atau uang yang tidak mudah dan memakan waktu lama dapat menghambat konsumen dalam menyelesaikan masalah ketidaksesuaian pesanan.
- e. Penjelasan Syarat dan Ketentuan yang Kurang Lengkap : Penjelasan yang kurang lengkap mengenai syarat dan ketentuan untuk melakukan pengembalian barang atau uang dapat menghambat konsumen dalam memahami prosedur yang harus dilakukan.

Masih banyak juga konsumen yang takut untuk belanja online. Dikarenakan Indonesia masih minim dengan masalah keamanannya. Faktor yang tertinggi saat ini adalah takut terjadinya penipuan. Seperti penipuan pembayaran, penipuan dengan menggunakan akun nakal, serta pengambilalihan akun. Sebuah Riset dari Comscore, perusahaan analisis media, menyimpulkan: ¹⁴

- 2 dari 3 pembeli memperhitungkan ongkos kirim yang paling ekonomis.
- 1 dari 3 orang bahkan memilih untuk membayar lebih, selama mereka bisa menerima barang lebih cepat.
- 46% pembeli menyatakan akan merekomendasikan suatu toko *online* jika barang yang mereka pesan tiba tepat waktu.

¹⁴ Kominfo, "Sistem e-Commerce dan Perlindungan Konsumen", *loc. cit.*

4. Faktor Sarana dan Fasilitas Pendukung

Sarana dan fasilitas pendukung memainkan peranan penting. Sarana atau fasilitas tersebut antara lain yaitu mencakup tenaga manusia yang berpendidikan dan terampil, organisasi yang baik, peralatan yang memadai, keuangan yang cukup dan seterusnya. Kalau hal-hal itu tidak terpenuhi, maka mustahil penegakan hukum akan dapat tercapai tujuannya. Suatu masalah yang erat hubungannya dengan sarana dan fasilitas adalah soal efektivitas dari sanksi negatif yang diancamkan terhadap peristiwa-peristiwa pidana tertentu.

Tujuan dari adanya sanksi-sanksi tersebut adalah agar dapat mempunyai efek yang menakutkan terhadap pelanggar-pelanggar potensial maupun yang pernah dijatuhi hukuman karena pernah melanggar. Sanksi negatif yang relatif berat atau diperberat saja, bukan merupakan sarana yang efektif untuk dapat mengendalikan kejahatan maupun penyimpangan lain. Tapi, sarana ekonomis ataupun biaya daripada pelaksanaan sanksi-sanksi negatif diperhitungkan, dengan berpegang dengan cara yang lebih efektif dan efisien, sehingga biaya dapat ditekan di dalam program-program pemberantasan kejahatan jangka panjang.

5. Faktor Kebudayaan

Sebagai suatu sistem, maka hukum mencakup struktur, substansi dan kebudayaan. Struktur mencakup wadah ataupun bentuk dari sistem tersebut yang umpamanya mencakup tatanan lembaga-lembaga hukum formal, hubungan antara lembaga-lembaga tersebut, hak-hak dan kewajiban dan seterusnya. Substansi

mencakup isi norma hukum beserta perumusannya maupun acara untuk menegakkannya yang berlaku bagi pelaksana hukum maupun pencari keadilan. Kebudayaan (sistem) hukum pada dasarnya mencakup nilai-nilai yang mana merupakan konsep-konsep abstrak mengenai apa yang dianggap baik (sehingga dianut) dan apa yang dianggap buruk (sehingga harus dihindari).

Apabila dalam penegakan hukum cenderung pada nilai kepastian hukum atau dari sudut peraturannya, maka sebagai nilai telah menggeser nilai keadilan dan kegunaan. Hal ini dikarenakan, di dalam kepastian hukum yang terpenting adalah peraturan itu sendiri sesuai dengan apa hukum atau dari sudut peraturannya, maka sebagai nilai telah menggeser nilai keadilan dan kegunaan. Hal ini dikarenakan, di dalam kepastian hukum yang terpenting adalah peraturan itu sendiri sesuai dengan apa yang dirumuskan. Begitu juga ketika nilai kegunaan lebih diutamakan, maka nilai kegunaan akan menggeser nilai kepastian hukum maupun nilai keadilan karena yang penting bagi nilai kegunaan adalah kenyataan apakah hukum tersebut berguna bagi masyarakat. Demikian juga, ketika yang diperhatikan hanya nilai keadilan, maka akan menggeser nilai kepastian hukum dan kegunaan, sehingga, dalam penegakan hukum harus ada keseimbangan antara ketiga nilai tersebut.¹⁵

¹⁵ LBH Perjuangan, "Penegakan Hukum Yang Menjamin Keadilan, Kepastian Hukum Dan Kemanfaatan (Studi Kasus : Kasus Mbah Minah)", Diakses pada tanggal 3 Februari 2010 Pukul 21.30 WIB., <http://lbhperjuangan.blogspot.com/2010/10/penegakan-hukum-yang-menjamin-keadilan.html>.

Penegakan hukum dapat menjamin kepastian hukum, ketertiban dan perlindungan hukum pada era modernisasi dan globalisasi saat ini dapat terlaksana dengan baik, apabila berbagai dimensi kehidupan hukum selalu menjaga keselarasan, keseimbangan dan keserasian antara moralitas sipil yang didasarkan oleh nilai-nilai aktual di dalam masyarakat beradab. Sebagai proses kegiatan yang meliputi beberapa pihak yaitu termasuk masyarakat dalam rangka pencapaian tujuan yaitu keharusan untuk melihat penegakan hukum pidana sebagai suatu sistem peradilan pidana.

Dengan mematuhi serta menegakan hukum secara baik, maka dapat menciptakan ketertiban dan keteraturan masyarakat. Sesuatu dikatakan tertib jika aturan yang mengharuskan segala sesuatu supaya berjalan sejalan agar tidak berantakan dan teratur, sedangkan Keteraturan masyarakat / keteraturan sosial adalah suatu keadaan dimana hubungan-hubungan sosial antara anggota masyarakat berlangsung selaras, serasi dan harmonis sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku di masyarakat.

Seyogyanya hukum yang diberlakukan mencerminkan nilai-nilai hidup dalam masyarakat yang mempunyai kekuatan berlaku secara yuridis, sosiologis dan filosofis, sehingga tidak bertentangan dengan nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat. Dimana yang dimaksud dengan nilai-nilai (*value*) yang hidup dalam masyarakat ialah sesuatu yang berguna dan baik yang dalam masyarakat, ialah sesuatu yang berguna dan baik yang dicita-citakan dan dianggap penting oleh masyarakat. Nilai-nilai yang hendak diwujudkan masyarakat seperti kebaikan, kebenaran, keindahan kemanfaatan, kesopanan, ketertiban,

keamanan dan sebagainya. Agar nilai-nilai di dalam masyarakat bisa terwujud, masyarakat membuat norma-norma. Seketika pemberlakuan suatu hukum dinilai tidak efektif, maka untuk itu perlu dibuat hukum yang dicita-citakan dalam pergaulan hidup negara (*Ius Constituendum*), tetapi belum dibentuk menjadi undang-undang atau ketentuan lain. Hukum yang dicita-citakan dalam pergaulan hidup negara (*Ius Constituendum*). Fungsi norma di sini adalah mengatur hubungan antara sesama manusia supaya bertujuan tercipta ketertiban dalam masyarakat dan untuk menghindari konflik. Peranan norma disinilah yang merupakan peranan hukum dalam sistem sosial. Untuk itu perlu ditanamkan kesadaran hukum bermasyarakat di dalam suatu sistem sosial.

Kebudayaan memiliki fungsi yang sangat besar bagi masyarakat dan manusia. Masyarakat memiliki kebutuhan dalam bidang materiil dan spiritual. Untuk memenuhi kebutuhannya sebagian besar dipenuhi kebudayaan yang bersumber pada masyarakat itu sendiri. Tapi kemampuan manusia sangat terbatas, dengan demikian kemampuan kebudayaan yang merupakan hasil ciptaannya juga terbatas dalam memenuhi segala kebutuhan. Sekalipun masyarakat mempunyai kebudayaan yang berbeda antara satu dengan lainnya, namun setiap kebudayaan memiliki sifat hakikat yang berlaku umum bagi semua kebudayaan dimana pun juga. Faktor budaya yang menghambat mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* mencakup berbagai aspek yang mempengaruhi interaksi dan kepercayaan antara konsumen, pelaku usaha, dan pihak terkait lainnya dalam transaksi *online*.

Berikut adalah beberapa kendala yang terkait dengan faktor budaya:

- a. Pemahaman Hukum : Kurangnya pemahaman hukum konsumen tentang hak dan kewajiban mereka dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dapat menghambat mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang. Hal ini dapat disebabkan oleh kurangnya pendidikan atau informasi tentang hukum konsumen atau karena kurangnya kesadaran terhadap pentingnya perlindungan hukum dalam konteks digital.
- b. Ketidakpercayaan terhadap Teknologi: Ketidakpercayaan terhadap teknologi pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, termasuk sistem pembayaran *online* dan sistem manajemen pelanggan, dapat mengurangi keinginan konsumen untuk bertransaksi secara *online*. Ini dapat mengurangi kemampuan mereka untuk melindungi diri mereka sendiri atau untuk menuntut perlindungan hukum.
- c. Kesadaran terhadap Risiko: Kurangnya kesadaran konsumen tentang risiko yang terkait dengan transaksi *online*, seperti risiko penipuan atau risiko kehilangan data pribadi, dapat menghambat mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang. Ketidakpercayaan ini dapat mengurangi kemampuan konsumen untuk memahami dan menuntut hak-hak mereka. Apalagi jika hak yang akan dituntut nilai nominal kerugiannya kecil, terkadang konsumen berpikir panjang untuk menempuh proses hukum karena mempertimbangkan kerugian yang diderita tidak sebanding dengan biaya yang dikeluarkan jika menempuh proses hukum, seperti biaya pengacara, dan biaya operasional lainnya yang mungkin timbul.

- d. Pengaruh Sosial dan Budaya: Pengaruh sosial dan budaya dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk berbelanja secara *online*. Misalnya, jika transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dianggap tidak aman atau tidak etis dalam suatu budaya, ini dapat mengurangi minat konsumen untuk berpartisipasi dalam transaksi tersebut.
- e. Penggunaan Bahasa: Keterbatasan dalam penggunaan bahasa yang tepat dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, terutama dalam ketentuan layanan dan istilah hukum, dapat menjadi hambatan. Jika konsumen mengalami kesulitan dalam memahami ketentuan layanan atau istilah hukum yang digunakan, ini dapat mengurangi kemampuan mereka untuk melindungi diri mereka sendiri atau untuk menuntut perlindungan hukum. Untuk mengatasi kendala ini, penting bagi pelaku usaha pada *platform marketplace* untuk memahami faktor-faktor budaya ini dan untuk menyediakan informasi yang jelas dan mudah dipahami kepada konsumen. Ini termasuk mempromosikan penggunaan bahasa yang tepat, menyediakan pendidikan tentang perlindungan hukum konsumen, dan menciptakan lingkungan yang aman dan mendukung bagi konsumen.

6. Faktor Sistem Penyelesaian Sengketa

Sistem Penyelesaian Sengketa yang efektif dan efisien sangat penting untuk memastikan perlindungan hukum yang berkepastian hukum. Sistem ini dapat membantu dalam menyelesaikan sengketa yang timbul dalam transaksi *online* dengan cepat dan efisien.

7. Faktor Koordinasi

Koordinasi antara pemerintah, pelaku usaha dan *marketplace* sangat penting untuk memastikan perlindungan hukum yang berkepastian hukum. Koordinasi ini dapat membantu dalam mengatur aturan-aturan dasar dan infrastruktur teknis yang mendukung realisasi pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Selain itu koordinasi antar Lembaga/Institusi/Badan dalam penyelesaian pengaduan dari pihak yang dirugikan, seperti koordinasi antara BPSK dengan Pihak Kepolisian dan Pengadilan atau antara BPKN dengan YLKI, dll.

8. Faktor Teknologi dan Sistem Informasi

Teknologi yang digunakan dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* harus memperhatikan aspek keandalan dan keamanan dan perlindungan data pribadi. Selain itu sistem teknologi yang digunakan haruslah dapat beroperasi sebagaimana mestinya. Dimana Sistem Elektronik memiliki kemampuan sesuai dengan spesifikasinya termasuk kemampuan Sistem Elektronik dalam mematuhi atau memenuhi kewajiban tata kelola penyelenggaraan Sistem Elektronik sebagaimana yang diatur dalam peraturan perundang-undangan. Contohnya penggunaan (*Secure Sockets Layer /SSL*) dan HTTPS dapat memastikan keamanan transaksi *online*. Sistem informasi yang efektif dan efisien untuk memastikan perlindungan hukum yang berkepastian hukum. Sistem ini dapat membantu dalam mengumpulkan dan mengolah data yang diperlukan untuk memastikan perlindungan hukum yang seimbang dan berkepastian hukum.

9. Faktor Pendidikan dan Kesadaran Masyarakat

Faktor pendidikan dan kesadaran masyarakat tentang hak-hak dan kewajiban dalam bertransaksi *online* sangat penting. Pendidikan ini dapat membantu masyarakat dalam memahami cara-cara yang benar dalam bertransaksi *online* dan menghindari risiko-risiko yang terkait dengan transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

10. Pengawasan terhadap pelaksanaan Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace*

Pengawasan terhadap pelaksanaan transaksi jual beli pada *platform marketplace* merupakan hal penting untuk melindungi konsumen dan memastikan produk yang dijual melalui *platform marketplace* memenuhi standar yang ditetapkan. Pengawasan terhadap transaksi jual beli pada *platform marketplace* termasuk dalam prioritas Strategi Nasional Perlindungan Konsumen. Sektor-sektor yang menjadi fokus pengawasan antara lain termasuk didalamnya sektor perdagangan elektronik.

Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) memiliki peran penting dalam pengawasan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* antara lain dengan melakukan penelitian terkait barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen, dan menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat dan lembaga lainnya. Ketua BPKN. Ardiansyah Parman menyebutkan perlunya penguatan terhadap UUPK tentang Perlindungan Konsumen agar dapat mengakomodasi dinamika

perdagangan dan ekonomi global. Dalam rangka menjaga pengawasan terhadap pelaksanaan *platform marketplace*, pemerintah perlu bekerja sama dengan berbagai pihak terkait, termasuk Kementerian Perdagangan, Badan Perlindungan Konsumen dan lembaga terkait lainnya.

Untuk pengawasan yang efektif dan efisien sangat penting untuk memastikan perlindungan hukum yang berkepastian. Pengawasan ini dapat membantu dalam mengawasi pelaku usaha dan *marketplace* untuk memastikan bahwa mereka mematuhi aturan-aturan yang berlaku. Untuk mengawasi produk dalam bentuk transaksi jual beli pada *platform marketplace*, pemerintah membutuhkan aturan baru yang secara khusus mengatur hal tersebut. Saat ini, aturan yang ada hanya mengakomodasi pengawasan untuk barang-barang yang diperdagangkan secara fisik. Regulasi baru ini masih dalam tahap persiapan dan akan melalui koordinasi dengan Kementerian dan Lembaga terkait. Namun meskipun regulasi baru belum tersedia, pemerintah tetap melakukan pengawasan terhadap barang yang dijual melalui perdagangan elektronik. Pengawasan dilakukan dengan menelusuri temuan dari produk yang diterima oleh konsumen. Jika ditemukan barang yang tidak sesuai dengan standar, pemerintah akan melakukan penelusuran dari penjual hingga ke tingkat importir. Dalam hal ini, penguatan UUPK juga menjadi perhatian. Standar pemerintah akan melakukan penelusuran dari penjual hingga ke tingkat importir. Dalam hal ini, penguatan UUPK juga menjadi perhatian.

Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) adalah lembaga yang bertugas untuk melindungi dan mempromosikan hak konsumen. BPKN berfungsi sebagai pengawas dalam menegakkan kebijakan perlindungan konsumen dan memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam penyusunan kebijakan tersebut. BPKN juga bertugas melakukan penelitian dan pengkajian terkait peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen. Dengan adanya regulasi yang jelas dan pengawasan yang efektif, diharapkan pelaksanaan transaksi jual beli pada *platform marketplace* dapat berjalan dengan baik dan memberikan perlindungan yang memadai bagi konsumen. Dengan implementasi aturan hukum yang efektif dalam perlindungan hukum pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, diharapkan dapat menciptakan lingkungan yang aman dan terpercaya bagi konsumen serta mendorong pertumbuhan dan perkembangan sektor pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* secara berkelanjutan.¹⁶

Dari uraian tersebut, maka perlu dilakukan upaya-upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat secara berkesinambungan, meningkatkan pengawasan dan penegakan hukum dengan pemberian sanksi yang tegas.

¹⁶ M. Nurhadi Pratomo, "Pengawasan Produk di E-Commerce Butuh Regulasi Baru", Diakses pada tanggal 12 Desember 2017 Pukul 20.19 WIB., <https://www.ekonomi.bisnis.com/>

B. Mitigasi Risiko Transaksi Jual Beli pada *Platform Marketplace* Berdasarkan Asas Kepastian Hukum

Mitigasi Risiko sebagai suatu upaya yang meliputi tahapan identifikasi risiko terhadap eksposur risiko atau potensi risiko kerugian yang paling sering terjadi dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.¹⁷

Jenis mitigasi risiko terdiri dari upaya pencegahan baik melalui upaya *penal* maupun non *penal*. Apabila terjadi sengketa diselesaikan baik melalui jalur peradilan maupun non peradilan, seperti penyelesaian sengketa melalui jalur arbitrase atau melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).¹⁸ Masalah sistem keamanan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* yang ada diatasi dengan pengembangan sistem keamanan yang menggunakan algoritma keamanan langsung di dalam halaman *web*.¹⁹

Upaya perlindungan konsumen di Indonesia dapat dikelompokkan menjadi 2 (dua) kategori pencegahan utama: upaya *penal* dan non *penal*, yaitu:

1. **Upaya *penal*** adalah tindakan yang dilakukan oleh pemerintah atau lembaga penegak hukum untuk menegakkan. Ini melibatkan penegakan hukum yang bersifat sanksi atau hukuman bagi pelaku yang melakukan pelanggaran terhadap hak konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*.

¹⁷ Yudi Herdiana, *loc. cit.*

¹⁸ Rida Ista Sitepu dan Hana Muhamad, *loc. cit.*

¹⁹ A. A. K. Agung Cahyawan W. dkk., "Pengembangan Sistem Keamanan untuk E-Commerce", *Jurnal Merpati Jurusan Teknologi Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Udayana Bukit Jimbaran, Bali, Indonesia* 5, no. 1 (2017): 17.

2. Upaya *non penal* adalah serangkaian tindakan yang dilakukan untuk melindungi hak konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* tanpa menggunakan sanksi hukum. Tujuan utama dari upaya *non penal* adalah untuk mencegah pelanggaran hak konsumen dan meningkatkan kesadaran konsumen tentang hak dan kewajiban mereka, sehingga mengurangi kemungkinan terjadinya pelanggaran hak konsumen. Dengan demikian, upaya *non penal* memainkan peran penting dalam menjaga perlindungan konsumen di Indonesia.

Mitigasi risiko pada *e-commerce* melibatkan strategi dan langkah-langkah yang dilakukan oleh konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace* untuk mengurangi potensi kerugian dan meningkatkan keamanan transaksi *online*.

Berikut adalah beberapa strategi mitigasi risiko yang dapat diterapkan :

1. Identifikasi Risiko dan Mitigasi Risiko pada Konsumen

Pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* memunculkan berbagai potensi risiko yang berdampak pada kerugian yang dialami tidak hanya oleh konsumen, tetapi dapat juga dialami oleh pelaku usaha bahkan *marketplace*. Untuk itulah konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* sama-sama perlu dilindungi. Terhadap potensi risiko apa saja yang mungkin muncul dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace*, perlu dilakukan identifikasi risiko yang mungkin muncul baik pada konsumen, pelaku usaha dan bahkan *marketplace*.

Urgensi pentingnya perlunya perlindungan terhadap konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* karena diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen, antara lain seperti pencantuman klausula baku berupa *Terms & Conditions* antara lain sebagai berikut:²⁰

- Pada saat melakukan pembelian barang, konsumen menyetujui bahwa:
 - a. Konsumen bertanggung jawab untuk membaca, memahami, dan menyetujui informasi/deskripsi keseluruhan barang (termasuk didalamnya namun tidak terbatas pada warna, kualitas, fungsi dan lainnya) sebelum membuat tawaran atau komitmen untuk membeli.
 - b. Pengguna masuk ke dalam kontrak yang mengikat secara hukum untuk membeli barang ketika pengguna membeli suatu barang.
- Konsumen memahami sepenuhnya dan menyetujui bahwa segala transaksi yang dilakukan antara konsumen dan pelaku usaha selain melalui rekening resmi *marketplace* dan/atau tanpa sepengetahuan *marketplace* (melalui fasilitas/jaringan pribadi, pengiriman pesan, pengaturan transaksi khusus di luar situs *Marketplace* atau upaya lainnya) adalah merupakan tanggung jawab pribadi dari konsumen.
- Konsumen menyetujui untuk tidak memberitahukan atau menyerahkan bukti pembayaran dan/atau data pembayaran kepada pihak lain selain Tokopedia. Dalam hal terjadi kerugian akibat pemberitahuan atau penyerahan bukti pembayaran dan/atau data pembayaran oleh konsumen kepada pihak lain, maka hal tersebut akan menjadi tanggung jawab konsumen.

Perlindungan hukum terhadap konsumen dikarenakan konsumen berada pada posisi tawar yang lemah di dalam kontrak perdagangan *online*.

Hal ini terlihat dari data di bawah ini:

²⁰ Tokopedia, "*Terms & Conditions*,".

Grafik 1
Komoditas Pengaduan selama Tahun 2021

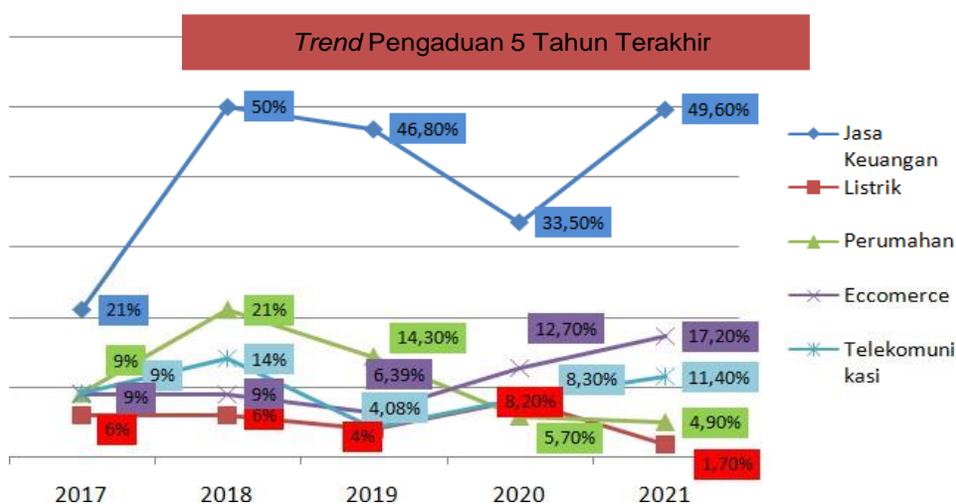


Sumber: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia

Keterangan:

Dari data di atas terlihat bahwa selama tahun 2021, diketahui bahwa komoditas pengaduan di bidang *e-commerce* berada di Grafik tertinggi kedua sebesar 17,2 %, diantara 5 (lima) komoditas lainnya, seperti jasa keuangan, telekomunikasi, perumahan dan listrik.

Grafik 2
Trend Pengaduan
(Selama Kurun Waktu Tahun 2017 – 2021)



Sumber: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia

Keterangan:

Dari data di atas terlihat bahwa selama kurun waktu 5 (lima) tahun, yaitu dari tahun 2017 - 2021, maka diketahui bahwa *trend* pengaduan terhadap *e-commerce* ke YLKI mengalami fluktuasi peningkatan. Dimana pada tahun 2017 pengaduan *e-commerce*, yang tadinya hanya sebesar 9% dan tetap sama pada tahun 2018, sempat mengalami penurunan di tahun 2019 menjadi sebesar 6,39%. Namun di tahun 2020 mengalami peningkatan pengaduan *e-commerce* menjadi sebesar 12,70% serta terus meningkat di tahun 2021 menjadi sebesar 17,20%. Hal ini dipicu akibat terjadinya pandemi Covid-19

Hal ini disebabkan karena pada transaksi *e-commerce* melalui *marketplace*, terdapat adanya kontrak digital, dimana kontrak digital ini ditentukan secara sepihak oleh pihak *marketplace*. Namun di sisi lain, kondisi tersebut dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang, sehingga konsumen berada pada posisi yang lemah. Konsumen dirasakan menjadi obyek aktivitas untuk meraup keuntungan sebesar-besarnya (*profit oriented*) oleh pelaku usaha. Terlebih lagi ketika pelaku usaha menggunakan prinsip ekonomi yakni mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin dengan modal yang seminimal mungkin. Prinsip ekonomi ini sangat berpotensi merugikan kepentingan konsumen.

Konsumen masih rentan terhadap pelanggaran hak dan selalu berada pada posisi yang dirugikan. Konsumen perlu dilindungi karena kedudukannya yang tidak seimbang dengan pelaku usaha.²¹ Kondisi ini seringkali dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dari konsumen. Dimana pelaku usaha terkadang melakukan berbagai tindakan yang dapat menyebabkan konsumen berada pada posisi tawar yang lemah, terutama dalam konteks *platform marketplace*. Beberapa contoh tindakan tersebut adalah:

²¹ Jamaluddin Mukhtar, dkk., *loc. cit.*

1. **Menawarkan Informasi Produk yang salah atau menyesatkan dan menawarkan produk yang tidak serta pembelian barang yang tidak sesuai dengan *platform marketplace*.** Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* banyak pelaku usaha yang menggunakan seluruh cara untuk memperoleh keuntungan lebih dengan modal yang dikeluarkan sedikit, dimana foto katalog tidak sesuai dengan kualitas barang atau barang yang dikirimkan kepada konsumen tidak selaras dengan foto yang tertera²². Pelaku usaha dapat membohongi konsumen dengan menyediakan informasi produk yang salah atau menyesatkan. Hal ini dapat dilakukan melalui iklan atau promosi yang berlebihan dan tidak akurat, yang dapat merugikan kesehatan atau keselamatan hidup konsumen.
2. **Pelanggaran Hukum Perlindungan Konsumen:** Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar dan/atau seolah-olah barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu. Dengan demikian, pelaku usaha yang melanggar hukum ini dapat menyebabkan konsumen berada pada posisi tawar yang lemah.

²² Ni Nengah Bintang Lestari, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Pembelian Barang yang tidak sesuai di E-Commerce", *Jurnal Kertha Wicara* 12, no. 04 (2023): 181–191.

3. **Tidak Menyediakan Layanan yang Baik:** Pelaku usaha juga dapat menempatkan konsumen pada posisi tawar yang lemah jika mereka tidak menyediakan layanan yang baik. Ini dapat berarti bahwa mereka tidak memberikan kompensasi atau penggantian yang tepat kepada konsumen yang dirugikan akibat dari penggunaan produk atau jasa yang tidak sebagaimana mestinya.
4. **Praktik Iklan yang Manipulatif:** Banyaknya iklan atau promosi yang digunakan oleh pelaku usaha untuk menarik konsumen. Namun, iklan seharusnya tidak hanya berdasar pada sebuah pesan yang menarik konsumen agar menggunakan sebuah produk yang ditawarkan tetapi juga harus mengindahkan kaidah-kaidah periklanan dan undang-undang yang terkait. Munculnya iklan-iklan yang manipulatif yang berdampak merugikan masyarakat, seperti informasi tarif yang tidak jelas tertulis, dapat menyebabkan konsumen berada pada posisi tawar yang lemah.
5. Meskipun demikian, pemanfaatan teknologi internet untuk melakukan pembelian barang di *e-commerce* mempunyai dampak buruk terhadap konsumen. Dimana pembelian barang/jasa melalui transaksi *online* yang dilaksanakan oleh konsumen dan pelaku usaha yang tidak saling menatap muka dan hanya mengandalkan rasa kepercayaan dari para pihak, melakukan transaksi *online* dalam menimbulkan permasalahan seperti nilai barang pesanan yang bertentangan dengan janji pelaku usaha atau dengan kata lain barang yang

ditawarkan tidak sesuai dengan yang diterima, keterlambatan dalam waktu pengiriman barang, rawan terjadi kerusakan dalam proses pengiriman barang. Adapun permasalahan lainnya yang dapat berlangsung seperti produk yang telah dibayar dan dipesan oleh pelanggan tidak sampai pada pelanggan atau barang tidak dikirim oleh pelaku usaha bahkan pengaduan yang tidak ditanggapi.

Konsumen seringkali tidak memiliki kekuatan tawar-menawar yang cukup kuat saat membeli produk atau layanan dari perusahaan. Artinya, konsumen biasanya tidak memiliki kemampuan atau pengaruh yang cukup besar dalam menentukan harga produk atau layanan yang dibeli. Hal ini terjadi karena pelaku usaha terutama perusahaan biasanya memiliki kekuatan pasar yang lebih besar dibandingkan dengan konsumen. Pelaku usaha memiliki lebih banyak pilihan produk atau layanan yang ditawarkan dari pada konsumen memiliki opsi untuk memilih. Hal ini memungkinkan pelaku usaha untuk menetapkan harga yang lebih tinggi, dan konsumen terpaksa menerima harga tersebut atau mencari alternatif yang lebih murah. Konsumen juga tidak memiliki pengetahuan atau informasi yang cukup untuk mengevaluasi kualitas produk atau layanan yang mereka beli. Ini juga dapat menyebabkan perusahaan menetapkan harga yang lebih tinggi atau mengenakan biaya tambahan yang tidak perlu. Namun demikian, di pasar yang lebih kompetitif, di mana konsumen memiliki banyak pilihan produk dan layanan, kekuatan tawar-menawar konsumen dapat menjadi lebih besar dan memaksa perusahaan untuk menawarkan harga yang lebih kompetitif atau layanan yang lebih baik.

Ketidakmampuan konsumen untuk menegosiasikan harga atau mempengaruhi harga produk atau layanan yang dibeli dari perusahaan dapat menyebabkan konsumen menjadi dirugikan. Hal ini terutama terjadi ketika perusahaan menetapkan harga yang tidak seimbang atau terlalu tinggi atau ketika konsumen tidak memiliki opsi lain yang lebih murah atau lebih baik.

Dalam kondisi tertentu, seperti Monopoli atau Oligopoli, produk unik atau produk premium, biaya produksi tinggi, perusahaan baru, permintaan pasar yang tinggi, perusahaan mungkin menetapkan harga yang tinggi atau mengenakan biaya tambahan yang tidak perlu karena mereka memiliki kekuatan pasar yang lebih besar. Ini dapat berdampak negatif pada konsumen, terutama pada konsumen dengan anggaran terbatas atau yang membutuhkan produk atau layanan tertentu untuk memenuhi kebutuhan dasar mereka.

Selain itu, kurangnya pengetahuan atau informasi yang cukup mengenai produk atau layanan yang dibeli juga dapat menyebabkan konsumen menjadi dirugikan. Ini dapat terjadi ketika konsumen membayar lebih dari yang seharusnya untuk produk atau layanan yang tidak berkualitas atau tidak memenuhi harapan mereka. Ini juga dapat terjadi ketika perusahaan mengenakan biaya tambahan yang tidak perlu atau menawarkan produk atau layanan yang tidak benar-benar memenuhi kebutuhan konsumen. Ketika konsumen merasa dirugikan dalam transaksi B to C, ini dapat mengurangi kepercayaan mereka pada perusahaan dan mempengaruhi hubungan jangka panjang antara konsumen dan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu

mempertimbangkan kebutuhan dan kepentingan konsumen saat menetapkan harga atau menawarkan produk atau layanan mereka.

Hal ini sesuai dengan UUPK, pelaku usaha yang membuat dan mencantumkan klausula baku pada dokumen dan/atau perjanjian antara konsumen dan pelaku usaha.²³ Namun, faktor ketidaktahuan konsumen, tidak jelasnya informasi terhadap barang / jasa yang diberikan oleh pelaku usaha dan *marketplace*, tidak pahamnya konsumen pada mekanisme transaksi menjadi faktor penyebab lemahnya kedudukan konsumen, sehingga konsumen kadang dirugikan oleh tindakan pelaku usaha dan *marketplace*, seperti contoh di bawah ini:²⁴

1. **Informasi Produk yang Kurang Lengkap** : Pelaku usaha seringkali memberikan informasi produk yang kurang lengkap, sehingga konsumen sulit untuk membuat keputusan pembelian yang tepat. Misalnya, mereka mungkin tidak memberikan informasi yang cukup tentang *warranty*, kondisi produk, atau bagaimana produk tersebut dapat digunakan.
2. **Kompleksitas Transaksi** : Proses transaksi yang kompleks dan tidak jelas dapat membuat konsumen merasa kesulitan. Misalnya, proses *checkout* di *platform marketplace* yang kompleks atau biaya tambahan yang tidak jelas.
3. **Pelanggaran Hukum** : Pelaku usaha yang melanggar hukum, seperti penyebaran *hoax* atau informasi palsu, juga dapat merugikan konsumen. Misalnya, perusahaan yang menyebarkan informasi yang salah tentang produk mereka, sehingga konsumen membeli produk yang tidak sesuai dengan yang dijanjikan.

²³ Pasal 28 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

²⁴ Yohana Artha Uly dan Yoga Sukmana, "Ini Masalah yang Paling Banyak Diadukan Konsumen ke Kemendag", Diakses pada tanggal 14 Januari 2021 Pukul 17.15 WIB., <https://money.kompas.com>.

4. **Penggunaan Data Pribadi Tanpa Izin** : Pelaku usaha yang menggunakan data pribadi konsumen tanpa izin juga dapat merugikan konsumen. Misalnya, perusahaan yang menggunakan data pribadi konsumen untuk tujuan pemasaran atau penargetan tanpa mendapatkan persetujuan dari konsumen .²⁵

Untuk mencegah dan memperbaiki situasi ini, pelaku usaha harus memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang produk mereka, memudahkan proses transaksi dan menghormati privasi dan hak konsumen.

Konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* memiliki risiko yang lebih besar dari pada penjual atau *merchantnya* atau dengan kata lain hak-hak konsumen dalam transaksi transaksi jual beli melalui *platform marketplace* lebih rentan untuk dilanggar. Dimana transaksi jual beli ini sendiri merupakan salah satu pertukaran data melalui *Electronic Data Interchange (EDI)* yang memungkinkan tindak kejahatan terjadi terhadap data-data konsumen ketika melakukan transaksi secara elektronik yang dapat menimbulkan kerugian terhadap konsumen.²⁶ Selain itu, dalam *platform marketplace* dalam praktiknya sangat jarang bagi para pihak untuk memahami isi kontrak, terutama konsumen, sehingga banyak diantara mereka yang mengalami kerugian baik itu diakibatkan karena kelalaiannya maupun tindakan pelaku usaha yang curang;²⁷ Sebagai contoh isi kontrak *online* sebagai berikut :²⁸

²⁵ Rezha Hadyan, "Catat ! Pentingnya Perlindungan Konsumen & Data Pribadi dalam Ekonomi Digital," Diakses pada tanggal 5 September 2021 Pukul 08.10 WIB., <https://ekonomi.bisnis.com>.

²⁶ Ali Musri Syam, "Regulasi Hukum dalam E-Commerce: Hukum Perniagaan Internasional", Diakses pada tanggal 7 Juli 2021 Pukul 10.15 WIB., <https://kompasiana.com>.

²⁷ Ghansham Anand, dkk., "The Perspective of Indonesian Law on E-Commerce: Validity, Liability and Dispute Settlement E-Commerce Dalam Perspektif Hukum Indonesia : Keabsahan, Tanggung Gugat dan Penyelesaian Sengketa A. Introduction Technological Developments in the Era of Glob", *Padjadjaran Jurnal Ilmu Hukum (Journal of Law)*, 7, no. 1 (2020): 334.

²⁸ *Terms & Conditions C. Transaksi Pembelian Poin No. 2. Tokopedia.*

“Saat melakukan pembelian barang, konsumen menyetujui bahwa:

- a. Konsumen bertanggung jawab untuk membaca, memahami, dan menyetujui informasi/deskripsi keseluruhan Barang (termasuk didalamnya namun tidak terbatas pada warna, kualitas, fungsi, dan lainnya) sebelum membuat tawaran atau komitmen untuk membeli.
- b. Konsumen mengakui bahwa warna sebenarnya dari produk sebagaimana terlihat di Situs/Aplikasi Tokopedia tergantung pada monitor komputer dan layar handphone konsumen. Tokopedia telah melakukan upaya terbaik untuk memastikan warna dalam foto-foto yang ditampilkan pada Situs/Aplikasi Tokopedia muncul seakurat mungkin, tetapi tidak dapat menjamin bahwa penampilan warna pada Situs dan aplikasi Tokopedia akan akurat.
- c. Pengguna masuk ke dalam kontrak yang mengikat secara hukum untuk membeli Barang ketika Pengguna membeli suatu barang.
- d. Tokopedia tidak mengalihkan kepemilikan secara hukum atas barang-barang dari Penjual kepada Pembeli.”

Klausula baku sebagaimana di atas adalah ketentuan atau syarat yang sudah dipersiapkan terlebih dahulu secara sepihak dan ditulis secara *online* dalam transaksi melalui *platform marketplace*. Konsumen wajib menaati klausula baku yang sudah ditetapkan oleh pelaku usaha atau penyedia jasa tanpa terkecuali. Klausula baku dalam kontrak bisnis hukumnya mutlak jika kedua belah pihak tersebut telah menyetujuinya. Ketentuan kontrak tidak bisa diubah atau direvisi ketika sudah disetujui.²⁹

²⁹ Redaksi Justika, Blog Justika, “Apa Itu Klausula Baku yang Ada dalam Kontrak Perjanjian?”, Diakses pada tanggal 6 Juni 2022 Pukul 13.25 WIB., <https://blog.justika.com/dokumen-bisnis/apa-itu-klausula-baku/>.

Identifikasi penyebab konsumen terkadang berada pada posisi yang lemah dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, antara lain disebabkan karena beberapa kelalaian konsumen dalam memahami isi kontrak *online* antara lain konsumen tidak membaca kontrak secara menyeluruh. Konsumen sering kali hanya membaca bagian-bagian tertentu dari kontrak *online* atau bahkan hanya menyetujui kontrak tanpa membacanya sama sekali. Hal ini dapat menyebabkan konsumen kehilangan hak-hak yang seharusnya mereka seharusnya mereka miliki atau tidak memahami persyaratan dan ketentuan yang harus mereka penuhi. Sedangkan beberapa tindakan pelaku usaha yang curang dalam *platform marketplace* dapat menyebabkan kerugian bagi konsumen. Beberapa tindakan curang yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha antara lain penipuan, seperti pelaku usaha dapat memberikan informasi palsu tentang kualitas atau jumlah produk yang tersedia.

Selain itu, pelaku usaha dapat memalsukan produk atau layanan yang ditawarkan, misalnya dengan mengganti merek atau label produk dengan merek atau label yang palsu atau bahkan pelaku usaha mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan deskripsi atau gambar yang ditampilkan di situs jual beli melalui *platform marketplace*. Contohnya, pelaku usaha dapat mengirimkan barang yang cacat atau rusak. Padahal pada kontrak *online* kedua belah pihak dan subjek-subjek yang melakukan perjanjian memiliki hak dan kewajiban antara yang satu dengan yang lainnya. Hal ini sesuai dengan ketentuan Kitab

Undang-Undang Hukum Perdata yang selanjutnya disebut dengan KUHPerdata menyebutkan bahwa “syarat sahnya suatu perjanjian terdapat 4 (empat) syarat, yaitu sepakat mereka yang mengikatkan dirinya, kecakapan untuk membuat suatu perjanjian, suatu hal tertentu dan suatu sebab yang halal”.³⁰ Pasal 1320 KUHPerdata merupakan salah satu pasal yang membahas tentang perjanjian dan menerangkan syarat yang harus dipenuhi untuk lahirnya suatu perjanjian secara sempurna, agar suatu perjanjian tidak batal dan tidak dapat dibatalkan.³¹ Bagi para pihak yang tidak melaksanakan tanggung jawabnya sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dapat digugat oleh pihak yang merasa dirugikan untuk mendapatkan ganti rugi. Suatu kontrak atau perjanjian harus memenuhi syarat sahnya perjanjian, yaitu kata sepakat, kecakapan, hal tertentu dan suatu sebab yang halal,³² sebagaimana yang ditentukan dalam Pasal 1320 KUHPerdata. Dengan dipenuhinya 4 (empat) syarat sahnya perjanjian tersebut, maka suatu perjanjian menjadi sah dan mengikat secara hukum bagi para pihak yang membuatnya. Dalam *platform* perdagangan *online* (*marketplace*) yang dikenal dengan istilah kontrak elektronik yang merupakan perjanjian yang dibuat secara *daring* melalui sistem elektronik dan menciptakan kewajiban bersama antara para pihak. Kontrak elektronik (*e-contract*) atau istilah lain adalah kontrak *online* (*online contract*) atau kontrak *daring*. Dalam kontrak elektronik, kesepakatan para

³⁰ Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

³¹ Ahmadi Miru and Sakka Pati, *Memahami Syarat Keabsahan Perjanjian*, Cetakan Pertama (Makassar: UPT Unhas Press, 2022): 118.

³² Suharnoko, *Hukum Perjanjian Teori dan Analisa Kasus* (Jakarta: Prenada Media, 2004): 162.

pihak untuk saling mengikat demi tercapainya tujuan bersama yang dilakukan secara elektronik. Dimana secara umum kontrak elektronik diartikan sebagai kontrak yang dibuat dalam bentuk elektronik. Kesepakatan pada *platform* perdagangan *online* (*marketplace*) yang ditandai dengan adanya penawaran dan penerimaan kontrak elektronik dapat dilakukan melalui proses *online*, seperti dengan menambahkan produk ke keranjang belanja dan melakukan pembayaran, dengan demikian telah terjadi kesepakatan antara para pihak yang terlibat dalam *platform marketplace*.

Selain itu dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* berlaku juga klausula eksonerasi, dimana sesuai dengan Pasal 18 ayat (1) UUPK, pelaku usaha dilarang menyatakan pengalihan tanggung jawabnya kepada konsumen. Namun jika kita perhatikan lebih lanjut terhadap klausula baku pada kontrak elektronik kadang isinya cenderung menyatakan pengalihan tanggung jawab kepada konsumen. Jelas hal ini bertentangan dengan aturan yang berlaku. Namun menyikapi kondisi ini terkadang para pihak baik itu konsumen maupun pelaku usaha berada dalam kondisi seolah-olah dipaksa untuk memberikan persetujuan terhadap klausula baku dalam kontrak elektronik. Sepakat/persetujuan para pihak dalam kontrak elektronik secara tidak langsung seolah terkesan dipaksakan dengan mencentang secara *online* pada *platform* perdagangan *online* (*marketplace*) dengan kesadaran sendiri.

Selanjutnya berdasarkan pada Pasal 18 ayat (2) UUPK, pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit atau tidak dapat dibaca secara jelas atau yang pengungkapannya sulit dimengerti.

Dalam konteks jual beli melalui *platform marketplace*, ini berarti bahwa pelaku usaha tidak dapat menyembunyikan atau menyamarkan syarat dan ketentuan yang mungkin merugikan konsumen dalam *form* atau format yang sulit dipahami.

Misalnya, pelaku usaha tidak dapat menyembunyikan atau menyamarkan syarat dan ketentuan dalam teks yang sangat kecil atau berwarna yang mirip dengan latar belakang, atau dalam format yang sulit dipahami seperti teks yang sangat tebal atau garis putus-putus,³³ sehingga, Jika konsumen dirugikan dalam *e-commerce*, itu bisa saja karena pelaku usaha mencantumkan klausula baku yang sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti. Ini bisa merugikan konsumen karena mereka mungkin tidak memahami syarat dan ketentuan yang ditetapkan oleh pelaku usaha, dan oleh karena itu, mereka mungkin tidak dapat melindungi diri mereka sendiri dari penyalahgunaan.

Ada beberapa alasan mengapa konsumen dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace* yang dilakukan secara *online* lewat internet harus lebih berhati-hati. Untuk itu sebelum memutuskan untuk bertransaksi pada platform perdagangan *online (marketplace)*, maka konsumen terlebih dahulu mencermati beberapa indikator sebagai berikut, antara lain dengan melakukan review pada ulasan produk umum dan penyelesaian ulasan jika terdapat yang komplain, banyak review terhadap produk yang telah dibeli oleh konsumen, banyak produk yang laku terjual mengindikasikan bahwa banyak yang berminat dan tertarik untuk membeli produk

³³ Yanci Libria Fista, dkk., "Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen", *Jurnal Binamulia Hukum* 12, no. 1 (Juli 2023): 177–189.

tersebut, selain itu dilihat juga rating/peringkat toko serta jumlah komplain yang rendah/sedikit. Hal ini dikarenakan dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace*, terdapat beberapa risiko secara garis besarnya seperti :³⁴

- Risiko Finansial, yaitu kemungkinan kerugian keuangan, misal uang telah ditransfer tetapi barang tidak dikirim juga, perubahan data *financial* secara *illegal*.
- Risiko *Privacy*, yaitu kemungkinan kerugian kebocoran data karena penyalahgunaan informasi personal oleh toko *online*.
- Barang tidak sesuai dengan deskripsi. Jika konsumen menerima barang yang tidak sesuai dengan deskripsi yang tertera pada *platform marketplace*, maka konsumen dapat mengajukan komplain dan meminta pengembalian dana atau penggantian barang yang sesuai.
- Barang tidak sampai. Jika konsumen tidak menerima barang yang telah dibayar, maka konsumen dapat mengajukan komplain dan meminta pengembalian dana atau pengiriman ulang barang yang sesuai.
- Barang rusak atau cacat. Jika konsumen menerima barang yang rusak atau cacat, maka konsumen dapat mengajukan komplain dan meminta pengembalian dana atau penggantian barang yang sesuai. Ada risiko tinggi penipuan dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, yaitu konsumen dapat menjadi korban penipuan melalui pembayaran *online* palsu atau pembelian produk palsu atau cacat. Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, konsumen tidak dapat melihat atau memegang produk sebelum membeli. Ada risiko bahwa produk yang dikirimkan bisa salah atau cacat. Konsumen harus memeriksa deskripsi produk secara cermat dan melihat ulasan dari pelanggan sebelum membeli untuk meminimalkan risiko ini. Konsumen harus memastikan bahwa mereka bertransaksi dengan penjual yang terpercaya dan situs *web platform marketplace* yang aman.
- Penipuan *online*. Penipuan belanja di *platform marketplace* menjadi jenis penipuan yang paling umum terjadi di Indonesia. Penipuan *online* menjadi kategori kasus terbesar kedua di Indonesia yang dilaporkan oleh Bareskrim Polri, seperti adanya produk palsu yang diperjualbelikan secara *online*.
- Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* sering terjadi barang yang dipesan / dibeli tidak sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan oleh konsumen selaku pihak yang telah memesan barang tersebut, barang yang dipesan / dibeli tidak sesuai dengan jenis dan kualitas barang yang diperjanjikan dan bahkan yang lebih ekstrim

³⁴ Detikinet, "8 Risiko E-Commerce dan Tips Membangun Trust", Diakses pada tanggal 4 September 2012 Pukul 09.20 WIB. <https://inet.detik.com/cyberlife>.

konsumen mengalami penipuan *online*. Terkadang barang yang dibeli tidak sampai dan tidak diterima oleh konsumen dikarenakan wanprestasi yang dilakukan oleh pihak pelaku usaha tidak mau mengirimkan barang pesanan oleh konsumen. Pada hal konsumen telah mentransfer terhadap barang yang dipesannya tersebut dengan alasan tertentu. ketidaktepatan waktu pengiriman barang, akses *illegal* ke sampai dengan pencurian data³⁵ serta yang tidak kalah pentingnya adalah penyalahgunaan data pribadi konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* oleh pedagang / pelaku usaha. Ditemukannya barang yang dibeli konsumen di toko lain ternyata tidak asli dan barang yang dibeli konsumen terlewat dari pengecekan orisinalitas di toko.³⁶

- Keterbatasan hak konsumen. Dalam beberapa kasus, UUPK memberikan beberapa hak kepada konsumen untuk memastikan keamanan dan kenyamanan mereka dalam menggunakan barang dan jasa. Namun, ada beberapa keterbatasan yang diberlakukan pada hak konsumen. Keterbatasan tersebut antara lain adalah sebagai berikut :³⁷
 - Konsumen hanya dapat mengambil tindakan hukum terhadap sebuah usaha melalui pengadilan atau di luar pengadilan. Namun, jika sebuah usaha dinyatakan bersalah karena melakukan pelanggaran, mereka tetap bertanggung jawab atas tindakan kriminal mereka.
 - Meskipun konsumen memiliki hak untuk mengajukan keluhan, mereka harus melakukan hal tersebut dalam batas waktu tertentu.
 - Konsumen hanya berhak atas kompensasi jika barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau yang diharapkan. Konsumen mungkin tidak memiliki hak yang sama, seperti transaksi B to C tradisional, seperti hak untuk mengembalikan produk atau mendapatkan pengembalian uang. Konsumen harus memeriksa syarat dan ketentuan transaksi secara cermat untuk memastikan bahwa hak mereka terlindungi. Hal tersebut menunjukkan lemahnya kedudukan konsumen dalam jual beli *online*, sehingga perlu dilindungi dan sejauh mana tanggung jawab dari pelaku *usaha* dan *marketplace*.³⁸

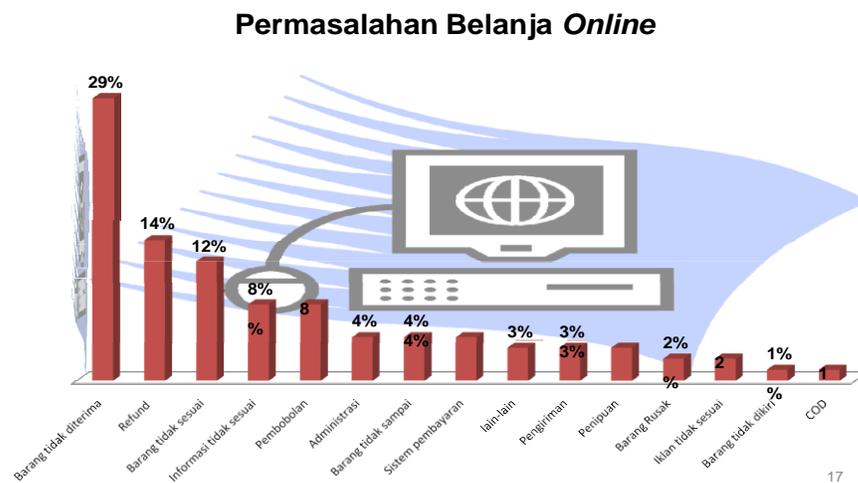
³⁵ Ukie Tukinah, "Rekonstruksi Pengaturan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Onlineshop (E-Commerce) Berbasis Nilai Keadilan Bermartabat" (Program Doktor Ilmu Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 2020), <http://repository.unissula.ac.id/id/eprint/18510>.

³⁶ I Nyoman Putu Budiarta, dkk., "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Tiruan Pada Transaksi E-Commerce (Studi Kasus Pada Toko Stridewear.ID Bali)", *Jurnal Interpretasi Hukum* 3, no. 2 (2022): 332, <https://doi.org/10.22225/juinhum.3.2.5076.332-338>.

³⁷ Issha Harruma, "Hak-hak Konsumen Menurut UU Perlindungan Konsumen", Diakses pada tanggal 29 April 2022 Pukul 16.20 WIB., <https://nasional.kompas.com/read/2022>.

³⁸ Sapta Abi Pratama, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Tidak Sesuai Gambar Pada Transaksi Di Marketplace", *Jurnal Prosiding National Conference on Law Studies (NCOLS) Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta* 2, no. 1 (2020): 182.

Grafik 3



Keterangan:

Dari data di atas terlihat bahwa permasalahan belanja *online* didominasi dengan permasalahan barang tidak diterima 29%, menyusul *refund* barang 14%, barang tidak sesuai 12%, informasi tidak sesuai dan pembobolan barang 8%, administrasi, barang tidak sampai dan sistem pembayaran 4%, pengiriman dan penipuan dan faktor lain 3%, barang rusak dan barang tidak sesuai 2% serta barang tidak dikirim dan COD 1%.

- Belum lagi kebocoran-kebocoran data dari situs-situs *platform marketplace* semakin mengancam kenyamanan konsumen saat berbelanja.³⁹ Hal ini dikarenakan semakin berkembangnya dunia digital memberikan peluang munculnya aksi penipuan terutama saat bertransaksi *online*. Banyak pelaku penipuan yang memanfaatkan *platform marketplace* untuk melancarkan aksinya dengan beragam modus, seperti mengaku sebagai pihak perusahaan *marketplace*, kurir atau pihak lainnya, lainnya, memberikan iming-iming diskon atau

³⁹ Dythia Novianty, "Survei: Penipuan Belanja E-Commerce Paling Marak di Indonesia", Diakses pada tanggal 19 November 2021 Pukul 14.30 WIB., <https://www.suara.com/>.

hadiah/*reward*, hingga meminta konsumen memberikan kode *One Time Password* (OTP) kepada pihak ketiga, sehingga akunnya dapat diambil alih. Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, konsumen dapat dirugikan oleh penipuan dan produk palsu. Terdapat beberapa kasus penipuan belanja *online* di *platform marketplace* yang masih terjadi, seperti barang tidak sampai dan pembelian HP yang datang dalam kardus, selain itu terdapat juga modus seperti:⁴⁰

1. **Toko *online* palsu.** Salah satu modus yang kerap dipakai adalah toko *online* palsu, seperti contoh:

Scam di salah satu marketplace: Dimana terdapat beberapa penjual yang mencuri identitas orang lain dan menjual produk palsu atau penipuan. Misalnya, penjual yang mencuri identitas bank untuk meminta pembeli untuk mentransfer uang ke rekening mereka, atau penjual yang menjual produk palsu atau penipuan. Ada juga beberapa penjual yang mencuri identitas konsumen dan menjual produk palsu atau penipuan. Misalnya, penjual yang mencuri identitas konsumen dan menjual produk palsu atau penipuan. Sebagai catatan bahwa ini hanya beberapa contoh dan bukan semua penjual di *platform-platform* ini adalah penipu.

Biasanya, penipu yang berkedok penjual *online* palsu di *marketplace* dan media sosial menjual barang dengan harga di bawah pasaran. Dengan begitu, calon pembeli langsung tertarik bertransaksi. Dengan demikian pelaku usaha memberikan informasi palsu dalam jual beli melalui *platform marketplace*. Dimana terkait informasi palsu dalam jual beli melalui *platform perdagangan online (marketplace)* secara eksplisit sudah diatur dalam UU Perdagangan, UU ITE dan UU Perlindungan konsumen. Dalam UU ITE dan UU Perdagangan setiap pelaku usaha diberikan tanggung jawab untuk diwajibkan untuk memberikan informasi yang lengkap dan benar kepada konsumen, sedangkan dalam UUPK, perlindungan Konsumen, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang lengkap dan benar.⁴¹

⁴⁰ Rr. Ariyani Yakti Widyastuti, "5 Modus Penipuan Belanja Online dan 4 Tips Menghindarinya", Diakses pada tanggal 27 Agustus 2022 Pukul 16.25 WIB., <https://bisnis.tempo.com/>.

⁴¹ Natasya Milenizha Irianti, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Informasi Palsu dalam Jual Beli Melalui E-Commerce", *Jurnal Kertha Semaya* 10, no. 1 (2021): 64-74.

Berdasarkan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, bentuk perlindungan konsumen dengan adanya ancaman pidana bagi pelaku usaha yang memalsukan merek atau memperjualbelikan produk hasil tindak pidana.⁴²

2. **Mengaku sebagai Petugas Ekspedisi/Bea Cukai.** Sedangkan untuk pembelanjaan antarnegara, penipu tak jarang mengaku sebagai petugas ekspedisi ataupun pihak Bea Cukai yang meminta biaya tambahan. Permintaan biaya tambahan ini untuk mengeluarkan barang yang ditahan oleh otoritas, seperti contoh modus:
 - **Mengaku Sebagai Petugas Ekspedisi:** Penipu mungkin akan mengaku sebagai petugas ekspedisi dan meminta pembeli untuk mentransfer biaya pengiriman ke rekening mereka. Mereka kemudian akan menggunakan biaya tersebut untuk tujuan pribadi atau untuk mengirim barang yang tidak ada.
 - **Mengaku Sebagai Petugas Bea Cukai:** Penipu mungkin akan mengaku sebagai petugas bea cukai dan meminta pembeli untuk mentransfer biaya pabean atau cukai ke rekening mereka. Mereka kemudian akan menggunakan biaya tersebut untuk tujuan pribadi atau untuk mengirim barang yang tidak ada.
 - **Mengirim Resi Palsu:** Penipu mungkin akan mengirimkan resi palsu kepada pembeli dan meminta mereka untuk mentransfer biaya pengiriman ke rekening mereka. Resi palsu ini kemudian dapat digunakan oleh penipu untuk mengirim barang yang tidak ada.

3. **Phishing.** Modus lainnya adalah *phishing*. Modus ini biasanya mengarahkan pembeli untuk masuk ke situs atau halaman belanja palsu. Berikut adalah beberapa contoh penipuan *phishing* dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*:
 - **Spear Phishing:** Dalam *spear phishing*, penipu menargetkan individu atau organisasi tertentu melalui *e-mail* yang tampak resmi. Misalnya, penipu dapat mengirimkan *e-mail* yang tampak seolah-olah dari perusahaan *platform marketplace* favorit, meminta konsumen untuk memperbarui informasi akun konsumen atau memverifikasi pesanan konsumen.⁴³

⁴² A. Rahmi Ainun Kirana, dkk., "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Penjualan Barang Bermerek Palsu Melalui Transaksi Online Ditinjau Berdasarkan Hukum Perdata", *Qawanin Jurnal Ilmu Hukum* 2, no. 1 (Maret - Agustus 2021): 2.

⁴³ MTarget, "Pengertian, Contoh Email Phishing, dan Cara Menghindarinya", Diakses pada tanggal 22 Februari 2023 Pukul 17.21 WIB., [https:// www. https://www.mtarget.co/blog/contoh-email-phishing/](https://www.mtarget.co/blog/contoh-email-phishing/).

- **Whaling:** Dalam *whaling*, penipu menargetkan individu penting dalam organisasi, seperti CEO atau direktur *finance*. Misalnya, penipu dapat mengirimkan *email* yang tampak seolah-olah dari bank atau lembaga keuangan yang terpercaya, meminta Anda untuk memperbarui informasi akun bank atau memverifikasi transaksi.⁴⁴
 - **Phishing melalui Situs Web:** Penipu juga bisa menggunakan situs web palsu yang tampak seperti situs *web e-commerce* yang sah. Misalnya, penipu dapat membuat situs *web* yang tampak seolah-olah adalah situs *web* Tokopedia atau Shopee, dan meminta Anda untuk memasukkan informasi pribadi dan keuangan konsumen.⁴⁵
5. **Meminta Data Pribadi, Password, Kode OTP.** Kadang penipu mengirim *chat*, *email* atau *link* yang mengarahkan korban untuk mengisi data pribadi, *password* atau kode OTP. Selain itu, penipu memberi iming-imingi korban dengan hadiah tetapi dengan meminta informasi personal yang sensitif,". Berikut adalah beberapa contoh penipuan di mana penipu meminta data pribadi, *password* atau kode OTP dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*:
- **Email Fake:** Penipu mungkin mengirim *email* yang tampak seolah-olah dari perusahaan *platform marketplace* favorit konsumen, meminta konsumen untuk memasukkan data pribadi dan *password* konsumen untuk memverifikasi akun atau transaksi konsumen. *Email* ini kemudian dapat digunakan oleh penipu untuk mendapatkan akses ke akun konsumen.⁴⁶
 - **Website Fake:** Penipu mungkin membuat situs *web* palsu yang tampak seperti situs *web platform marketplace* yang sah, dan meminta Anda untuk memasukkan data pribadi dan *password* untuk memverifikasi akun atau transaksi. *Website* ini kemudian dapat digunakan oleh penipu untuk mendapatkan akses ke akun konsumen.⁴⁷
 - **Minta Kode OTP:** Penipu mungkin meminta konsumen untuk memasukkan kode OTP yang dikirimkan ke nomor ponsel atau *email* konsumen. Kode OTP ini biasanya digunakan untuk verifikasi transaksi atau login, dan jika konsumen memberikan kode tersebut kepada penipu, mereka dapat mengakses akun konsumen.⁴⁸

⁴⁴ *Ibid.*

⁴⁵ Fifi Nurfitrianti, "Apa Itu Phishing, Smishing, dan Vhishing?", Diakses pada tanggal 19 Agustus 2020 pukul 10.15 WIB., <https://www.jenius.com/highlight/detail/apa-itu-phishing-smishing-dan-vhishing>.

⁴⁶ Rr. Ariyani Yakti Widyastuti, *loc. cit.*

⁴⁷ *Ibid.*

⁴⁸ AtmaGo, "One Time Password (OTP): Lapisan Keamanan yang Harus Dirahasiakan", Diakses pada tanggal 11 September 2022 Pukul 11.20 WIB., <https://www.atmago.com/inspirasi/tips-trik/one-time-password-otp/>.

5. Bukti Transaksi Palsu. Berikut adalah beberapa contoh penipuan di mana penipu menggunakan bukti transaksi palsu dalam *platform marketplace*:⁴⁹

- **Bukti Transaksi Palsu** : Penipu mungkin mengirimkan bukti transaksi palsu kepada pembeli setelah mereka melakukan pembayaran. Bukti transaksi ini mungkin menunjukkan transaksi yang valid, tetapi sebenarnya adalah bukti palsu yang dibuat oleh penipu.
- **Mengirimkan Bukti Transaksi Palsu melalui email**: Penipu mungkin mengirimkan *email* yang tampak seolah-olah dari perusahaan *platform marketplace* favorit konsumen, menyertakan bukti transaksi palsu. *Email* ini kemudian dapat digunakan oleh penipu untuk mendapatkan akses ke akun konsumen.
- **Mengirimkan Bukti Transaksi Palsu melalui SMS**: Penipu mungkin mengirimkan SMS yang tampak seolah-olah dari perusahaan *platform marketplace* favorit konsumen, menyertakan bukti transaksi palsu. SMS ini kemudian dapat digunakan oleh penipu untuk mendapatkan akses ke akun konsumen.

Jika konsumen menjadi korban penipuan dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, maka konsumen dapat melaporkan kepada pihak berwenang atau melapor ke *marketplace* dan meminta pertanggungjawaban dari pelaku penipuan.

- Risiko *Security*, yaitu kemungkinan kerugian karena penyalahgunaan informasi personal oleh pihak ketiga (seperti *payment gateway*, dll). Hal ini dapat terjadi ketika konsumen memberikan informasi pribadi seperti:
 - Nomor kartu kredit atau nomor telepon pada situs *web* yang tidak terpercaya.
 - Nomor kartu kredit atau nomor telepon pada situs *web* yang tidak terpercaya.
 - Keamanan data: Transaksi jual beli pada *platform marketplace* juga melibatkan pengiriman informasi sensitif seperti informasi kartu kredit atau informasi pribadi konsumen. Ada risiko bahwa informasi ini bisa diretas atau dicuri oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Konsumen harus memastikan bahwa situs *web platform marketplace* yang mereka gunakan memiliki protokol keamanan yang kuat untuk melindungi informasi mereka.

⁴⁹ Rahmi Yati, "Waspada ! Ini Modus Penipuan Belanja Online yang Sering Terjadi", Diakses pada tanggal 27 Agustus 2022 Pukul 11.10 WIB., [https://www. Teknologi. bisnis. com/read/20220827/84/1571239/waspada-ini-modus-penipuan-belanja-online-yang-sering-terjadi](https://www.Teknologi.bisnis.com/read/20220827/84/1571239/waspada-ini-modus-penipuan-belanja-online-yang-sering-terjadi).

- Kebocoran data pribadi menjadi salah satu isu hangat diperbincangkan di masyarakat, khususnya menyangkut aktifitas transaksi jual beli pada *platform marketplace*. Berita tentang kasus kebocoran data pribadi konsumen yang sempat ramai diperbincangkan di antaranya adalah di Tokopedia dan Lazada. Dugaan kebocoran data pribadi di Tokopedia sempat diajukan gugatan ke pengadilan oleh salah satu lembaga swadaya masyarakat. Terkait hal tersebut, pihak *platform* digital sempat menyatakan bahwa terdapat upaya pencurian data oleh pihak tidak berwenang terkait informasi pengguna Tokopedia.⁵⁰

Selain teknologi jaringan *www.*, *platform marketplace* juga memerlukan teknologi bisnis data atau pangkalan data (*Data base*), surat elektronik (*email*), dan bentuk teknologi non-komputer lain. Dimana setelah 2 (dua) dekade berlalu, praktik dagang *online* kini menjadi sangat lumrah di Indonesia. Salah satu perkembangan teknologi internet yang signifikan adalah transaksi\ jual beli melalui *platform marketplace*. Belanja *online* pun sudah merupakan hal yang biasa terjadi dalam kehidupan bermasyarakat saat ini.

Berbicara mengenai risiko sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan manusia. Begitu pula dalam *platform marketplace*, baik konsumen, pelaku usaha maupun *marketplace* berpotensi menghadapi risiko, sehingga perlu dimitigasi. Mengenai pengertian mitigasi risiko, terlebih dahulu perlu diketahui mengenai definisi mitigasi dan definisi dari risiko terlebih dahulu. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), mitigasi adalah kata benda yang memiliki 2 (dua) makna tergantung konteks penggunaannya. Makna pertama,

⁵⁰ Joddy Mulyasetya Putra, “Data Pribadi Konsumen E-Commerce Bocor dan Dijual Pihak Lain, Bagaimana Hukumnya?”, Diakses pada tanggal 17 Agustus 2021 Pukul 09.15 WIB., <https://www.kompas.com/>

mitigasi adalah upaya menjadikan berkurang kekasaran atau atau kesuburannya (tentang tanah dan sebagainya). Sedangkan makna kedua, mitigasi adalah tindakan mengurangi dampak bencana. Mitigasi adalah kata yang memiliki padanan kata dalam bahasa Inggris, *mitigation*. Definisi *mitigation* Bahasa Inggris, mitigasi adalah tindakan mengurangi keparahan, keseriusan atau rasa sakit dari sesuatu.⁵¹ Menurut *Cambridge Dictionary*, pengertian mitigasi adalah tindakan mengurangi seberapa berbahaya, tidak menyenangkan, atau buruknya sesuatu.⁵² Sementara itu menurut Merriam-Webster, "*mitigate*" berarti untuk mengurangi atau meminimalisir keparahan atau kerugian. Ini bisa berarti untuk mengurangi atau meminimalisir dampak negatif dari suatu hal, seperti masalah, gejala, atau hukuman.

Dalam konteks risiko, mitigasi risiko adalah proses untuk mengurangi atau meminimalisir dampak negatif dari risiko yang ada. Secara khusus, dalam konteks hukum, "*mitigated*" adalah kata yang digunakan untuk menggambarkan upaya yang diambil untuk mengurangi atau meminimalisir kerugian atau kerusakan.⁵³ Dengan kata lain, bisa dikatakan bahwa mitigasi adalah serangkaian upaya yang dilakukan untuk mengurangi risiko, dampak buruk atau hal lain yang tidak diinginkan, akibat dari suatu peristiwa, yang umumnya adalah bencana. Sedangkan definisi risiko,

⁵¹ Penanggulangan Bencana Pemerintah Kabupaten Bogor, Badan, *op. cit.*

⁵² "Cambridge Dictionary", Diakses pada tanggal 12 Januari 2024 Pukul 21.30 WIB., <https://dictionary.cambridge.org/us/example/english/risk-mitigation>.

⁵³ Dictionary, "Mitigation Definition & Meaning", Diakses pada tanggal 13 Januari 2024 Pukul 20.45 WIB., <https://www.merriam-webster.com/ictionary/mitigation>.

mendefinisikan risiko sebagai *exposure to uncertainty of outcome*.⁵⁴ Maksudnya adalah pada kata *outcome* tidak selalu berupa kerugian. Pada suatu kondisi yang dinanti ketika *outcome* menjadi keuntungan. Sedangkan George J. Benston yang mengemukakan pengertian risiko sebagai *The probability that any event, or set of event, might occur. It usually denotes a negative or undesired event-one that will cause a financial institution (hereafter generally called a bank) to fail rather than to be very successful*.⁵⁵ Maksudnya adalah kemungkinan tercapainya suatu keberhasilan namun peluang gagalnya jauh lebih besar. Menurut Ari Kristin Prasetyoningrum, risiko memiliki karakteristik sebagai berikut:⁵⁶

1. Merupakan ketidakpastian atas terjadinya suatu peristiwa.
2. Merupakan ketidakpastian yang bila terjadi akan menimbulkan kerugian

Sedangkan pengertian dari definisi mitigasi risiko dapat dilihat dari berbagai pendapat. Menurut *Cambridge Dictionary*, "*risk mitigation*" merupakan proses identifikasi dan penanganan potensi risiko yang dapat mempengaruhi suatu tujuan atau proyek. Proses ini dirancang untuk mengurangi atau menghilangkan dampak negatif dari berbagai risiko yang mungkin terjadi.⁵⁷ Sedangkan, menurut GRC

⁵⁴ Robert Tampubulon, *Risk Management: Qualitative Approach Applied to Comercial Banks* (Jakarta: Alex Media Komputindo, 2004).

⁵⁵ *Ibid.*

⁵⁶ Ari Kristin Prasetyoningrum, *Risiko Bank Syariah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015).

⁵⁷ *Cambridge Dictionary, loc. cit.*

Indonesia, pengertian mitigasi risiko penting dalam manajemen bisnis karena membantu perusahaan untuk merencanakan dan merespons situasi yang tidak pasti atau risiko yang mungkin muncul, sehingga perusahaan dapat meningkatkan keamanan, efisiensi operasional dan keseluruhan keberhasilan proyek atau aktivitas yang dijalankan.⁵⁸ Istilah mitigasi risiko lebih sering dipergunakan untuk organisasi, dimana definisi mitigasi risiko lebih diartikan sebagai suatu proses atau tindakan yang dilakukan oleh suatu organisasi untuk mengurangi atau meminimalkan dampak dari risiko yang mungkin dihadapi. Tujuannya adalah untuk mengurangi paparan organisasi terhadap berbagai risiko yang dapat menyebabkan gangguan atau kerugian finansial yang signifikan. Mitigasi risiko adalah bagian penting dari manajemen risiko yang mencakup identifikasi, analisis dan penanganan risiko.

Dalam mitigasi risiko, organisasi dapat menerapkan beberapa strategi seperti penghindaran risiko, pengurangan risiko, transfer risiko, atau akseptasi risiko. Strategi mitigasi risiko harus dipilih berdasarkan jenis risiko yang dihadapi, tingkat dampaknya, serta biaya dan efektivitas dari strategi tersebut.⁵⁹ Menurut Tuti Lisnawati, dkk. manajemen risiko yang efektif dalam bisnis pada *platform marketplace* adalah kunci untuk mencapai keberhasilan jangka panjang.

Dengan mengidentifikasi, mengukur, dan mengelola risiko-risiko yang terkait, bisnis dapat melindungi aset mereka, menjaga kepercayaan pelanggan, dan

⁵⁸ GRC Indonesia, "Mengenal Mitigasi Risiko: Pengertian, Tujuan, Jenis, Contoh, dan Perencanaannya", Diakses pada tanggal 18 April 2023 Pukul 11.15 WIB., <https://grc-indonesia.com/mengenal-mitigasi-risiko-pengertian-tujuan-jenis-contoh-dan-perencanaannya/>.

⁵⁹ Myrobin.id, "Mitigasi Risiko: Tujuan, Jenis, dan Perencanaannya", Diakses pada tanggal 6 Juni 2022 Pukul 20.35 WIB., <https://myrobin.id/untuk-bisnis/mitigasi-risiko/>.

mencapai tujuan bisnis yang ditetapkan.⁶⁰ Berikut adalah beberapa langkah penting dalam proses mitigasi risiko sebagai upaya non *penal* sebagai upaya pencegahan terjadinya kejahatan pada transaksi jual beli pada *platform marketplace* sesuai dengan penerapan manajemen risiko:

1. Identifikasi Risiko: Langkah pertama dalam proses mitigasi risiko adalah mengidentifikasi semua risiko yang mungkin terjadi. Ini bisa dilakukan dengan melakukan analisis internal atau eksternal, melihat histori proyek, atau menggunakan metode lainnya.
2. Penilaian Risiko: Setelah risiko diidentifikasi, selanjutnya adalah mengevaluasi tingkat risiko tersebut. Ini biasanya melibatkan penilaian probabilitas terjadinya risiko dan potensi dampak jika risiko tersebut terjadi.
3. Pengambilan Keputusan: Berdasarkan evaluasi risiko, kemudian dibuat keputusan tentang apakah perlu dilakukan tindakan mitigasi atau tidak. Keputusan ini harus didasarkan pada kebijakan organisasi dan prioritas proyek.
4. Implementasi Strategi Mitigasi: Jika diputuskan untuk melakukan mitigasi risiko, langkah selanjutnya adalah merancang dan menerapkan strategi mitigasi. Ini bisa melibatkan berbagai tindakan seperti mengubah proses kerja, menggunakan teknologi baru, atau menyesuaikan strategi proyek.

⁶⁰ Tuti Lisnawati, dkk., "Manajemen Risiko dalam Bisnis E-Commerce", *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 2 (2023): 8259.

5. Monitoring dan Evaluasi: Akhirnya, setelah strategi mitigasi diimplementasikan, penting untuk secara berkala memantau dan mengevaluasi efektivitas strategi tersebut. Ini membantu dalam identifikasi area yang masih perlu ditingkatkan dan memastikan bahwa mitigasi risiko terus relevan dan efisien.

Dengan melakukan mitigasi risiko, organisasi dapat lebih siap untuk menghadapi tantangan dan perubahan, dan dapat memastikan bahwa proyek mereka berjalan lancar dan sesuai dengan tujuan mereka.

Jadi pengertian mitigasi risiko adalah suatu pendekatan atau serangkaian tindakan untuk mengidentifikasi, menilai, mengurangi, atau mengelola potensi risiko. Tujuannya untuk membantu dalam mengatasi atau meminimalkan dampak yang mungkin timbul akibat risiko-risiko tersebut. Sedangkan pengertian mitigasi risiko terkait dengan perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* adalah lebih kepada berbagai langkah dan strategi untuk mengurangi atau meminimalisir kemungkinan terjadinya risiko atau dampak negatif dari berbagai risiko yang mungkin terjadi pada konsumen, pelaku usaha atau *marketplace* yang merugikan dalam transaksi jual beli *online*. Risiko dalam transaksi jual beli melalui *platform* dapat berasal dari berbagai faktor, seperti keamanan informasi, penipuan, ketidakcocokan produk, dan kegagalan pengiriman atau penerimaan barang. Adapun berbagai langkah atau strategi dalam *e-commerce* yang berkaitan dengan perlindungan hukum untuk konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace* melibatkan berbagai langkah dan strategi. Berikut adalah beberapa langkah mitigasi sebagai upaya non *penal* untuk mengurangi atau

menghindari risiko yang terkait dengan operasi transaksi jual beli melalui *platform marketplace* yang meliputi:

1. **Perencanaan Mitigasi Risiko:** Sebelum memulai implementasi, penting untuk merencanakan strategi mitigasi. Ini melibatkan pemahaman mendalam tentang risiko yang ada dan bagaimana risiko tersebut dapat diatasi. Rencana ini harus mencakup langkah-langkah yang akan diambil, sumber daya yang diperlukan, dan jadwal yang diharapkan.
2. **Penggunaan Teknologi Modern:** Dalam era digital ini, penggunaan teknologi modern seperti *AI* dan *machine learning* bisa sangat membantu dalam mitigasi risiko. Misalnya, *AI* dapat digunakan untuk mendeteksi dan memprediksi risiko sebelum terjadi, sementara *machine learning* dapat digunakan untuk mengoptimalkan proses dan operasi.
3. **Menerapkan Kebijakan Keamanan:** Salah satu cara efektif untuk mengurangi risiko dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* adalah dengan menerapkan kebijakan keamanan yang kuat. Ini bisa mencakup penggunaan enkripsi data, pembaruan keamanan secara teratur, dan pelatihan keamanan bagi staf.
4. **Menyiapkan Rencana Darurat:** Memiliki rencana darurat yang jelas dan rinci adalah langkah penting dalam mitigasi risiko. Rencana ini harus mencakup langkah-langkah yang harus diambil jika terjadi insiden keamanan, serta personel yang harus dipanggil dan bagaimana mereka harus bereaksi.
5. **Mengaudit Keamanan:** Audit keamanan adalah proses yang melibatkan pengecekan sistem dan prosedur keamanan untuk menemukan dan memperbaiki celah keamanan. Ini bisa mencakup audit internal atau eksternal, dan hasilnya harus digunakan untuk membuat peningkatan pada sistem dan prosedur keamanan.
6. **Mempertahankan Kompatibilitas Regulasi:** Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, penting untuk mematuhi semua regulasi yang berlaku, termasuk regulasi keamanan data dan privasi. Ini bisa mencakup penggunaan fitur keamanan yang sesuai dengan regulasi, dan pembaruan kebijakan dan prosedur secara teratur untuk memastikan kompatibilitas.

Dengan mengikuti langkah-langkah ini, para pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, dapat lebih siap dan mampu merespons dengan cepat terhadap risiko apa pun yang mungkin terjadi.⁶¹

⁶¹ Ivosights, “Pentingnya Mitigasi Risiko Digital : Manfaat dan Tantangannya”, Diakses pada tanggal 6 Desember 2023 Pukul 10.35 WIB., <https://ivosights.com/read/artikel/>.

Dengan demikian, mitigasi risiko (*risk mitigation*) dalam konteks perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* dalam transaksi jual beli melibatkan serangkaian langkah atau tindakan yang bertujuan untuk mengurangi atau meminimalisir dampak negatif dari berbagai potensi risiko yang mungkin timbul pada konsumen, pelaku usaha maupun *marketplace* dalam jual beli. Dalam melakukan transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, mitigasi risiko sangat penting untuk memastikan keamanan dan kepercayaan dalam transaksi *online*. Dengan melakukan beberapa langkah pencegahan dan memperhatikan faktor risiko yang mungkin terjadi, kita dapat mengurangi kemungkinan terjadinya risiko dan kerugian dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

Terkait dengan mitigasi risiko, maka terlebih dahulu kita harus mengetahui definisi dari Teori Risiko yang dikemukakan oleh berbagai ahli. Martono dan Agus Harjito mendefinisikan risiko sebagai penyimpangan hasil yang diperoleh dari rencana hasil yang diharapkan. Ferdinand Silalahi mendefinisikan risiko sebagai penyimpangan hasil aktual dari hasil yang diharapkan. Definisi risiko juga dikemukakan oleh A. Abas Salim, menurutnya risiko adalah suatu ketidakpastian yang mungkin mengakibatkan peristiwa kerugian atau *loss*. Sedangkan Soekarno mendefinisikan risiko adalah suatu ketidakpastian atas terjadinya suatu peristiwa. Pengertian risiko juga ada dikemukakan oleh Herman Darmawi. Menurutny, risiko adalah sesuatu hasil atau *outcome* yang berbeda dengan yang diharapkan. Ia juga menyampaikan bahwa risiko adalah penyebaran atau penyimpangan aktual dari hasil yang diharapkan.

Prof. Dr. Ir. Soemarno, M.S. mendefinisikan risiko merupakan suatu kondisi yang muncul karena ketidakpastian dengan seluruh konsekuensi tidak menguntungkan yang mungkin terjadi. Subekti mendefinisikan risiko sebagai suatu kewajiban memikul kerugian yang disebabkan karena suatu kejadian di luar kesalahan salah satu pihak. Selain itu, Sri Redjeki Hartono mendefinisikan risiko adalah suatu ketidakpastian di masa yang akan datang tentang kerugian. Selanjutnya Mamduh Hanafi mendefinisikan risiko adalah bahaya akibat atau konsekuensi yang dapat terjadi akibat sebuah proses yang sedang berlangsung atau kejadian yang akan datang.

Selain itu, menurut Hanafi juga risiko merupakan besarnya penyimpangan antara tingkat pengembalian yang diharapkan (*expected return*) dengan tingkat pengembalian aktual (*actual return*). Teori risiko dalam konteks perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* dalam transaksi pada *platform marketplace* bertujuan untuk memitigasi risiko hukum terhadap eksposur risiko hukum yang mungkin timbul dalam transaksi *e-commerce*. Mitigasi risiko transaksi perdagangan pada *platform marketplace* di era digital sangatlah penting dan diperlukan dalam melindungi konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berdasarkan asas keadilan serta dilandaskan pada Prinsip Kejujuran dan Keterbukaan. Hal ini senantiasa menyertai supaya meminimalisir terjadinya permasalahan hukum dalam transaksi perdagangan melalui *platform marketplace*.

Adapun beberapa upaya untuk mengurangi atau meminimalisir dampak negatif dari berbagai risiko yang mungkin terjadi bagi konsumen dalam *platform marketplace* meliputi, yaitu: ⁶²

1. **Memahami Hak dan Kewajiban:** Konsumen harus memahami hak dan kewajiban mereka sebagai pelanggan. Ini termasuk hak untuk mendapatkan informasi yang benar dan akurat, hak untuk pilihan, dan kewajiban untuk membuat keputusan yang tepat berdasarkan informasi yang mereka miliki.
2. **Pelajari dan Pahami:** Sebelum melakukan transaksi online, konsumen harus mempelajari dan memahami produk atau jasa yang akan dibeli. Ini termasuk membaca deskripsi produk, mencari ulasan dan testimoni, dan memverifikasi informasi kontak penjual.
3. **Periksa Kebijakan Refund dan Garansi:** Sebelum melakukan pembelian, pastikan untuk memeriksa kebijakan refund dan garansi penjual. Ini akan membantu konsumen untuk mencegah penipuan dan memastikan bahwa mereka dapat mendapatkan kompensasi jika terjadi masalah.
4. **Lakukan Transaksi melalui *platform* terpercaya:** Menggunakan *platform marketplace* yang terpercaya dan aman dapat membantu konsumen untuk mencegah penipuan dan melindungi data pribadi mereka.
5. **Menggunakan Layanan dengan Bijak:** Konsumen juga harus menggunakan layanan dengan bijak. Ini termasuk menggunakan layanan dari penjual yang terpercaya, membaca dan memahami syarat dan ketentuan sebelum melakukan pembelian, dan selalu menjaga data pribadi mereka untuk mencegah penipuan.
6. **Penggunaan Password yang Kuat:** Konsumen harus menggunakan *password* yang kuat dan unik untuk setiap akun *online* mereka. Hal ini akan memperkecil kemungkinan akses tidak sah ke akun mereka.
7. **Verifikasi Identitas:** Konsumen harus memastikan bahwa *marketplace* yang digunakan telah melakukan verifikasi identitas penjual sebelum melakukan transaksi.
8. **Pembayaran yang Aman:** Konsumen harus memilih metode pembayaran yang aman, seperti menggunakan kartu kredit yang dilindungi oleh teknologi 3D Secure, atau menggunakan metode pembayaran *online* lain yang terjamin keamanannya.

⁶² Atia Nadira, "4 Risiko Memiliki Bisnis Online dan Solusi Mengatasinya", Diakses pada tanggal 3 Mei 2021 Pukul 09.20 WIB., <https://www.oyindonesia.com/blog/risiko-memiliki-bisnis-online-dan-solusi-mengatasinya>.

9. **Penggunaan VPN:** Konsumen dapat menggunakan *VPN (Virtual Private Network)* untuk melindungi data pribadi mereka saat bertransaksi *online*.
10. **Pengawasan Transaksi:** Konsumen harus memantau transaksi mereka secara ketat dan segera menghubungi *marketplace* jika terjadi kesalahan atau kecurangan.

Terhadap semua kasus di atas, konsumen dapat melaporkan masalah tersebut kepada *platform marketplace* yang digunakan untuk transaksi. *Platform marketplace* yang bertanggung jawab harus memberikan penyelesaian yang adil dan segera atas masalah yang terjadi sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Oleh karena itu, konsumen harus memastikan bahwa *platform marketplace* yang digunakan memiliki kebijakan perlindungan konsumen yang jelas dan mematuhi standar keamanan dan privasi yang berlaku. Konsumen juga dapat melaporkan kejadian penipuan atau produk palsu yang dialaminya ke pihak yang berwenang, seperti Kementerian Perdagangan atau Bareskrim Polri.

Untuk menghindari konsumen dirugikan dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, menurut Ketua Komunitas Konsumen Indonesia (KKI), David Tobing menegaskan konsumen harus melakukan pengecekan produk untuk mencegah penipuan produk. “Sama enggak produk itu dengan asli, kemasan dari sisi bentuk, wujud, ukuran, sehingga dengan demikian tidak tertipu. Makanan ringan *repacking*, susu *repacking* sudah sangat berbahaya, tidak ada kadaluarsa dan produk harus disesuaikan dengan deskripsi produk di *website* produsen,” jelas David. Kemudian konsumen diminta untuk melakukan transaksi *online* sesuai dengan kebutuhan. Bagi produk yang memiliki masa kadaluarsa, konsumen

harus proaktif untuk melakukan pengecekan. Belajar dari situs resmi dan memilih melakukan pembayaran lewat sistem *cash on delivery* (COD).⁶³ Terhadap penipuan atau produk palsu pada transaksi jual beli melalui *platform* perdagangan *online* (*marketplace*), maka mitigasi yang dapat dilakukan, antara lain:

- Jangan bagikan PIN atau jangan memberikan Kode OTP kepada pihak ketiga jika melakukan verifikasi akun

OTP merupakan kode yang hanya diketahui oleh konsumen dan digunakan sebagai verifikasi saat melakukan transaksi. Konsumen juga harus memastikan bahwa OTP tersebut hanya digunakan untuk transaksi yang dilakukan sendiri. Saat mendaftarkan akun ke jual beli melalui *platform* perdagangan *online* (*marketplace*), kiranya untuk dilakukan verifikasi akun terlebih dahulu melalui kode OTP berupa PIN yang dikirimkan ke nomor yang kita daftarkan. Untuk bersama-sama menjaga keamanan mengantisipasi serangan *cyber security* dengan tidak memberikan OTP kepada pihak ketiga. OTP merupakan kode yang hanya diketahui oleh konsumen dan digunakan sebagai verifikasi saat melakukan transaksi. Konsumen juga harus memastikan bahwa OTP tersebut hanya digunakan untuk transaksi yang dilakukan sendiri. Selain itu mengganti *password* akun secara berkala, dan tidak memakai *password* yang sama pada situs yang berbeda.

- Waspada nomor tidak dikenal yang mengirimkan link tertentu

Phishing merupakan teknik penipuan yang bisa dibidang paling sukses menjerat korban. *Phishing* dapat dijalankan dengan mengirim SMS, *chat*, hingga *email* dengan mengatasnamakan penyedia layanan. Hal ini dikarenakan *phishing* sudah cukup umum dilakukan, konsumen perlu waspada jika ada nomor tidak dikenal mengirimkan link tertentu. Jangan sembarang klik tautan dari nomor yang tidak dikenal agar data kita tidak diambil oleh pelaku serangan siber.

- Teliti sebelum membeli dengan tidak mudah tergiur barang murah atau diskon besar atau hadiah/reward yang ditawarkan oleh pihak yang tidak dikenal

Konsumen dapat menjadi korban dari penipuan transaksi *online* karena terlena dengan promo besar-besaran dan harga barang yang sangat murah. Pelanggan perlu menjadi *smart buyer* dengan lebih teliti dalam melihat produk dan toko *online* saat belanja *online*.

⁶³ Hukum Online, *loc. cit.*

- **Minta rekomendasi teman atau melihat *review* dari konsumen lain.** Cara menghindari penipuan saat belanja *online* berikutnya adalah dengan meminta rekomendasi dari teman atau melihat *review* dari konsumen lain. Ulasan yang lengkap, detail, dan masuk akal juga menjadi tanda bahwa toko dan produk yang kita lihat bisa dipercaya.⁶⁴ Selalu lakukan pengecekan sebelum melakukan transaksi *online* untuk mencegah penipuan. Untuk mencegah penipuan ini, selalu pastikan untuk melakukan pengecekan sebelum mentransfer uang atau mentransfer barang. Jika konsumen merasa ragu, jangan ragu untuk menghubungi pihak berwenang atau konsultasikan dengan orang yang lebih berpengalaman. Untuk mencegah penipuan ini, selalu lakukan pengecekan sebelum memasukkan data pribadi, *password*, atau kode OTP konsumen. Pastikan untuk memeriksa URL situs *web* dan alamat *email* pengirim. Jangan pernah membagikan informasi pribadi dan keuangan Anda melalui *email* atau situs *web* yang tidak dikenal. Untuk mencegah penipuan ini, selalu lakukan pengecekan sebelum mentransfer uang atau mentransfer barang. Jika Anda merasa ragu, jangan ragu untuk menghubungi pihak berwenang atau konsultasikan dengan orang yang lebih berpengalaman.
- Hindari memberikan data pribadi, seperti nomor identitas atau nomor kartu kredit, kecuali jika diperlukan untuk transaksi.
- Pastikan bahwa *website* atau aplikasi yang digunakan untuk bertransaksi memiliki sertifikat SSL yang valid dan terbaru. Sertifikat ini memastikan bahwa *website* atau aplikasi tersebut aman dan data yang diinputkan oleh konsumen akan dienkripsi.
- Jangan mudah tergiur dengan diskon besar atau hadiah/*reward* yang ditawarkan oleh pihak yang tidak dikenal. Biasanya, hadiah tersebut hanya berupa tipuan untuk mengambil data pribadi konsumen.
- Lakukan riset terhadap situs tempat berbelanja. Kunjungi mesin pencari *Google* atau *Yahoo* kemudian masukkan nama situs itu. Carilah ulasan dari konsumen mereka.
- Identitas dan legalitas pelaku usaha, berupa kejelasan nama perusahaan, alamat, *email* atau nomor telpon yang dapat dihubungi. Pastikan memiliki nomor telepon yang valid, lebih bagus jika mempunyai nomor lebih dari 1 (satu).
- Cek kebijakan internal situs terhadap data pribadi. Bacalah ketentuannya dengan cermat adakah jaminan perlindungan data pribadi.

⁶⁴ Liputan6.com, "Marak Penipuan, Simak 4 Tips Agar Tidak Tertipu Belanja di E-Commerce Selama Idul Fitri", Diakses pada tanggal 21 April 2023 Pukul 15.35 WIB., <https://www.liputan6.com>.

- Cermatlah dalam memilih suatu produk, perhatikan spesifikasinya apakah cocok dengan keperluan kita. Hindari berbelanja produk *illegal*.
- Pastikan adakah kebijakan pengembalian barang bila barang yang dibeli ternyata cacat karena saat memesan karena tidak bisa melihat secara fisik barang tersebut.
- Catat kode produk yang dipesan. Pengelola toko *online* yang bonafit akan mengonfirmasi pesanan konsumen. Konsumen hendaklah meminta nomor resi pengiriman. Apabila barang tidak kunjung datang, maka konsumen bisa melakukan pengecekan ke jasa ekspedisi.
- Transfer pembayaran dilakukan dengan angka unik agar cepat dikenali oleh pengelola toko *online*.
- Jika barang sudah diterima, cermati apakah barang tersebut dalam kondisi baik dan sesuai dengan pesanan konsumen. Toko *online* yang baik akan melakukan penggantian apabila barang yang dipesan cacat.

Dengan melakukan upaya tersebut di atas, konsumen dapat menghindari penipuan dan produk palsu dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Konsumen juga dapat melaporkan kejadian penipuan atau produk palsu yang dialaminya ke pihak yang berwenang, seperti Kementerian Perdagangan atau Bareskrim Polri.

Pengiriman produk yang tepat waktu dan aman merupakan hal yang penting dalam transaksi B to C. Konsumen biasanya membayar biaya pengiriman, namun mereka juga ingin produk yang dikirimkan dalam kondisi yang baik dan tidak rusak. Untuk mencegah sejumlah kejadian itu, masyarakat terutama yang kerap melakukan transaksi belanja *online* dapat juga melakukan mitigasi berikut ini :

1. Jangan memakai *password* dengan data mudah ditebak

Data yang mudah ditebak biasanya seputar tanggal lahir maupun alamat tempat tinggal. Selain itu, data dan informasi akun harus dijaga ketat dan jangan memberikan kode OTP ke pihak ketiga maupun keluarga.

2. Periksa validitas toko *online* atau penjual

Selalu periksa ulang ulasan pembeli sebelumnya dan cek apakah ada beberapa akun yang serupa. Toko *online* palsu di media sosial terkadang terlihat mempunyai *followers* tidak aktif yang mencurigakan.

3. Gunakan lebih dari satu akses keamanan

Sebaiknya menggunakan verifikasi ganda untuk masuk ke dalam akun media sosial maupun akun *platform marketplace*.

4. Lakukan riset soal modus penipuan dan tips keamanan digital

Memperbanyak informasi mengenai penipuan secara *online* dan tips keamanan digital. Selain itu, cek dan ricek kali setiap informasi penjualan maupun pembelian yang diterima.

Dalam melindungi diri sebagai konsumen *online* terdapat beberapa langkah mitigasi yang dapat diambil oleh konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, yaitu: ⁶⁵

1. **Verifikasi Informasi:** Selalu verifikasi informasi penjual sebelum melakukan transaksi. Pastikan untuk memeriksa nama penjual, alamat, dan rating yang ditampilkan. Jangan ragu untuk menghubungi penjual jika ada pertanyaan atau ketidakpastian. Saat melakukan transaksi *e-commerce*, pastikan untuk memeriksa dan memverifikasi informasi pembeli atau penjual, termasuk alamat pengiriman dan informasi pembayaran. Konsumen juga dapat menggunakan metode pembayaran yang aman dan terpercaya untuk memastikan bahwa pembayaran yang dilakukan aman dan tidak disalahgunakan.

⁶⁵ Ary Ardianto, "Pahami Risiko Keamanan Transaksi Digital dan 8 Tips untuk Mencegahnya", Diakses pada tanggal 27 Juli 2023 Pukul 13.30 WIB., <https://www.helios.id/id/blog-id/detail/pahami-risiko-keamanan-transaksi-digital-dan-8-tips-untuk-mencegahnya/>.

2. **Periksa Syarat dan Ketentuan:** Baca dan pahami syarat dan ketentuan sebelum melakukan transaksi. Pastikan tidak ada klausa yang tidak jelas atau memungkinkan penjual untuk menuntut lebih dari yang seharusnya.
3. **Pilih Metode Pembayaran yang Aman:** Gunakan metode pembayaran yang aman dan populer. Hindari metode pembayaran yang tidak dikenal atau yang tampak mencurigakan.
4. **Gunakan Kata Sandi Strong:** Gunakan kata sandi yang strong dan unik untuk akun Anda. Jangan gunakan kata sandi yang mudah ditebak atau yang sering digunakan.
5. **Lakukan Verifikasi 2 (dua) Faktor:** Aktifkan verifikasi 2 (dua) faktor jika *platform marketplace* menyediakannya. Ini akan memberikan tingkat keamanan tambahan.
6. **Lakukan Review:** Setelah melakukan transaksi, lakukan *review*. Ini akan membantu penjual lain untuk membuat keputusan yang lebih baik dan juga membantu *platform marketplace* dalam meningkatkan keamanan dan kualitas layanan mereka.

Selain itu juga dilakukan langkah mitigasi berupa:

7. Perlindungan informasi: Pastikan bahwa informasi sensitif seperti nomor kartu kredit atau informasi akun bank Anda tidak disalahgunakan dengan cara melindungi data pribadi dan menggunakan koneksi internet yang aman dan terenkripsi saat melakukan transaksi.
8. Pemeriksaan produk: Pastikan produk yang konsumen beli sesuai dengan deskripsi dan gambar yang ditampilkan. Jangan ragu untuk meminta penjelasan atau gambar tambahan jika konsumen memiliki keraguan tentang produk yang akan dibeli.
9. Pengiriman dan pemenuhan pesanan: Pastikan bahwa metode pengiriman yang dipilih adalah aman dan andal, dan pastikan bahwa barang yang dikirimkan sudah diperiksa terlebih dahulu sebelum dikirimkan. Jika ada masalah dengan pengiriman atau pemenuhan pesanan, segera hubungi penjual atau *marketplace* tempat membeli barang.
10. Pemilihan *marketplace* yang terpercaya: Pilih *marketplace* yang sudah terpercaya dan memiliki sistem keamanan yang baik, serta dapat memberikan perlindungan untuk pembeli dan penjual dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.
11. Membaca dan memahami syarat dan ketentuan dari pihak *marketplace* sebelum melakukan transaksi: Pastikan untuk membaca dan memahami syarat dan ketentuan dari *marketplace* atau situs *platform marketplace* tempat konsumen bertransaksi, termasuk kebijakan pengembalian, ganti rugi, dan kebijakan privasi dan aturan yang berlaku. Dengan pemahaman yang baik terutama terhadap ketentuan yang berlaku seperti UUPK dan langkah-langkah perlindungan konsumen ini, kiranya dapat menjadi konsumen yang cerdas dan mampu melindungi diri sendiri dalam transaksi jual beli, baik di *marketplace* maupun dalam transaksi konvensional.
12. Memeriksa reputasi dan keandalan penjual atau pedagang sebelum membeli produk.
13. Menjaga privasi dan keamanan data pribadi, termasuk memastikan bahwa situs *web* yang digunakan aman dan terverifikasi.

14. Menggunakan metode pembayaran yang aman dan terpercaya.
15. Melakukan penelitian dan membandingkan harga serta kualitas produk sebelum membeli.

2. Identifikasi Risiko dan Mitigasi Risiko pada Pelaku Usaha

Selain identifikasi risiko pada konsumen, juga dilakukan indentifikasi risiko pada pelaku usaha dalam hal ini toko *online*. Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, pelaku usaha dapat mengalami kerugian jika terjadi tuntutan ganti rugi dari konsumen yang mengalami kerugian akibat kesalahan atau kelalaian pelaku usaha. Kerugian ini dapat meliputi:⁶⁶

- Kerugian finansial akibat pengembalian uang atau produk yang dibeli;
- Kerugian reputasi, dan biaya hukum. Dimana pelaku usaha kadang dirugikan akibat dampak dari kerugian konsumen atau pembeli selaku konsumen yang melakukan penipuan. Jika pembeli/konsumen dalam transaksi melakukan penipuan dengan mengklaim tidak menerima barang padahal sebenarnya telah menerima, maka hal ini dapat dikategorikan sebagai salah satu modus penipuan belanja *online*.⁶⁷ Modus penipuan ini biasanya terjadi ketika penjual / pelaku usaha memberikan nomor resi palsu kepada pembeli / konsumen seolah-olah barang sudah dikirim, namun pembeli tidak pernah menerima barang tersebut. *Tracking* resi pun tidak sesuai dengan data si pembeli. Saat penjual dihubungi, dia menghindar dan hilang entah kemana. Keluhan lain yang tidak berdasar, jika pembeli /konsumen mengajukan keluhan yang tidak berdasar atas produk yang dijual oleh pelaku usaha. Konsumen yang merasa tidak puas atas barang yang dibelinya dan meretur barang tersebut kepada pelaku usaha. Hal tersebut bisa disebabkan oleh berbagai alasan yang berkaitan dengan:

⁶⁶ Mochammad Januar Rizki, "Melihat Risiko Pelanggaran Persaingan Usaha di Sektor E-Commerce", Diakses pada tanggal 6 Juli 2020 Pukul 20.35 WIB., <https://hukumonline.com/berita>.

⁶⁷ Redva Kaurvakii, "Catat, Ini Modus Penipuan Belanja Online Terhadap Penjual dan Pembeli", Diakses pada tanggal 7 Mei 2023 Pukul 09.10 WIB., <https://pandagila.com>.

- Kualitas produk tidak sesuai;
- Tingkat pelayanan yang diberikan tidak memadai; atau
- Harapan yang tidak terpenuhi.⁶⁸

Dimana konsumen tidak menggunakan mekanisme sesuai dengan mekanisme yang telah ditentukan oleh pelaku usaha atau terkadang terdapat pelaku usaha yang belum mengatur mekanisme retur oleh konsumen. Pelanggaran privasi jika *platform marketplace* yang digunakan oleh pelaku usaha tidak dapat menjaga kerahasiaan data pribadi konsumen, dimana data pribadi konsumen mengalami kebocoran yang dijual oleh pihak lain.⁶⁹ Dengan demikian terjadi pelanggaran privasi pada pelaku usaha. Terhadap hal tersebut, pelaku usaha dapat melaporkan masalah ini kepada *platform marketplace* yang digunakan dan meminta bantuan untuk menyelesaikan masalah ini.

- Konsumen yang tidak melakukan itikad baik berupa tidak melakukan pembayaran terhadap barang yang sudah dipesan dalam sistem *pre order (PO)*. Perlindungan hukum terhadap pelaku usaha yang mengalami kerugian adalah berupa ganti kerugian dan/atau sanksi pidana terhadap konsumen bilamana konsumen tetap tidak mengganti kerugian sebagaimana dimaksud dan perbuatannya telah memenuhi unsur pidana. Akibat hukum terhadap konsumen yang tidak melakukan itikad baik dalam bertransaksi, yaitu :⁷⁰
 - (a) Menimbulkan tanggung jawab mutlak (*strict liability*) terhadap kerugian yang dialami oleh pelaku usaha;
 - (b) Menimbulkan gigitan ganti kerugian dari pelaku usaha;
 - (c) Menimbulkan tuntutan pidana berdasarkan ketentuan pidana pada UU ITE, BAB 13 UUPK dan/atau ketentuan pidana dalam KUHP.
- Keluhan yang tidak berdasar . .Jika Konsumen mengajukan keluhan yang tidak berdasar atas produk yang dijual oleh pelaku usaha, maka pelaku usaha dapat memberikan penjelasan yang jelas dan berdasar untuk mempertahankan produknya.

⁶⁸ Muchlisin Riadi, "Kepuasan Konsumen (Pengertian, Aspek, Strategi dan Indikator)", Diakses pada tanggal 7 Januari 2021 Pukul 20.10 WIB., <https://kajianpustaka.com>.

⁶⁹ Joddy Mulyasetya Putra, "Data Pribadi Konsumen E-Commerce Bocor dan Dijual Pihak Lain, Bagaimana Hukumnya ?", Diakses pada tanggal 17 Agustus 2021 Pukul 21.45 WIB., <https://kompas.com/konsultasihukum>.

⁷⁰ Chory Ayu Sugesti, dkk., "Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Online Shop yang mengalami Kerugian yang disebabkan oleh Konsumen di Kota Singaraja", *Jurnal Komunitas Yustisia Universitas Pendidikan Ganesha Program Studi Ilmu Hukum* 3, no. 3 (2020): 166.

- Pelanggaran privasi Jika *platform marketplace* yang digunakan oleh pelaku usaha tidak dapat menjaga privasi data pelaku usaha atau terjadi pelanggaran privasi pada pelaku usaha, maka pelaku usaha dapat melaporkan masalah ini kepada *platform marketplace* atau pihak yang berwenang.
- Dalam semua kasus di atas, pelaku usaha harus memastikan bahwa *platform marketplace* yang digunakan memiliki kebijakan perlindungan yang jelas dan mematuhi standar keamanan dan privasi yang berlaku. Pelaku usaha juga dapat mencari bantuan dari lembaga atau organisasi yang terkait untuk membantu menyelesaikan masalah yang timbul dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

Adapun identifikasi potensi risiko yang muncul pada pelaku usaha pada *platform marketplace* memunculkan potensi risiko pada pelaku usaha perlu juga dilakukan. Hal ini dikarenakan pelaku usaha juga dapat mengalami kerugian akibat pelanggaran persaingan usaha dalam sektor transaksi jual beli pada *platform marketplace*. Pelanggaran persaingan usaha dapat terjadi dalam berbagai bentuk, seperti diskriminasi harga, kartel, dan praktik bisnis yang merugikan konsumen. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran persaingan usaha dapat dikenakan sanksi oleh otoritas yang berwenang dan mengalami kerugian finansial akibat denda atau sanksi lainnya. Beberapa contoh kasus perlindungan terhadap pelaku usaha pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*:

1. Konsumen yang melakukan penipuan. Jika konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* melakukan penipuan dengan mengklaim tidak menerima barang padahal sebenarnya telah menerima, maka pelaku usaha dapat melaporkan masalah ini kepada *platform marketplace* yang digunakan dan meminta bantuan untuk menyelesaikan masalah ini.

Tindakan konsumen yang memalsukan alamat, nomor handphone, bahkan bukti transfer yang tentunya menyebabkan kerugian bagi pelaku usaha. Ketika unsur penipuan di Pasal 378 KUHP dalam suatu transaksi *online* terpenuhi maka pihak pelaku usaha sebagai pihak yang dirugikan dapat mengajukan laporan atas tindak pidana penipuan. Langkah yang dapat diambil oleh pelaku usaha untuk mendapatkan haknya kembali dapat diawali dengan cara kekeluargaan. Namun apabila konsumen tidak menghiraukan atau bahkan tidak dapat dihubungi untuk menyelesaikan permasalahan tersebut secara kekeluargaan dengan adanya unsur tidak beritikad baik, maka konsumen tersebut dapat digugat secara perdata dan/atau dilaporkan ke pihak kepolisian untuk dapat diproses secara pidana. Melakukan tuntutan hak memiliki beberapa jenis gugatan, salah satunya adalah gugatan biasa. Gugatan biasa dalam perkara perdata terdiri dari dua pihak yaitu penggugat dan tergugat. Dalam perkara perdata, untuk mengajukan tuntutan hak dapat dilakukan dengan dua cara yaitu lisan maupun tertulis.

Pengajuan tuntutan hak melalui gugatan biasa merupakan suatu pengajuan tuntutan hak oleh subjek hukum yang satu kepada subjek hukum lainnya atas suatu sengketa keperdataan, baik berupa wanprestasi maupun perbuatan melawan hukum, dimana pada diri pihak yang mengajukan tuntutan hak (gugatan) mengalami kerugian langsung maupun kerugian materiil sebagai akibatnya. Selain gugatan biasa, terdapat pula gugatan secara *class action* atau gugatan perwakilan. Pengaturan

mengenai *class action* di Indonesia terdapat dalam PERMA Nomor 1 Tahun 2002 tentang Acara Gugatan Perwakilan Kelompok.⁷¹ Namun pada saat penulis melakukan riset di Poltabes Palembang, kasus perdagangan *online* yang menimpa konsumen antara lain, seperti pelaku usaha yang tidak menggunakan atau melengkkapi label berbahasa Indonesia pada barang yang diperdagangkan di dalam negeri, dimana terhadap pelaku usaha dikenakan sanksi sebagaimana yang diatur dalam Pasal 77A Permendag Nomor 25 Tahun 2021 tentang Penetapan Barang yang Wajib Menggunakan atau Melengkkapi Label Berbahasa Indonesia, pelaku usaha yang melakukan kegiatan usaha perdagangan tidak memiliki perizinan dikenakan sanksi sebagaimana yang diatur dalam Pasal 24 ayat (1) Permendag Nomor 25 Tahun 2021, penyedia jasa yang memperdagangkan jasa di dalam negeri yang tidak memenuhi SNI dikenakan sanksi Pasal 60 ayat (1) Permendag.⁷²

2. Keluhan yang tidak berdasar. Jika konsumen mengajukan keluhan yang tidak berdasar atas produk yang dijual oleh pelaku usaha, maka pelaku usaha dapat memberikan penjelasan yang jelas dan berdasar untuk mempertahankan produknya.
3. Pelanggaran privasi. Jika *platform marketplace* yang digunakan oleh pelaku usaha tidak dapat menjaga privasi data pelaku usaha atau terjadi pelanggaran privasi pada pelaku usaha, maka pelaku usaha dapat melaporkan masalah ini kepada *platform marketplace* atau pihak yang berwenang.

⁷¹ Rizka Noor Hashela, "Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Dalam Kegiatan Jual Beli Secara Online", Diakses pada tanggal 18 Agustus 2024 Pukul 11.33 WIB., <https://jdih.tanahlautkab.go.id/>.

⁷² Hasil wawancara dengan Bapak Ipda Okta Kuncoro dari Satuan Reserse Kriminal Tindak Pidana Khusus Polrestabes Palembang tanggal 15 November 2023.

Dalam semua kasus di atas, pelaku usaha harus memastikan bahwa *platform marketplace* yang digunakan memiliki kebijakan perlindungan yang jelas dan mematuhi standar keamanan dan privasi yang berlaku. Pelaku usaha juga dapat mencari bantuan dari lembaga atau organisasi yang terkait untuk membantu menyelesaikan masalah yang timbul dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

Sesuai dengan Pasal 6 huruf (b) UUPK, pelaku usaha berhak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik. Berikut adalah beberapa contoh kasus perlindungan terhadap pelaku usaha pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*:

1. Konsumen yang melakukan penipuan. Jika konsumen dalam transaksi pada *platform marketplace* melakukan penipuan dengan mengklaim tidak menerima barang padahal sebenarnya telah menerima, maka pelaku usaha dapat melaporkan masalah ini kepada *platform marketplace* yang digunakan dan meminta bantuan untuk menyelesaikan masalah ini. *Marketplace* memiliki tanggung jawab untuk menangani pengaduan dari pelaku usaha terkait penipuan oleh konsumen. Tindakan yang dilakukan meliputi: penyediaan layanan pengaduan, proses penyelesaian dan monitoring serta penegakan aturan.
2. Keluhan yang tidak berdasar. Jika konsumen mengajukan keluhan yang tidak berdasar atas produk yang dijual oleh pelaku usaha, maka pelaku usaha dapat memberikan penjelasan yang jelas dan berdasar untuk mempertahankan produknya.

3. Pelanggaran privasi Jika *platform marketplace* yang digunakan oleh pelaku usaha tidak dapat menjaga privasi data pelaku usaha atau terjadi pelanggaran privasi pada pelaku usaha, maka pelaku usaha dapat melaporkan masalah ini kepada *platform marketplace* atau pihak yang berwenang.
4. Dalam semua kasus di atas, pelaku usaha harus memastikan bahwa *platform marketplace* yang digunakan memiliki kebijakan perlindungan yang jelas dan mematuhi standar keamanan dan privasi yang berlaku. Pelaku usaha juga dapat mencari bantuan dari lembaga atau organisasi yang terkait untuk membantu menyelesaikan masalah yang timbul dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

Adapun beberapa upaya untuk mengurangi atau meminimalisir dampak negatif dari berbagai risiko yang mungkin terjadi bagi pelaku usaha, dalam *platform marketplace* meliputi, yaitu: ⁷³

1. **Mematuhi Perlindungan Konsumen:** Pelaku usaha harus mematuhi perlindungan konsumen dan memastikan bahwa mereka menyediakan produk atau layanan yang sesuai dengan standar dan regulasi yang berlaku. Ini termasuk menyediakan informasi yang benar dan akurat, memberikan layanan purna jual yang baik, dan memproses pengembalian dan penukaran dengan bijak.
2. **Menghindari Perbuatan Melawan Hukum:** Pelaku usaha juga harus menghindari perbuatan melawan hukum, seperti memakai nama palsu, menggunakan martabat/keadaan palsu, atau melakukan penipuan. Jika terdeteksi melakukan perbuatan melawan hukum, mereka dapat dituntut hukum dan harus mengganti kerugian yang timbul.

⁷³ Atia Nadira, *loc. cit.*

3. Melakukan **riset tentang Kebutuhan Pelanggan**: Melakukan riset tentang kebutuhan pelanggan dan merancang produk atau layanan yang menyesuaikan dengan kebutuhan tersebut dapat membantu bisnis untuk tetap relevan dan unggul.
4. **Waspada dan jangan mudah percaya**: Sebagai pemilik bisnis, penting untuk selalu waspada dan tidak mudah percaya dengan pelanggan. Ini termasuk memverifikasi data pelanggan dan menyediakan mekanisme untuk melaporkan penipuan.
5. **Tentukan Strategi Pemasaran yang Menarik**: Strategi pemasaran yang efektif dapat menarik perhatian pelanggan dan membantu bisnis untuk tetap relevan dan unggul. Ini bisa mencakup komunikasi yang baik dengan pelanggan, penggunaan media sosial untuk mempromosikan bisnis, dan penawaran promosi dan diskon yang menarik.
6. **Penggunaan Teknologi Keamanan**: Pelaku usaha harus menggunakan teknologi keamanan yang terjamin, seperti *SSL (Secure Sockets Layer)* dan *HTTPS*, untuk melindungi data pelanggan dan transaksi.
7. **Verifikasi Identitas Konsumen**: Pelaku usaha harus melakukan verifikasi identitas konsumen sebelum melakukan transaksi.
8. **Penggunaan Metode Pembayaran yang Aman**: Pelaku usaha harus menggunakan metode pembayaran yang aman dan terjamin keamanannya, seperti menggunakan kartu kredit yang dilindungi oleh teknologi *3D Secure*.
9. **Pengawasan Transaksi**: Pelaku usaha harus memantau transaksi secara ketat dan segera menghubungi konsumen jika terjadi kesalahan atau kecurangan.
10. **Penggunaan Asuransi**: Pelaku usaha dapat menggunakan asuransi untuk melindungi investasi mereka dalam bisnis *e-commerce*.

Dalam perspektif perlindungan konsumen untuk meminimalisir potensi risiko tuntutan ganti rugi konsumen yang dirugikan. Mitigasi risiko yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha, yaitu pelaku usaha juga harus memastikan bahwa mereka memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang produk yang mereka jual dan memastikan bahwa konsumen dapat memahami informasi tersebut. Selain itu, pelaku usaha harus memastikan bahwa mereka tidak melakukan praktik bisnis yang menyesatkan atau merugikan konsumen. Untuk mengatasi risiko kerugian pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, pelaku usaha dapat meningkatkan sistem keamanan dan melakukan verifikasi identitas konsumen sebelum melakukan transaksi.

pelaku usaha juga dapat meningkatkan kualitas produk dan memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang produk yang mereka jual. Selain itu, pelaku usaha dapat memperkuat kebijakan pengembalian dan menjamin bahwa konsumen dapat mengajukan klaim jika terjadi kerugian pada transaksi yang dilakukan.

Adapun mitigasi risiko yang dilakukan oleh *marketplace* sebagai pihak ketiga yang memfasilitasi interaksi antara konsumen dan pelaku usaha serta membantu proses transaksi atau dengan kata lain sebagai pihak yang menyediakan tempat untuk bertransaksi dalam bentuk toko *online*. Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Oke Nurwan menjelaskan bahwa pelaku usaha PMSE, pedagang dan penyedia sarana perantara wajib memiliki izin usaha sebagaimana tertuang dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang PMSE dan Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam PMSE. Dengan demikian bagi pedagang luar negeri pun wajib memiliki izin usaha berupa mendaftarkan diri ke *marketplace* yang ada dan secara otomatis *marketplace* harus menunjukkan atau mencantumkan asal pedagang tersebut.⁷⁴

3. Identifikasi Risiko dan Mitigasi Risiko pada *Marketplace*

Selain berpotensi memunculkan kerugian pada konsumen dan pelaku usaha, pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* juga berpotensi

⁷⁴ Lim Fatimah Timorria, "Pelapak E-Commerce Bakal Diatur Ketat, Ini Alasan Pemerintah", Diakses pada tanggal 17 Mei 2021 Pukul 08.15 WIB., <https://bisnis.com>.

memunculkan potensi risiko pada *marketplace*, sehingga perlu dilakukan identifikasi. Dimana *marketplace* dalam penyelenggaraan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* berpotensi mengalami potensi risiko kerugian. Sebagai sebuah *platform digital* yang mempertemukan antara penjual dan pembeli dalam sebuah transaksi *e-commerce*, *marketplace* memiliki sistem keamanan yang baik, tetapi masih terdapat celah untuk dapat melakukan kecurangan, salah satunya dengan menjual barang yang tidak sesuai gambar. Kerugian yang menimpa *marketplace* terjadi tuntutan ganti rugi dari konsumen yang mengalami kerugian akibat kesalahan atau kelalaian *marketplace* dalam menyediakan layanan mereka. Untuk itu, *marketplace* perlu melakukan identifikasi risiko yang mungkin timbul pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Identifikasi yang dilakukan oleh *marketplace* untuk memastikan operasional dan transaksi yang berjalan dengan lancar dan aman. Berikut adalah beberapa identifikasi risiko yang perlu dilakukan oleh *marketplace* terdiri dari: ⁷⁵

1. **Risiko Keamanan Data:** *Marketplace* harus melindungi data pengguna dan transaksi dengan cara yang tepat. Risiko ini mencakup akses tidak sah, pencurian data, dan serangan *cyber*.
2. **Risiko Penipuan:** *Marketplace* harus melindungi pengguna dari penipuan, seperti penjual yang mencoba menipu pengguna dengan menawarkan barang atau jasa yang tidak ada atau tidak sesuai.
3. **Risiko Kehilangan Transaksi:** *Marketplace* harus melindungi pengguna dari kehilangan transaksi, seperti pembatalan transaksi oleh penjual atau pembatalan oleh sistem.

⁷⁵ Puja Rahayu dan Sahnun Rangkuti., "Analisis Manajemen Risiko Penggunaan Aplikasi E-Commerce dalam Transaksi Penjualan CV. Roti Aroma Bakery dan Cake Shop Medab", *Jurnal Bisnis Net (Jurnal Ekonomi dan Bisnis) Universitas Dharmawangsa* 5, no. 1 (Januari - Juni 2022): 55-68.

1. **Risiko Retensi:** *Marketplace* harus melindungi pengguna dari retensi, seperti penjual yang menolak untuk mengirimkan barang atau jasa yang telah dibayar.
2. **Risiko Klaim Pelanggan:** *Marketplace* harus melindungi pengguna dari klaim yang tidak sah dari penjual.

Identifikasi risiko ini membantu *marketplace* dalam merancang dan implementasikan strategi yang tepat untuk mencegah dan mengendalikan risiko tersebut. Identifikasi risiko tersebut bertujuan untuk meminimalisir terhadap potensi kerugian yang mungkin timbul yang meliputi: ⁷⁶

- Kerugian finansial akibat pengembalian uang atau produk yang dibeli, kerugian reputasi, dan biaya hukum. Selain itu, *marketplace* juga dapat mengalami kerugian akibat pelanggaran persaingan usaha dalam sektor transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Pelanggaran persaingan usaha dapat terjadi dalam berbagai bentuk, seperti diskriminasi harga, kartel, dan praktik bisnis yang merugikan konsumen. *Marketplace* yang melakukan pelanggaran persaingan usaha dapat dikenakan sanksi oleh otoritas yang berwenang dan mengalami kerugian finansial akibat denda atau sanksi lainnya.

Selain itu terdapat juga potensi kerugian, seperti:

- Penipuan yang terjadi pada *platform marketplace*. Penggunaan ilegal *platform marketplace*.
- Pelanggaran privasi. Jika terjadi pelanggaran privasi pada *platform marketplace*, maka *marketplace* harus memastikan bahwa data pelanggan dan pelaku usaha dijaga dengan baik dan menindaklanjuti dengan cepat untuk mengatasi masalah privasi yang terjadi.

⁷⁶ Amit Mathradas (Forbes Councils Member), "The Prevalence of The Online Marketplace Model And Its Impact on E-Commerce", Accessed on February 22, 2021 at 09.07 WIB., <https://forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil>.

Adapun beberapa upaya untuk mengurangi atau meminimalisir dampak negatif dari berbagai risiko yang mungkin terjadi bagi konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace* dalam *platform marketplace* meliputi, yaitu:⁷⁷

1. *Marketplace* harus memastikan bahwa semua penjual di *platform* mereka mematuhi kebijakan dan standar yang ditetapkan. Ini bisa mencakup memverifikasi identitas penjual, memonitor aktivitas penjual, dan menyediakan alat dan dukungan untuk membantu penjual mencegah penipuan dan melindungi data pribadi mereka.
2. Menerapkan Kebijakan dan Standar yang ketat: *Marketplace* harus menerapkan kebijakan dan standar yang ketat untuk melindungi konsumen dan penjual. Ini termasuk memverifikasi identitas penjual dan konsumen, memantau aktivitas di *platform*, dan menyediakan alat dan dukungan untuk membantu penjual dan konsumen mencegah penipuan.
3. Menyediakan Sistem Mediasi: *Marketplace* juga harus menyediakan sistem mediasi yang efektif untuk membantu menyelesaikan perselisihan antara penjual dan konsumen. Ini dapat membantu mencegah kerugian yang timbul dari perlawanan dan memastikan bahwa semua pihak mendapatkan hasil yang adil.

Untuk mengatasi risiko kerugian pada transaksi jual beli pada *platform marketplace*, maka *marketplace* dapat menerapkan berbagai bentuk mitigasi risiko untuk memastikan operasional dan transaksi yang berjalan dengan lancar dan aman, yaitu:⁷⁸

1. **Peningkatan Keamanan Data:** *Marketplace* dapat menerapkan berbagai teknologi dan prosedur untuk melindungi data pengguna dan transaksi. Misalnya, enkripsi data, otentikasi 2 (dua) faktor, dan audit keamanan secara berkala. *Marketplace* dapat meningkatkan sistem keamanan dan melakukan verifikasi identitas penjual sebelum menyetujui penjual untuk menjual produk di *platform* mereka. *Marketplace* juga dapat meningkatkan kualitas produk dan memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang produk yang dijual oleh penjual di *platform* mereka. Selain itu, *marketplace* dapat memperkuat kebijakan pengembalian dan menjamin bahwa konsumen dapat mengajukan klaim jika terjadi kerugian pada transaksi yang dilakukan.

⁷⁷ Atia Nadira, *loc. cit.*

⁷⁸ *Ibid.*

2. **Pengawasan Penjual:** *Marketplace* dapat melakukan pengawasan terhadap penjual untuk mencegah penipuan. Misalnya, dengan memeriksa profil penjual, mengevaluasi ulasan dan *feedback* dari pembeli, dan menyediakan sistem komplain.
3. **Pelayanan Pelanggan yang baik:** *Marketplace* dapat menyediakan layanan pelanggan yang baik untuk membantu pengguna menyelesaikan masalah atau klaim. Misalnya, dengan menyediakan tim dukungan pelanggan, forum diskusi, dan prosedur komplain yang jelas.
4. **Penyediaan Edukasi Keamanan:** *Marketplace* dapat menyediakan edukasi keamanan untuk membantu pengguna memahami dan menghindari risiko keamanan. Misalnya, dengan menyediakan artikel dan video tentang cara menjaga keamanan *online*, dan memberikan tips dan trik untuk mencegah penipuan.
5. **Penerapan Syarat dan Ketentuan yang Jelas:** *Marketplace* dapat menerapkan syarat dan ketentuan yang jelas dan transparan untuk melindungi hak dan kepentingan pengguna. Misalnya, dengan menjelaskan clauses yang mungkin mempengaruhi pengguna, dan memberikan arahan tentang cara membaca dan memahami syarat dan ketentuan.

Jika ada pelaku usaha yang menggunakan *platform marketplace* untuk menjual barang atau jasa yang *illegal* dan terjadi pelanggaran privasi, maka *marketplace* harus memastikan bahwa akun tersebut dihapus dan memberikan penjelasan yang jelas kepada publik mengenai tindakan yang diambil. Hal ini karena menurut penulis, sebagai pihak ketiga, *platform marketplace* sesungguhnya memiliki peran penting dalam menengahi sengketa dan memfasilitasi ganti rugi antara konsumen dengan pelaku usaha. *Marketplace* sebagai *platform* yang memfasilitasi aplikasi belanja *online* dan yang membuat kontrak *online/digital* dalam *platform marketplace*. Walaupun secara regulasi, belum diakuinya pihak ketiga dalam UUPK, namun pengaturan mengenai *marketplace* ini dapat ditemukan dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang mengatur

bahwa yang dimaksudkan dengan pengertian Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE) adalah “pelaku usaha penyedia sarana komunikasi elektronik yang digunakan untuk transaksi perdagangan”.⁷⁹

Marketplace dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* berpotensi juga menghadapi risiko. Baru-baru ini terjadi *marketplace unicorn* terbesar di Indonesia diretas dan data pribadi penggunanya jatuh kepada pihak ketiga secara melawan hukum. Padahal dengan telah diberlakukannya UU PDP. Dikaitkan dengan perlindungan hukum pada *marketplace* pada transaksi jual beli melalui *platform* perdagangan *online*, maka data pribadi dan informasi para pengguna dijaga kerahasiaannya dan tidak disalahgunakan oleh pihak yang tidak berwenang.

Data pribadi dalam *platform marketplace* dapat bocor atau terjebak di tangan pihak yang tidak berwenang melalui beberapa cara:⁸⁰

1. **Serangan Cyber:** Serangan *cyber* adalah salah satu cara paling umum bocornya data pribadi. Penyerang dapat mengakses database yang tidak aman dan mencuri data pribadi pengguna.
2. **Pencurian Identitas:** Pencurian identitas adalah proses di mana penyerang mengumpulkan informasi pribadi pengguna seperti nama, alamat, nomor telepon, dan detail akun bank, dan kemudian menggunakannya untuk mencuri uang atau membeli barang.
3. **Penyalahgunaan Aplikasi:** Aplikasi yang tidak aman atau *malicious apps* dapat mengakses dan mencuri data pribadi pengguna.\

⁷⁹ Pasal 1 Butir 7 Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

⁸⁰ Novina Putri Bestari (CNBC Indonesia), “Cara Cek dan Melindungi Data Pribadi Bocor di Internet”, Diakses pada tanggal 2 Februari 2023 Pukul 20.25 WIB., <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230202074601-37-410248/cara-cek-dan-melindungi-data-pribadi-bocor-di-internet>.

4. **Penggunaan Fitur Pencarian:** *Platform* seperti *Google* dapat menyimpan informasi pribadi pengguna dalam hasil pencarian, yang dapat dilihat oleh siapa saja.

Pelaku dalam *platform marketplace* dapat mencuri data pribadi untuk berbagai alasan, termasuk:⁸¹

1. **Penjualan Data:** Beberapa pelaku mungkin mencuri data pribadi pengguna untuk menjualnya kepada pihak ketiga. Hal ini dapat dilakukan untuk berbagai tujuan, seperti pemasaran, penelitian, atau analisis pasar.
2. **Pencurian Identitas:** Pelaku juga dapat mencuri data pribadi untuk melakukan pencurian identitas. Mereka dapat menggunakan informasi tersebut untuk membuka akun bank, memesan barang, atau melakukan transaksi lainnya.
3. **Penipuan:** Pelaku dapat mencuri data pribadi untuk melakukan penipuan. Mereka dapat menggunakan informasi tersebut untuk menciptakan situasi yang mencurigakan atau mengingatkan pengguna untuk melakukan tindakan tertentu.
4. **Penggunaan Sendiri:** Beberapa pelaku mungkin mencuri data pribadi untuk penggunaan pribadi mereka sendiri. Mereka dapat menggunakan informasi tersebut untuk tujuan pribadi, seperti mendekati atau mencari hubungan romantik.

Untuk mencegah kebocoran dan pencurian data pribadi, penting untuk selalu menggunakan teknologi dan prosedur yang aman. Ini termasuk menggunakan kata sandi yang kuat, memperbarui *software* dan *hardware* secara teratur, dan hanya menggunakan aplikasi dan situs *web* yang dikenal dan aman. Pelaku dalam jual beli melalui *platform marketplace* harus mematuhi hukum dan regulasi yang berlaku, termasuk hukum

⁸¹ Smartlegal.id, "5 Hal Yang Harus Diperhatikan Oleh E-Commerce Terkait Data Pribadi Konsumen", Diakses pada tanggal 13 Februari 2021 Pukul 16.40 WIB., <https://www.smartlegal.id/galeri-hukum/perlindungan-konsumen/2021/02/13/5-hal-yang-harus-diperhatikan-oleh-e-commerce-terkait-data-pribadi-konsumen/>.

perlindungan data pribadi. Ini termasuk mengumpulkan, menggunakan, dan melindungi data pribadi pengguna dengan cara yang etis dan transparan. Untuk itu, sesuai dengan Pasal 16 ayat (2) huruf (e) UU PDP mengatur bahwa untuk pemrosesan Data Pribadi dilakukan dengan melindungi keamanan Data Pribadi dari pengaksesan yang tidak sah, pengungkapan yang tidak sah, perubahan yang tidak sah, penyalahgunaan, perusakan, dan/atau penghilangan Data Pribadi.

Selanjutnya dalam Pasal 16 ayat (2) huruf (f) UU PDP diatur bahwa pemrosesan Data Pribadi dilakukan dengan memberitahukan tujuan dan aktivitas pemrosesan serta kegagalan Perlindungan Data Pribadi, sedangkan pada Pasal 16 ayat (2) huruf (h) UU PDP diatur bahwa pemrosesan Data Pribadi dilakukan secara bertanggung jawab dan dapat dibuktikan secara jelas diharapkan kebobolan terhadap data pribadi dapat lebih diminimalisir dalam rangka memberikan perlindungan hukum.

Marketplace umumnya menyediakan lapisan keamanan tambahan untuk setiap transaksi yang terjadi, seperti sistem pembayaran secara *escrow account* atau lebih umum dikenal sebagai rekening bersama. Penyedia *platform marketplace* juga bertanggung jawab untuk terus membentengi *platformnya* dari berbagai ancaman dan risiko, seperti serangan *bot* dan *malware*, meningkatkan keandalan autentifikasi dan perlindungan akun, serta memastikan *platform* yang aman dan nyaman, baik untuk pedagang maupun untuk

konsumen. Pengguna *platform* juga diharapkan aktif melaporkan kejanggalan yang diamatinya sebelum berkembang menjadi insiden serius.⁸²

Penyedia *platform* sebagai penyelenggara sistem elektronik memiliki tugas untuk menyediakan informasi mengenai penjual, barang, dan/atau jasa yang dijual secara *online* guna mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi perdagangan melalui sistem elektronik. Namun, di lain sisi penyedia *platform* juga rentan dalam penyalahgunaan data dan/atau informasi yang melanggar hukum dimana dilakukan oleh pemilik akun dan/atau pengunggah dengan tujuan mencari keuntungan. Untuk itu harus mengetahui tanggung jawab penyedia *platform* agar dapat menjamin terseenggaranya penyelenggaraan sistem elektronik yang aman, andal dan bertanggung jawab. Melalui huruf C angka 1 Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2016 tentang Batasan dan Tanggung Jawab Penyedia Platform dan Pedagang (*Merchant*) Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*Electronic Commerce*) yang berbentuk *User Generated Content*, diketahui bahwa kewajiban penyedia *platform* adalah sebagai berikut:⁸³

1. Menyajikan syarat dan ketentuan penggunaan *platform* yang sekurang-kurangnya memuat hal-hal sebagai berikut : kewajiban dan hak pedagang atau pengguna dalam menggunakan layanan *platform*; kewajiban dan hak penyedia *platform* dalam melaksanakan kegiatan usaha; ketentuan mengenai pertanggungjawaban terhadap konten yang diunggah.

⁸² Euis Rita Hartati, "Keamanan Dan Kenyamanan Transaksi E-Commerce Harus Jadi Perhatian Khusus", Diakses pada tanggal 6 Mei 2022 Pukul 09.31 WIB., <https://investor.id/business/keamanan-dan-kenyamanan-transaksi-ecommerce-harus-jadi-perhatian-khusus>.

⁸³ Suria Nataadmadja & Associates (Advocates & Legal Consultants), "Kewajiban dan Tanggung Jawab Penyedia Platform Terhadap Penyalahgunaan Konten", Diakses pada tanggal 17 Februari 2022 Pukul 11.15 WIB., <https://surialaw.com>.

2. Menyediakan sarana pelaporan yang dapat digunakan untuk menyampaikan aduan mengenai konten yang dilarang di *platform* yang dikelolanya, untuk mendapatkan informasi paling sedikit meliputi: tautan (*link*) yang spesifik mengarah ke konten yang dilarang; alasan laporan konten yang dilarang; bukti-bukti penunjang laporan, seperti *screenshot*, pernyataan, sertifikat merek, surat kuasa.
3. Melakukan tindakan terhadap aduan atau pelaporan atas konten, antara lain:
 - a. melakukan pemeriksaan kebenaran laporan dan meminta pelapor untuk melengkapi persyaratan dan/atau menyertakan informasi tambahan lainnya terkait dengan aduan dan/atau pelaporan dalam hal diperlukan;
 - b. melakukan tindakan penghapusan dan/atau pemblokiran terhadap konten yang dilarang;
 - c. memberikan notifikasi ke pedagang bahwa konten yang diunggahnya adalah konten yang dilarang;
 - d. menyediakan sarana bagi pedagang (*merchant*) untuk melakukan sanggahan bahwa konten yang diunggahnya bukan konten yang dilarang;
 - e. menolak aduan dan/atau pelaporan apabila konten yang dilaporkan bukan merupakan konten yang dilarang.
4. Memperhatikan jangka waktu penghapusan dan/atau pemblokiran terhadap pelaporan konten yang dilarang:
 - a. Untuk konten yang dilarang yang mendesak adalah selambat-lambatnya 1 (satu) hari kalender sejak laporan diterima oleh penyedia *platform*. Konten yang dilarang mendesak termasuk, namun tidak terbatas pada: Produk barang atau jasa yang berbahaya bagi kesehatan; mengancam keamanan negara; perdagangan manusia dan/atau organ tubuh manusia; terorisme; dan/atau konten lain yang ditentukan oleh peraturan perundang-undangan.
 - b. Konten yang dilarang yang mendesak selain daripada yang telah disebutkan di nomor 4 (a) adalah selambat-lambatnya 7 (tujuh) hari kalender sejak laporan diterima penyedia *platform*;
 - c. Konten yang dilarang yakni konten yang berkaitan dengan barang dan/atau jasa yang memuat konten yang melanggar hak kekayaan intelektual adalah selambat-lambatnya 14 (empat belas) hari kalender sejak aduan dan/atau pelaporan diterima oleh penyedia *platform* dengan dilengkapi oleh bukti pendukung yang diperlukan.
5. Melakukan evaluasi dan/atau *monitoring* secara aktif terhadap kegiatan penyelenggaraan pedagang (*merchant*) dalam *platform*.
6. Mematuhi kewajiban lain yang ditetapkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Selain itu menghindari memberikan data pribadi, seperti nomor identitas atau nomor kartu kredit, kecuali jika diperlukan untuk transaksi. Selain itu memastikan bahwa *website* atau aplikasi yang digunakan untuk bertransaksi memiliki sertifikat SSL yang valid dan terbaru. Sertifikat ini memastikan bahwa *website* atau aplikasi tersebut aman dan data yang diinputkan oleh konsumen akan dienkripsi. Dimana konsumen berhak atas keamanan data pribadi dan Informasi transaksi yang dihasilkan dari transaksi pada *platform marketplace*. Jangan mudah tergiur dengan diskon besar atau hadiah / *reward* yang ditawarkan oleh pihak yang tidak dikenal. Jangan memberikan kode OTP kepada pihak ketiga. OTP merupakan kode yang hanya diketahui oleh konsumen dan digunakan sebagai verifikasi saat melakukan transaksi. Konsumen juga harus memastikan bahwa OTP tersebut hanya digunakan untuk transaksi yang dilakukan sendiri. Jangan mudah terpancing dengan iming-iming hadiah atau hadiah undian yang menawarkan hadiah berupa uang tunai atau barang mahal. Biasanya, hadiah tersebut hanya berupa tipuan untuk mengambil data pribadi konsumen.⁸⁴ Selain itu, untuk mengurangi risiko tersebut, dapat dilakukan beberapa upaya mitigasi risiko seperti menggunakan sistem keamanan yang baik, melakukan *back up* data secara teratur, memastikan adanya sistem pemulihan yang baik jika terjadi kerusakan, dan melakukan pelayanan yang baik kepada konsumen. Hal ini bertujuan untuk meminimalkan risiko penipuan dan penyalahgunaan data dan membantu konsumen untuk membuat keputusan yang tepat dalam membeli produk atau layanan didalamnya.

⁸⁴ Liputan6.com, "Waspada Penipuan Terkait E-Commerce, Jaga Kerahasiaan Data !", Diakses pada tanggal 25 Maret 2022 Pukul 09.15 WIB., <https://www.liputan6.com>.

Dalam semua kasus di atas, *marketplace* harus melakukan mitigasi dengan memastikan bahwa mereka mematuhi standar keamanan dan privasi yang berlaku serta memberikan kebijakan perlindungan yang jelas kepada para pelaku usaha dan konsumen. *Marketplace* juga dapat bekerja sama dengan pihak berwenang untuk menyelesaikan masalah yang lebih serius yang terjadi pada *platform marketplace* mereka. Dalam konteks *marketplace*, baik itu transaksi jual beli konvensional maupun *online*, UUPK tetap berlaku untuk melindungi hak-hak *konsumen*. Konsumen memiliki hak yang sama untuk mendapatkan perlindungan dan keadilan dalam transaksi *online* seperti dalam transaksi konvensional. Pihak *marketplace* sendiri juga memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa pedagang yang beroperasi di *platform* mereka mematuhi aturan perlindungan konsumen.

Dalam praktiknya, agar UUPK dapat diterapkan dengan baik dalam konteks *marketplace* dalam rangka memitigasi risiko, beberapa langkah yang dapat diambil antara lain, yaitu:

1. Pemerintah dan pihak *marketplace* perlu melakukan pengawasan yang lebih ketat terhadap praktik-praktik bisnis yang merugikan konsumen di *platform* tersebut.
2. Pihak *marketplace* perlu memberikan informasi yang jelas kepada konsumen mengenai hak-hak mereka, prosedur penyelesaian sengketa, dan kebijakan perlindungan konsumen yang diterapkan di *platform*. Konsumen harus mampu melaporkan pelanggaran atau masalah yang mereka hadapi kepada pihak *marketplace* dan otoritas yang berwenang.

3. Edukasi kepada konsumen mengenai hak-hak mereka sebagai konsumen dan bagaimana melindungi diri mereka sendiri dalam transaksi *online* juga perlu ditingkatkan.

Di samping UUPK, ada juga regulasi lain yang mengatur transaksi *online* di Indonesia, seperti UU ITE yang mengatur aspek-aspek hukum elektronik, termasuk transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

Upaya mitigasi perlindungan hukum konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, adalah dengan:

1. **Mengatur hak-hak konsumen secara jelas dan tegas dalam UUPK** diantaranya hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur dari pelaku usaha, serta mengajukan komplain jika terjadi kerusakan atau cacat produk serta hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian sebagaimana yang diatur dalam Pasal 4 UUPK. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
2. **Penggunaan Teknologi Keamanan:** *Marketplace* harus menggunakan teknologi keamanan yang terjamin, seperti *SSL (Secure Sockets Layer)* dan *HTTPS*, untuk melindungi data pelanggan dan transaksi.
3. **Verifikasi Identitas Penjual:** *Marketplace* harus melakukan verifikasi identitas penjual sebelum memperbolehkan mereka untuk berjualan di *platform*.

4. **Penggunaan Metode Pembayaran yang Aman:** *Marketplace* harus menggunakan metode pembayaran yang aman dan terjamin keamanannya, seperti menggunakan kartu kredit yang dilindungi oleh teknologi *3D Secure*.
5. **Pengawasan Transaksi:** *Marketplace* harus memantau transaksi secara ketat dan segera menghubungi pelaku usaha jika terjadi kesalahan atau kecurangan.
6. **Penggunaan Asuransi:** *Marketplace* dapat menggunakan asuransi untuk melindungi investasi mereka dalam bisnis *e-commerce*.

Dengan menerapkan strategi mitigasi risiko yang tepat, konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace* dapat mengurangi potensi kerugian dan meningkatkan keamanan transaksi *online*, sehingga memastikan kesuksesan bisnis pada *platform marketplace*.

Selain itu, UU ITE juga terkait dengan perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce*, seperti masalah klausula baku dan perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha. Dimana para pihak yang melakukan Transaksi Elektronik wajib beriktikad baik dalam melakukan interaksi dan/atau pertukaran Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik sebagaimana yang diatur dalam Pasal 17 ayat (1) UU ITE.

Selanjutnya sesuai dengan UU ITE diatur bahwa “Transaksi Elektronik yang dituangkan ke dalam Kontrak Elektronik mengikat para pihak”.⁸⁵

⁸⁵ Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara RI Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 4843 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Lembaran Negara RI Tahun 2024 Nomor 1, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6905. Sekretariat Negara. Jakarta.

Dimana para pihak yang melakukan Transaksi Elektronik harus menggunakan sistem Elektronik yang disepakati. Jadi keabsahan dari klausula baku dalam transaksi *e-commerce* adalah sah selama tidak melanggar pasal 1337 KUHPdata yang menentukan bahwa “suatu sebab adalah terlarang, apabila dilarang oleh undang-undang, atau apabila berlawanan dengan kesusilaan baik atau ketertiban umum” dan UUPK yang mengatur mengenai Klausula Baku. Konsumen dapat melaporkan terkait klausula baku yang mungkin dapat merugikan konsumen ke BPSK meskipun masih dalam pra transaksi. Walaupun sudah dalam tahap setuju, maka perjanjiannya masih sah namun untuk klausula bakunya dapat dimohonkan ke BPSK dan nantinya akan ditindaklanjuti.

Perkembangan teknologi *blockchain* akan mengharuskan konsumen untuk memahami *smart contract* karena pada masa yang akan datang penyelesaian sengketa dapat dilakukan secara *online*. Pada transaksi elektronik yang kerap jadi kendala, yaitu terkait pembuktian bahwa “penyelenggara Sistem Elektronik telah menyelenggarakan Sistem Elektronik secara andal dan aman serta bertanggung jawab terhadap beroperasinya Sistem Elektronik” sebagaimana mestinya sebagaimana yang diatur dalam UU ITE.⁸⁶

Selain itu terdapat juga peraturan-peraturan turunannya, yaitu Peraturan

⁸⁶ *Ibid.*, Pasal 15 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PSTE), Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) dan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik. Dalam transaksi elektronik, penyelenggara juga wajib memberikan rekam jejak elektronik. Rekam jejak dilakukan untuk melakukan penegakan hukum, penyelesaian sengketa, verifikasi, pengujian, dan pemeriksaan lainnya. Apabila penyelenggara elektronik tidak memberikan rekam jejak elektronik, maka dapat dikenakan sanksi berupa pidana penjara maksimal 5 (lima) tahun sebagaimana yang diatur dalam Pasal 100 Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

Pada Pasal 39 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 yang mengatur mengenai sanksi Sanksi Administratif sebagaimana yang diatur dalam Pasal 100 Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019. Pada Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 yang mengatur bahwa yang dimaksudkan dengan pengertian Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE) adalah “pelaku usaha penyedia sarana komunikasi elektronik yang digunakan untuk transaksi perdagangan”, yaitu *marketplace*.⁸⁷ Pengaturan mengenai hal ini juga

⁸⁷ Pasal 1 Butir 7 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Berita Negara RI Tahun 2020 Nomor 498. Sekretariat Negara. Jakarta.

diatur dalam Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2016 tentang Batasan dan Tanggung Jawab Penyedia *Platform* dan Pedagang (*Merchant*) Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*Electronic Commerce*). Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Penyelenggaraan keamanan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dalam rangka memberikan perlindungan dan jaminan kepastian hukum pada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*, sehingga tidak terdapat pihak yang dirugikan dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* tersebut.

Perlindungan hukum dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* kepada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berdasarkan pada Asas kepastian hukum mempunyai 2 (dua) segi.

Pertama, mengenai soal dapat dibentuknya (*bepaalbaarheid*) hukum dalam hal-hal yang konkret. Artinya pihak-pihak yang mencari keadilan ingin mengetahui hukum dalam hal yang khusus sebelum memulai perkara.

Kedua, kepastian hukum berarti keamanan hukum. Artinya perlindungan bagi para pihak terhadap kesewenangan hakim.⁸⁸ Dalam menjalankan dan memberikan perlindungan hukum dibutuhkannya suatu tempat atau wadah dalam pelaksanaannya yang sering disebut dengan sarana perlindungan hukum.

⁸⁸ L.J. Van Aveloorn, *loc. cit.*.

Sarana perlindungan hukum meliputi baik preventif maupun refresif.⁸⁹

Menurut Utrecht kepastian hukum mengandung 2 (dua) pengertian; pertama adanya aturan yang bersifat umum membuat individu mengetahui perbuatan apa yang boleh atau tidak boleh dilakukan dan kedua berupa keamanan hukum bagi individu dari kesewenangan pemerintah karena dengan adanya aturan yang bersifat umum itu individu dapat mengetahui apa saja yang boleh dibebankan atau dilakukan oleh negara terhadap individu. Sifat umum dari aturan-aturan hukum membuktikan bahwa hukum tidak bertujuan untuk mewujudkan keadilan atau kemanfaatan, melainkan semata-mata untuk kepastian hukum.

Sudikno Mertokusumo mendefinisikan kepastian hukum merupakan sebuah jaminan bahwa hukum tersebut harus dijalankan dengan cara yang baik. Kepastian hukum menghendaki adanya upaya pengaturan hukum dalam perundang-undangan yang dibuat oleh pihak yang berwenang dan berwibawa, sehingga aturan-aturan itu memiliki aspek yuridis yang dapat menjamin adanya kepastian bahwa hukum berfungsi sebagai suatu peraturan yang harus ditaati.⁹⁰ Dilihat dari Teori Kepastian Hukum, maka kita dapat melihat definisi kepastian hukum menurut Jan Michiel Otto mendefinisikan sebagai kemungkinan bahwa dalam situasi tertentu:

- 1) Tersedia aturan-aturan yang jelas (jernih), konsisten dan mudah diperoleh, diterbitkan oleh dan diakui karena (kekuasaan) negara.

⁸⁹ Hukum Online, *loc. cit.*

⁹⁰ Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum* (Yogyakarta: Liberty, 1999): 145.

- 1) Instansi-instansi penguasa (pemerintah) menerapkan aturan-aturan hukum tersebut secara konsisten dan juga tunduk dan taat kepadanya.
- 2) Warga secara prinsipil menyesuaikan perilaku mereka terhadap aturan-aturan tersebut.
- 3) Hakim-hakim (peradilan) yang mandiri dan tidak berpikir menerapkan aturan-aturan hukum tersebut secara konsisten sewaktu mereka menyelesaikan sengketa hukum.
- 4) Keputusan peradilan secara konkrit dilaksanakan.⁹¹

Beberapa contoh dari bagaimana asas kepastian hukum dapat diterapkan dalam perlindungan konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* adalah sebagai berikut:

- 1. Penggunaan kontrak yang jelas:** Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, kontrak harus jelas dan mudah dipahami oleh semua pihak yang terlibat dalam transaksi tersebut. Kontrak harus mencakup detail mengenai barang atau jasa yang dibeli, harga, waktu pengiriman, dan ketentuan-ketentuan lain yang berlaku. Kontrak harus mengikat dan tidak dapat diubah secara sepihak oleh salah satu pihak.
- 2. Perlindungan atas data pribadi:** Konsumen harus dilindungi dari penyalahgunaan data pribadi mereka oleh pedagang pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Konsumen harus diberikan informasi yang jelas mengenai bagaimana data pribadi mereka akan digunakan oleh pedagang pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dan harus diberikan pilihan untuk menolak penggunaan data pribadi mereka jika mereka tidak setuju.

⁹¹ Soeroso, *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta, PT. Sinar Grafika, 2011): 45.

3. **Perlindungan atas produk yang cacat atau tidak sesuai:** Konsumen harus dilindungi dari produk yang cacat atau tidak sesuai dengan deskripsi yang diberikan oleh pedagang pada *platform marketplace*. Konsumen harus diberikan jaminan bahwa produk yang dibeli akan bekerja dengan baik selama periode waktu tertentu dan bahwa mereka dapat mengembalikan produk yang cacat atau tidak sesuai dengan deskripsi untuk mendapatkan pengembalian dana atau penggantian.
4. **Penyelesaian sengketa yang jelas:** Konsumen harus diberikan mekanisme yang jelas untuk menyelesaikan sengketa dengan pedagang pada *platform marketplace*. Konsumen harus diberikan informasi mengenai cara mengajukan keluhan atau sengketa dan harus diberikan jaminan bahwa keluhan atau sengketa akan ditangani dengan cepat dan adil.

Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik mengatur perlindungan data pribadi dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Untuk menghindari konsumen dirugikan dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, seperti penipuan atau produk palsu, maka perlu dilakukan upaya mitigasi risiko.

Dalam kasus tersebut konsumen dalam hal ini yang disebut sebagai pembeli harus lebih memahami mengenai syarat sahnya perjanjian dan memahami tentang klausula baku yang diberlakukan oleh penjual demi menghindari kerugian yang

disebabkan oleh tindak kelalaian dan ketidak hati-hatian Tergugat yang dilakukan oleh pelaku usaha sebagai penjual dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Dalam permasalahan tersebut kedudukan pelaku usaha dan konsumen cenderung tidak seimbang, sehingga konsumen selalu berada dalam posisi yang lemah. Kondisi demikian pada satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis kualitas barang dan / atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen. Di sisi lain, kondisi tersebut dapat mengakibatkan konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui promosi, cara penjualan dan penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen.⁹²

Dari serangkaian upaya mitigasi baik yang dilakukan oleh konsumen, pelaku usaha maupun *marketplace*, menurut analisa penulis mitigasi yang dilakukan lebih kepada upaya pencegahan yang bersifat sikap waspada yang melekat pada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* itu sendiri, seperti cermat dan bersikap hati-hati dalam memilih *marketplace* dan toko *online* untuk diajak bertransaksi, cermat dalam memilih produk, teliti sebelum membeli tidak mudah tergiur dengan diskon besar atau hadiah/*reward* yang ditawarkan, sebelum bertransaksi untuk membaca dan memahami secara seksama terhadap kontrak baku / kontrak *online* dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dan lain-lain. Mitigasi risiko yang perlu

⁹² Arrista Trimaya, *loc. cit.*

dilakukan menurut peneliti, juga perlu dilakukan terkait dengan aturan dan penerapan aturan serta penegakan hukum pada proses peradilan.

Dalam melakukan transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, mitigasi risiko sangat penting untuk memastikan keamanan dan kepercayaan dalam transaksi *online*. Dengan melakukan beberapa langkah pencegahan dan memperhatikan faktor risiko yang mungkin terjadi, kita dapat mengurangi kemungkinan terjadinya risiko dan kerugian dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

C. Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace*

1. Penerapan Hukum Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace*

Dalam konteks jual beli melalui *platform marketplace*, berarti bahwa hukum yang dibuat oleh otoritas hukum harus diakui dan diimplementasikan oleh semua pihak yang terlibat dalam transaksi. Ini termasuk pelaku usaha, konsumen, dan *platform marketplace*. Sebagai contoh, jika ada perubahan hukum yang mempengaruhi transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, perusahaan *platform marketplace* harus memperbarui kebijakan dan prosedur mereka sesuai dengan hukum baru tersebut. Misalnya dalam laporan pengaduan kasus transaksi jual beli melalui *platform marketplace* melalui aparat penegak hukum kiranya diterapkan UUPK bukan dikategorikan sebagai Tindak Pidana Penipuan dengan menerapkan 378 KUHPidana (Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2023 mengatur mengenai Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP)).

Asas kepastian hukum juga berlaku dalam penyelesaian *dispute* atau sengketa dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Jika terjadi sengketa antara pelaku usaha dan konsumen, perusahaan *platform marketplace* harus memastikan bahwa ada mekanisme yang jelas dan efektif untuk menyelesaikan sengketa tersebut. Ini termasuk memastikan bahwa semua pihak memahami dan setuju dengan prosedur resolusi *dispute*, dan bahwa hasil resolusi *dispute* diimplementasikan dengan cepat dan tepat.

Untuk mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* dalam penyelesaian sengketa pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* untuk memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

- a) **Ketentuan Perlindungan hukum yang Jelas:** Hukum harus merumuskan ketentuan perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* yang jelas dan tegas, termasuk hak-hak dasar konsumen, pelaku usaha dan jelas dan tegas, termasuk hak-hak dasar konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*, kebijakan pengembalian yang adil dan standar kualitas produk atau layanan. Kepastian hukum akan memberikan kepastian kepada konsumen dan penjual.
- b) **Kerja Sama dan Konsultasi:** Mendorong kerja sama aktif antara pemerintah, industri, dan kelompok konsumen dalam proses perumusan kebijakan. Ini akan memungkinkan semua pihak untuk berpartisipasi dalam pembentukan aturan yang seimbang dan efektif.

- a) **Penegakan Hukum yang Efektif, Cepat dan Efisien:** Hukum harus mendukung penegakan hukum yang efektif terhadap pelanggaran perlindungan konsumen di *marketplace*. Ini mencakup sanksi yang memadai untuk penjual yang melanggar aturan serta pemantauan dan pelaporan pelanggaran yang lebih baik. Apabila, dalam penegakan hukum cenderung pada nilai kepastian hukum atau dari sudut peraturannya, maka sebagai nilai ia telah menggeser nilai keadilan dan kegunaan. Hal ini dikarenakan, di dalam kepastian hukum yang terpenting adalah peraturan itu sendiri sesuai dengan apa yang dirumuskan. Begitu juga ketika nilai kegunaan lebih diutamakan, maka nilai kegunaan akan menggeser nilai kepastian hukum maupun nilai keadilan karena yang penting bagi nilai kegunaan adalah kenyataan apakah hukum tersebut berguna bagi masyarakat.

Demikian juga, ketika yang diperhatikan hanya nilai keadilan, maka akan menggeser nilai kepastian hukum dan kegunaan, sehingga, dalam penegakan hukum harus ada keseimbangan antara ketiga nilai tersebut.⁹³ Dalam *case* ini aturan hukum, yaitu UUPK tidak dapat diberlakukan karena pengaturan aturannya tidak efektif dan adanya inkonsistensi di dalam pengaturan pasal dengan pelaksanaannya di lapangan, sehingga penerapan peraturan tersebut tidak dapat mewujudkan keadilan, kepastian hukum dan asas manfaat. Dengan demikian penerapan hukum yang berkeadilan, berkepastian hukum dan terciptanya serta terwujudnya kemanfaatan merupakan tujuan yang harus dicapai.

⁹³ LBH Perjuangan, “Penegakan Hukum yang Menjamin Keadilan, Kepastian Hukum dan Kemanfaatan (Studi Kasus: Kasus Mbah Minah)”, Diakses pada tanggal 7 Juni 2010 Pukul 13.30 WIB., <http://lbhperjuangan.blogspot.com/>.

Selain itu terkait perlindungan hukum terhadap konsumen, maka perlu dibahas mengenai Teori Perlindungan Hukum dilihat dari *Applied Theory*nya membawa kemanfaatan bagi kehidupan masyarakat untuk mewujudkan masyarakat adil dan makmur. Pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, maka dalam semua kasus terkait *platform marketplace*, *marketplace* harus memastikan bahwa mereka mematuhi standar keamanan dan privasi yang berlaku serta memberikan kebijakan perlindungan yang jelas kepada para pelaku usaha dan konsumen. *Marketplace* juga dapat bekerja sama dengan pihak berwenang untuk menyelesaikan masalah yang lebih serius yang terjadi pada *platform marketplace* mereka. Terutama bentuk perlindungan hukum pada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* terdiri dari beberapa aspek yang terkait dengan transaksi elektronik dan penggunaan teknologi informasi, untuk melindungi hak dan kewajiban dari masing-masing pihak.

2. Kontrak Digital/Online Transaksi Jual Beli melalui Platform Marketplace

2.1 Kontrak secara umum

Istilah Kontrak pada umumnya dipakai sebagai istilah perjanjian tertulis. Berdasarkan KUH Perdata,⁹⁴ definisi dari kontrak adalah “Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang

⁹⁴ Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.”⁹⁵ Kontrak ini mencakup ketentuan-ketentuan yang harus dipenuhi oleh pihak-pihak yang terlibat, termasuk jumlah, kualitas, waktu, dan cara pembayaran. Kontrak dapat berbentuk tertulis atau tidak tertulis, dan dapat berlaku dalam berbagai bidang, seperti hukum, bisnis, perjanjian kerja, dan lainnya. Kontrak adalah menjadi dasar dari kebanyakan transaksi bisnis termasuk transaksi bisnis yang menggunakan *platform marketplace*.⁹⁶

Dalam Hukum Kontrak terdapat Asas-asas umum hukum perjanjian, yang terdiri dari :

- a) **Asas kebebasan berkontrak** : Asas kebebasan berkontrak dapat dianalisis dari ketentuan KUH Perdata, yang berisi ketentuan bahwa:⁹⁷ “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-undang bagi mereka yang membuatnya.” Asas kebebasan berkontrak adalah suatu asas yang memberikan kebebasan kepada para pihak untuk :
- 1) Membuat atau tidak membuat perjanjian;
 - 2) Mengadakan perjanjian dengan siapa pun;
 - 3) Menentukan isi perjanjian, pelaksanaan, dan persyaratannya;
 - 4) Menentukan bentuknya perjanjian, yaitu tertulis atau lisan.

⁹⁵ HS. Salim, *Pengantar Hukum Perdata Tertulis* (Jakarta: Sinar Grafika, 2003), hlm. 157-166.

⁹⁶ Yahya Ahmad Zein, *Kontrak Elektronik Penyelesaian Sengketa E-Commerce* (Bandung: CV. Mandar Maju, 2009), hlm. 32.

⁹⁷ Pasal 1338 ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

- b) **Asas konsensualisme:** Asas konsensualisme dapat disimpulkan dalam KUH Perdata yang berisi ketentuan bahwa: ⁹⁸ “Salah satu syarat sahnya perjanjian adalah kesepakatan kedua belah pihak.” Ini mengandung makna, bahwa perjanjian pada umumnya tidak diadakan secara formal, tetapi cukup dengan adanya kesepakatan kedua belah pihak.
- c) **Asas *pacta sunt servanda*:** Asas *pacta sunt servanda* berhubungan dengan akibat perjanjian.. Asas ini sebagai asas kekuatan mengikat. Hal ini dapat disimpulkan dalam KUH Perdata, yang berisi ketentuan bahwa : ⁹⁹ “Perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang.”
- d) **Asas itikad baik:** Berdasarkan KUH Perdata, yang dimaksud dengan asas itikad baik adalah: ¹⁰⁰ “Suatu perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik.” Para pihak baik kreditur maupun debitur harus melaksanakan substansi kontrak atau perjanjian berdasarkan kepercayaan atau keyakinan teguh atau kemauan baik dari para pihak. ¹⁰¹

Dengan mendayagunakan asas keseimbangan sebagai asas pokok perjanjian yang keempat yang mandiri dari hukum kontrak Indonesia, disamping asas-asas perjanjian lainnya, yaitu asas-asas konsensualisme, kebebasan berkontak dan kekuatan mengikat, kita memberikan "kehidupan baru" pada hukum kontrak kita. Asas keseimbangan juga ternyata menjiwai dan melandasi *Unidroit Principles* ma

⁹⁸ Pasal 1320 ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

⁹⁹ Pasal 1338 ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

¹⁰⁰ Pasal 1338 ayat (3) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

¹⁰¹ HS. Salim, *loc. cit.*

European contract Law yang berarti pengakuan secara internasional dan univesal asas keseimbangan.¹⁰²

Syarat-syarat sahnya perjanjian diatur di dalam KUH Perdata, yaitu sebagai berikut:¹⁰³

- 1) **Adanya kesepakatan para pihak.** Kesepakatan adalah persesuaian pernyataan kehendak antara satu orang atau lebih dengan pihak lainnya.
- 2) **Kecakapan bertindak,** yaitu adalah kecakapan atau kemampuan untuk melakukan perbuatan hukum. Perbuatan hukum adalah perbuatan yang akan menimbulkan akibat hukum. Orang-orang yang akan mengadakan perjanjian haruslah orang-orang yang cakap dan berwenang untuk melakukan perbuatan hukum sebagaimana yang ditentukan oleh undang-undang. Orang yang cakap atau berwenang untuk melakukan perbuatan hukum adalah orang yang telah dewasa. Ukuran kedewasaan adalah telah berumur 21 tahun dan atau sudah menikah. Orang yang tidak berwenang untuk melakukan perbuatan hukum, yaitu:
 - a) Anak di bawah umur (*minderjarigheid*);
 - b) Orang yang ditaruh di bawah pengampuan;
 - c) Istri (Pasal 1330 KUH Perdata), tetapi dalam perkembangannya istri dapat melakukan perbuatan hukum sebagaimana yang diatur dalam Pasal 31 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974 tentang Perkawinan jo. SEMA Nomor 3 Tahun 1963.
- 3) **Adanya objek perjanjian** (*onderwerp der overeenkomst*). Berbagai literatur menyebutkan bahwa yang menjadi objek perjanjian adalah prestasi (pokok perjanjian). Prestasi adalah apa yang menjadi kewajiban debitur dan apa yang menjadi hak kreditur.¹⁰⁴ Prestasi ini terdiri dari perbuatan positif dan negatif. Prestasi berdasarkan KUH Perdata terdiri atas:¹⁰⁵
 - a) Memberikan sesuatu;
 - b) Berbuat sesuatu; dan
 - c) Tidak berbuat sesuatu.

¹⁰² Herlien Budiono, *op. cit.*, hlm 513-538.

¹⁰³ Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

¹⁰⁴ M. Yahya Harahap, *Segi-Segi Hukum Perjanjian* (Bandung: Alumni, 1986): 36.

¹⁰⁵ Pasal 1234 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

- 4) **Adanya kausa yang halal** (*geoorloofde oorzaak*). Pasal 1320 KUH Perdata tidak menjelaskan pengertian *orzaak* (kausa yang halal). Di dalam 1337 KUHPerdata hanya disebutkan kasus yang terlarang. Suatu sebab adalah terlarang apabila bertentangan dengan Undang-Undang, kesusilaan dan ketertiban umum.

Adapun unsur- unsur perjanjian terdiri dari: ¹⁰⁶

- 1) *Essensialia*, unsur yang harus ada dalam perjanjian, yaitu sebab yang halal. Unsur ini merupakan hal yang pokok dalam suatu perjanjian, sehingga tanpa hal pokok tersebut perjanjian menjadi tidak sah dan tidak mengikat para pihak yang membuatnya. Sebagai contoh, unsur esensialia pada perjanjian jual beli adalah adanya barang dan harga.
- 2) *Naturalia*, unsur yang telah ada di dalam Undang-undang dengan hukum yang bersifat mengatur atau menambah (*regelend/aanvullend recht*), yaitu dipakai sebagai hukum pelengkap, tetapi bisa dikesampingkan oleh para pihak. Unsur ini sifatnya alami dan melekat secara diam-diam pada perjanjian. Contoh unsur *Naturalia* adalah klausula mengenai pajak. Jika para pihak tidak menentukan lain, maka mereka diartikan tunduk pada peraturan perpajakan yang sudah ada.
- 3) *Accidentalialia*, unsur yang tidak diatur di dalam Undang-undang, tetapi dapat ditambahkan oleh para pihak). Unsur *Accidentalialia* ini unsur yang merupakan sifat pada perjanjian yang secara tegas diperjanjikan oleh para pihak.

2.2 Kontrak Digital/Online Global/Lintas Batas Negara/Internasional Transaksi Platform Marketplace yang Berkepastian Hukum

Kontrak *online* dalam transaksi *e-commerce* memainkan peranan penting dalam melindungi hak konsumen. Dalam Kongresnya di Amerika Serikat Presiden John F. Kennedy pada tahun 1962 telah menjabarkan 4 (empat) hak konsumen sebagai berikut: ¹⁰⁷

¹⁰⁶ R. Subekti, *loc. cit.*

1. Hak atas keselamatan/keamanan (*The right to safety*);
2. Hak untuk memilih (*The right to choose*);
3. Hak untuk mendapatkan informasi (*The right to be informed*);
4. Hak untuk didengar pendapatnya (*The right to be heard*).

Selain itu terdapat juga rumusan tentang hak-hak konsumen yang harus dilindungi oleh produsen / pelaku usaha dari Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) dalam Resolusi PBB Nomor 39/248 Tahun 1985. Dimana rumusan hak-hak konsumen ini didasarkan pada hasil-hasil penelitian yang cukup lama terhadap 25 negara anggota PBB. Adapun hak-hak konsumen menurut resolusi tersebut adalah: ¹⁰⁸

- a. Perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya;
- b. Promosi dan perlindungan dari kepentingan sosial ekonomi konsumen;
- c. Tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen;
- d. Pendidikan konsumen;
- e. Tersedianya upaya ganti rugi yang efektif;
- f. Kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen atau organisasi lainnya yang relevan dan memberikan kesempatan kepada organisasi tersebut untuk menyuarakan pendapatnya dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut kepentingan mereka.

Rumusan tentang hak-hak konsumen di Indonesia juga sudah banyak diperbincangkan dan diajukan kepada pemerintah. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) sudah sering menyuarakan hak-hak konsumen yang harus dilindungi, baik oleh produsen maupun pemerintah.

¹⁰⁷ Ade Maman Suherman, *Aspek-Aspek Hukum Dalam Ekonomi Global* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001): 71.

¹⁰⁸ Gunawan Wijaya dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Gramedia Utama, 2003): 28.

Menurut Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) sudah sering menyuarakan hak-hak konsumen yang harus dilindungi, baik oleh produsen maupun pemerintah.

Menurut YLKI, hak-hak konsumen yang harus dipenuhi adalah: ¹⁰⁹

- a) Hak atas keamanan (*right to safety*);
- b) Hak atas informasi (*right to be informed*);
- c) Hak untuk memilih (*right to choose*);
- d) Hak untuk didengar (*right to be heard*);
- e) Hak atas lingkungan hidup (*right to the environment will enhance the quality of life*)

Uraian hak-hak konsumen sebagaimana diuraikan tersebut di atas menunjukkan bahwa usulan-usulan yang dikemukakan oleh berbagai pihak di atas ada beberapa kesamaan hak yang dikemukakan, yaitu hak keamanan, hak atas informasi, hak memilih, hak didengar dan hak untuk mendapatkan ganti rugi. Hak-hak lain yang diajukan untuk diatur dalam undang-undang tentang perlindungan konsumen adalah hak atas lingkungan hidup dan hak atas harga yang wajar atau harga yang secara ekonomis sesuai dengan kualitas barang yang ditawarkan. Hak-hak konsumen menurut UUPK, yaitu : ¹¹⁰

- a. “Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan atau jasa serta mendapatkan barang dan atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;

¹⁰⁹ Shidarta, *op. cit.*, hlm. 16.

¹¹⁰ Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

- d. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian, apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya”.

Hal lain yang juga harus menjadi perhatian adalah hak atas lingkungan hidup.

Hal ini memang tidak langsung berkaitan dengan kepentingan konsumen, tetapi berkaitan dengan kepentingan semua orang termasuk produsen atau pengusaha dan pemerintah.

Konsumen mempunyai peran strategis dalam upaya menumbuhkan kesadaran produsen dan pengusaha agar aktivitas dalam memproduksi dan memperdagangkan produk-produknya senantiasa memperhatikan dampak terhadap lingkungan hidup. Tuntutan konsumen di negara-negara maju semakin kompleks. Mereka tidak hanya sekedar menuntut agar barang yang dikonsumsi itu memenuhi standar kualitas yang ditentukan, melainkan menuntut agar produk tersebut ramah terhadap lingkungan hidup. Persyaratan yang demikian itu akan semakin ketat dan selektif apabila produk tersebut berasal dari negara yang mempunyai hutan tropis seperti Indonesia.¹¹¹

¹¹¹ Shidarta, *op. cit.*, hlm. 120.

Asas kepastian hukum juga berlaku dalam penggunaan kontrak dan S&K dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Kontrak dan S&K harus jelas dan transparan dan semua pihak yang terlibat dalam transaksi harus memahaminya. Jika ada ketidaksesuaian atau keraguan tentang kontrak atau S&K, maka harus ada mekanisme yang jelas untuk menyelesaikannya dan hasilnya harus diimplementasikan dengan cepat dan tepat. Apabila terdapat permasalahan hukum yang timbul dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Diakui, kegagalan untuk mematuhi ketentuan perjanjian sering disebut sebagai pelanggaran kontrak.¹¹² Contoh kontrak dan S&K dalam *platform marketplace*, seperti *Terms & Conditions* yang dibuat oleh *marketplace* Tokopedia, dimana diantara klausula baku tersebut terdapat klausula sepihak yang dinilai lebih menguntungkan dari sisi Tokopedia sebagai *marketplace*, yaitu:

- Pada Bagian B yang mengatur mengenai Akun, Saldo Refund, Saldo Penghasilan, Password dan Keamanan:

7. Tokopedia tanpa pemberitahuan terlebih dahulu kepada Pengguna, memiliki kewenangan untuk melakukan tindakan yang perlu atas setiap dugaan pelanggaran atau pelanggaran Syarat & ketentuan dan/atau hukum yang berlaku, yakni tindakan berupa memindahkan barang ke gudang, penghapusan Barang, moderasi toko, penutupan toko, pembatalan listing, suspensi akun, dan/atau penghapusan akun pengguna.
8. Tokopedia memiliki kewenangan untuk menutup toko atau akun Pengguna baik sementara maupun permanen apabila didapati adanya tindakan kecurangan dalam bertransaksi, pelanggaran terhadap Syarat dan Ketentuan Tokopedia, termasuk namun tidak terbatas pada Kebijakan Penalti Pengguna. Pengguna menyetujui bahwa Tokopedia berhak melakukan tindakan lain yang diperlukan terkait hal tersebut, termasuk namun tidak terbatas pada menolak pengajuan pembukaan toko yang baru apabila ditemukan kesamaan data.

¹¹² Salamiah dan Ningrum Ambarsari, "Urgensi Kontrak Perdagangan E-Commerce dalam Hukum Perjanjian", *Jurnal Al-Adl Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari* 15, no. 2 (Juli 2023): 362.

17. Tokopedia memiliki kewenangan untuk melakukan pembekuan Saldo *Refund* dan Saldo Penghasilan Pengguna apabila ditemukan / diduga adanya tindak kecurangan dalam bertransaksi dan/atau pelanggaran terhadap syarat dan ketentuan Tokopedia.
24. Pengguna dengan ini menyatakan bahwa Tokopedia tidak bertanggung jawab atas kerugian ataupun kendala yang timbul atas penyalahgunaan akun Pengguna yang diakibatkan oleh kelalaian Pengguna, termasuk namun tidak terbatas pada menyetujui dan/atau memberikan akses masuk akun yang dikirimkan oleh Tokopedia melalui pesan notifikasi kepada pihak lain melalui perangkat Pengguna, meminjamkan akun kepada pihak lain, mengakses link atau tautan yang diberikan oleh pihak lain, memberikan atau memperlihatkan kode verifikasi (OTP), *password* atau *email* kepada pihak lain, maupun kelalaian Pengguna lainnya yang mengakibatkan kerugian ataupun kendala pada akun Pengguna.

- Pada .Bagian C yang mengatur mengenai Transaksi Pembelian:

6. Pembeli memahami sepenuhnya dan menyetujui bahwa segala transaksi yang dilakukan antara Pembeli dan Penjual selain melalui Rekening Resmi Tokopedia dan/atau tanpa sepengetahuan Tokopedia (melalui fasilitas/jaringan pribadi, pengiriman pesan, pengaturan transaksi khusus diluar situs Tokopedia atau upaya lainnya) adalah merupakan tanggung jawab pribadi dari Pembeli.
10. Pembeli wajib melakukan pembayaran dengan metode pembayaran yang dipilih dengan nominal yang sesuai dengan jumlah tagihan beserta kode unik (apabila ada) yang tertera pada halaman pembayaran. PT Tokopedia tidak bertanggung jawab atas kerugian yang dialami Pembeli, apabila Pembeli melakukan pembayaran yang tidak sesuai dengan jumlah tagihan yang tertera pada halaman pembayaran.
11. Pembayaran oleh Pembeli wajib dilakukan segera (selambat-lambatnya dalam batas waktu 1x24 jam) setelah Pembeli melakukan *check-out*. Jika dalam batas waktu tersebut pembayaran belum dilakukan oleh Pembeli, Tokopedia memiliki kewenangan untuk membatalkan transaksi tersebut. Pengguna tidak berhak mengajukan klaim atau tuntutan atas pembatalan transaksi tersebut.
18. Pembeli memahami dan menyetujui untuk melepaskan Tokopedia dari tanggung jawab apabila terjadi kendala atas transaksi yang menggunakan metode *split payment*, termasuk namun tidak terbatas pada kendala transaksi, kendala pembayaran, kendala pengiriman, maupun kerusakan dan/atau kehilangan barang baik sebagian maupun seluruhnya.

21. Pembeli memahami dan menyetujui bahwa Pembeli bertanggungjawab untuk menjaga informasi terkait transaksi dan pengiriman melalui Situs/Aplikasi Tokopedia. Seluruh tindakan termasuk namun tidak terbatas pada kesepakatan yang dilakukan atas transaksi pembelian, pengembalian maupun penukaran Barang diluar Situs/Aplikasi Tokopedia adalah bukan tanggung jawab Tokopedia, sehingga klaim serta kerugian yang timbul akibat tindakan tersebut menjadi tanggung jawab masing-masing pihak secara pribadi.
27. Pengguna memahami dan menyetujui jika ditemukan adanya indikasi kecurangan, pelanggaran Syarat dan Ketentuan Tokopedia atau ketentuan hukum yang berlaku, maka Tokopedia berwenang untuk melakukan tindakan-tindakan yang diperlukan termasuk namun tidak terbatas pada tindakan pembatasan pilihan metode pembayaran, melakukan pembatalan transaksi tanpa pemberitahuan sebelumnya.

- Pada Bagian D yang mengatur mengenai Transaksi Penjualan:

10. Penjual memahami dan menyetujui untuk melepaskan Tokopedia dari tanggung jawab apabila terjadi kendala atas transaksi yang menggunakan metode *split payment*, termasuk namun tidak terbatas pada kendala transaksi, kendala pembayaran, kendala pengiriman, maupun kerusakan dan/atau kehilangan produk baik sebagian maupun seluruhnya.

Dilihat dari klausula baku tersebut, terlihat adanya pengalihan tanggung jawab *marketplace* baik kepada pihak pembeli selaku konsumen maupun kepada pihak penjual selaku pelaku usaha. Padahal sesuai dengan UUPK diatur bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila salah satunya menyatakan pengalihan tanggung jawab.¹¹³

¹¹³ Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

Legalitas kontrak pada *platform marketplace* (*online contract/electronic contract*) dan kekuatan bukti kontrak dalam kasus sengketa merupakan 2 (dua) isu yang muncul selama implementasi transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Tunduk pada hal tersebut di atas, sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, khususnya tata cara HIR/Rbg untuk menyelesaikan sengketa perdata melalui pengadilan.

Dilihat dari Penjelasan Pasal 5 UU ITE, yaitu bahwa keberadaan informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik mengikat dan diakui sebagai alat bukti yang sah untuk memberikan kepastian hukum terhadap penyelenggaraan sistem elektronik dan transaksi elektronik, terutama dalam pembuktian dan hal yang berkaitan dengan perbuatan hukum yang dilakukan melalui sistem elektronik. Undang-undang ini memberikan pengakuan secara tegas bahwa meskipun hanya merupakan suatu kode, tanda tangan elektronik memiliki kedudukan yang sama dengan tanda tangan manual pada umumnya yang memiliki kekuatan hukum dan akibat hukum. Hal ini sesuai dengan Ketentuan dalam 1338 ayat (1) KUHPerdata bahwa “perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya”, untuk memberikan kepastian hukum terhadap penyelenggaraan sistem elektronik dan transaksi elektronik, terutama dalam pembuktian dan hal yang berkaitan dengan perbuatan hukum yang dilakukan melalui sistem elektronik. Undang-undang ini memberikan pengakuan secara tegas bahwa meskipun hanya merupakan suatu kode, tanda tangan elektronik memiliki kedudukan yang sama dengan tanda tangan manual

pada umumnya yang memiliki kekuatan hukum dan akibat hukum. Para pihak harus menaati perjanjian yang dibuat oleh mereka sama dengan menaati undang-undang.

Asas konsensualisme di dalam hukum perjanjian memantapkan adanya asas kebebasan berkontrak. Sebagaimana yang diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdara, maka syarat sahnya suatu perjanjian sangatlah penting (urgensi), bila syarat perjanjian tidak terpenuhi, maka perjanjian dianggap batal demi hukum baik yang bersifat konvensional maupun *online* seperti dalam perjanjian pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

Berdasarkan UU ITE diatur bahwa Kontrak Elektronik Internasional yang menggunakan klausula baku yang dibuat oleh Penyelenggara Sistem Elektronik diatur dengan Hukum Indonesia dalam hal: ¹¹⁴

- a. “Pengguna layanan Penyelenggara Sistem Elektronik sebagai salah satu pihak dalam Transaksi Elektronik berasal dari Indonesia dan memberikan persetujuannya dari atau dalam yurisdiksi Indonesia.
- b. Tempat pelaksanaan kontrak ada di Wilayah Indonesia; dan atau
- c. Penyelenggara Sistem Elektronik memiliki tempat usaha atau melakukan kegiatan usaha di Wilayah Indonesia”.

Kontrak Elektronik sebagaimana tersebut di atas menggunakan bahasa yang sederhana, jelas dan mudah dipahami serta menjunjung prinsip iktikad baik dan transparansi.

¹¹⁴ Pasal 18A Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara RI Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 4843 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Lembaran Negara RI Tahun 2024 Nomor 1, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6905. Sekretariat Negara. Jakarta.

Oleh karena itu, konsumen harus selalu berhati-hati saat bertransaksi jual beli melalui *platform marketplace*, karena terdapat kelemahan terutama dari sisi keamanan dari *platform marketplace* yang perlu diantisipasi dan dicermati supaya tidak menimbulkan kerugian tidak hanya bagi konsumen, pelaku usaha bahkan *marketplace*. Persoalan tersebut antara lain menyangkut masalah mekanisme pembayaran (*payment mechanism*) dan jaminan keamanan dalam bertransaksi (*security risk*). Oleh sebab itu, untuk dipahami apa itu klausula baku agar dapat mengetahui kondisi kontrak yang diberikan oleh pelaku usaha atau juga oleh *marketplace* agar terhindar dari kerugian karena klausula baku sudah disetujui supaya terwujud perlindungan yang berkepastian hukum.

3 Standar Keamanan pembayaran Transaksi Jual Beli melalui Platform Marketplace

Keamanan transaksi *online* memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan konsumen dan mendorong pertumbuhan transaksi non tunai yang lebih luas. Saat ini berlaku berbagai undang-undang sektoral yang mengatur mengenai perlindungan konsumen antara lain Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan. Undang-undang tersebut mengatur juga tentang Perlindungan Konsumen Jasa Keuangan di dalam satu Bab khusus, yaitu Bab VI tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat. Selain itu, mengenai perlindungan konsumen dalam sistem pembayaran telah dinyatakan dalam Penjelasan Pasal 15

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia bahwa kewajiban penyampaian laporan berlaku bagi setiap penyelenggara jasa sistem pembayaran. Hal ini dimaksudkan agar Bank Indonesia dapat memantau penyelenggaraan sistem pembayaran. Perubahan UUPK ini harus tetap menjadi payung hukum bagi pelaksanaan wewenang perlindungan konsumen dalam berbagai undang-undang sektoral tersebut.

Dalam menghadapi tantangan keamanan di era digital, standar keamanan yang ketat menjadi kunci utama dalam menjaga integritas dan kerahasiaan transaksi *online*. *Platform* resmi biasanya menyediakan banyak pilihan metode pembayaran untuk transaksi *online*. Usahakan konsumen untuk memilih jenis pembayaran minim risiko, seperti *Cash on Delivery* atau rekening bersama. Anda juga bisa menghindari penipuan transaksi *online* dengan menggunakan metode *Cash On Delivery* (COD) yang memungkinkan konsumen untuk membayar setelah produk diterima. Selain itu, konsumen juga bisa memilih sistem pembayaran atau *channel* pembayaran *online* yang secara kredibilitas sudah baik dan dengan memperhatikan berbagai izin atau standar keamanan yang sebelumnya sudah dipaparkan di atas. Hindari melakukan transfer ke rekening pribadi penjual dan pilihlah toko yang menyediakan metode pembayaran rekening bersama agar dana yang konsumen kirimkan hanya akan diteruskan ke penjual/pelaku usaha setelah transaksi benar-benar selesai. Gunakan laptop atau ponsel pribadi ketika bertransaksi *online*. Hindari melakukan transaksi

dengan menggunakan perangkat umum atau terkoneksi dengan WiFi publik. Hal ini dikarenakan konsumen tidak bisa menjamin keamanan perangkat yang bukan miliknya. Ini diperlukan untuk menghindari pencurian data, penyalahgunaan data pribadi, dan kejahatan *online* lainnya.

Selain itu, hindari memberikan data pribadi kepada pihak di luar penjual atau *marketplace* terutama yang berkaitan dengan keamanan, seperti nomor rekening, PIN atau *password* yang biasa digunakan untuk bertransaksi dan kode *One Time Password* (OTP) serta memberikan data pribadi seperti nomor telepon, *e-mail* dan nomor identitas di media sosial yang berpotensi untuk disalahgunakan.

Keamanan data pribadi konsumen adalah salah satu kekhawatiran utama dalam transaksi *online*. Terdapat 3 (tiga) standar yang wajib untuk dipatuhi oleh *payment gateway* yang menyediakan opsi transaksi *online*:¹¹⁵

1. Memiliki Sertifikasi PCI-DSS Level 1

Salah satu standar keamanan yang paling penting dalam transaksi digital adalah memiliki sertifikasi PCI-DSS level 1. *Payment Card Industry Data Security Standard (PCI-DSS)* adalah standar internasional yang dirancang untuk melindungi data kartu dan mencegah penyalahgunaan saat seseorang melakukan pembayaran *online* pada transaksi digital. Level 1 adalah tingkatan tertinggi dalam sertifikasi ini, menunjukkan bahwa suatu *platform* pembayaran telah memenuhi persyaratan keamanan yang ketat. Sertifikasi ini mencakup penggunaan protokol enkripsi yang kuat, pengamanan data yang baik, pemantauan keamanan secara terus-menerus, dan perlindungan terhadap serangan keamanan.

¹¹⁵ Faspay, “Ketahuilah Standar Keamanan Transaksi Online dan Manfaatnya”, Diakses pada tanggal 6 Juli 2022 Pukul 15.45 WIB., <https://faspay.co.id/>.

2. Terdapat *Fraud Detection System* (FSD)

Fraud Detection System (FSD) adalah sistem keamanan yang berperan dalam mendeteksi aktivitas penipuan dalam transaksi *online*. FSD menggunakan algoritma dan analisis data untuk memantau pola transaksi yang mencurigakan. Dengan memeriksa faktor-faktor seperti lokasi geografis, jumlah transaksi, pola pengeluaran, dan lainnya, FSD dapat mengidentifikasi transaksi yang berpotensi sebagai upaya penipuan. Jika transaksi dianggap mencurigakan, FSD dapat memicu tindakan pencegahan, seperti memblokir transaksi atau meminta verifikasi tambahan sebelum melanjutkan proses pembayaran dalam transaksi digital.

3. Mengantongi Izin Operasional dari Bank Indonesia

Standar keamanan selanjutnya dalam transaksi digital merupakan standar dari *payment gateway* yang mengacu pada standar umum yang diakui Bank Indonesia (BI). Artinya, setiap transaksi *online* yang dilakukan melalui *payment gateway* harus telah mengantongi izin dari Bank Indonesia sehingga dijamin keamanannya.

Dengan adanya standar keamanan, konsumen dapat memiliki keyakinan bahwa informasi pribadi mereka, seperti nomor kartu kredit dan data identitas, akan dilindungi dengan baik. Ini mengurangi risiko pencurian identitas, penipuan, dan penyalahgunaan informasi pribadi.¹¹⁶

Dalam *platform marketplace*, terdapat beberapa jenis pembayaran yang umum digunakan. Berikut adalah beberapa diantaranya:¹¹⁷

9. *Modern Channels*

Metode pembayaran ini meliputi transfer bank, bayar di tempat (COD), dan pembayaran melalui gerai ritel modern seperti *minimarket*. Transfer bank bisa dilakukan secara *online* melalui *internet banking* atau *mobile banking*, memungkinkan pembeli untuk mentransfer uang langsung dari rekening toko *online*.

¹¹⁶ *Ibid.*

¹¹⁷ Wellium (MitraComm Ekasarana, "Pembayaran E-commerce : Inovasi Dalam Kemudahan Berbelanja Online", Diakses pada tanggal 28 Agustus 2023 Pukul 21.15 WIB., <https://mitracomm.com/pembayaran-e-commerce/>.

10. *Mobile Payments*

Metode ini semakin populer dengan berkembangnya penggunaan *smartphone*. Pengguna dapat menghubungkan rekening bank atau kartu kredit mereka dengan aplikasi ini dan melakukan pembayaran dengan mudah melalui *smartphone* mereka.

11. **Kartu Kredit**

Kartu kredit adalah salah satu metode transaksi yang paling umum ditemukan dalam *platform marketplace*. Pembeli memasukkan informasi kartu kredit mereka saat melakukan pembelian. Ini memungkinkan pembayaran yang cepat dan mudah, tetapi memerlukan penggunaan kartu kredit yang *valid*.

12. *E-money*

Juga dikenal sebagai dompet digital, *e-money* memungkinkan pengguna untuk menyimpan uang dalam bentuk digital. Mereka dapat mengisi ulang saldo *e-money* mereka dan kemudian menggunakan saldo ini untuk melakukan transaksi di *platform marketplace*.

Adapun beberapa keuntungan utama yang dapat diperoleh dengan memiliki sistem pembayaran untuk transaksi jual beli melalui *platform marketplace*:¹¹⁸

1. **Transaksi Lebih Mudah dan Cepat**

Sistem pembayaran pada *platform marketplace* memungkinkan konsumen untuk melakukan pembayaran secara *online* dengan cepat dan mudah. Mereka tidak perlu datang ke toko fisik atau mengirimkan uang secara manual.

2. **Metode Pembayaran lebih Variatif**

Adanya sistem pembayaran pada *platform marketplace* memungkinkan bisnis untuk menyediakan berbagai metode pembayaran seperti kartu kredit, transfer bank, dompet digital, dan lainnya. Ini memberikan fleksibilitas kepada konsumen dalam memilih metode pembayaran sesuai preferensi mereka.

¹¹⁸ *Ibid.*

3. Transaksi Lebih Aman

Sistem pembayaran pada *platform marketplace* umumnya dilengkapi dengan lapisan keamanan yang kuat. Ini mencakup enkripsi data sensitif, pemeriksaan otentikasi, dan perlindungan terhadap penipuan, yang menjadikan transaksi *online* lebih aman bagi konsumen.

4. Jangkauan Bisnis Lebih Luas

Adanya sistem pembayaran pada *platform marketplace* memungkinkan bisnis untuk menjangkau konsumen di berbagai lokasi geografis. Hal ini membuka peluang baru untuk pertumbuhan bisnis dengan menjangkau pasar yang lebih luas.

5. Transaksi Tanpa Batasan Waktu

Sistem pembayaran pada *platform marketplace* memungkinkan bisnis untuk melakukan transaksi tanpa terbatas oleh jam operasional toko fisik. Konsumen dapat berbelanja kapan saja sesuai kenyamanan mereka.

6. Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan

Melalui penggunaan sistem pembayaran yang aman dan andal, bisnis dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap *platform* mereka. Kepercayaan ini penting untuk membangun hubungan jangka panjang dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

7. Rekonsiliasi Keuangan dan Pelacakan Pendapatan Lebih Efisien

Sistem pembayaran pada *platform marketplace* secara otomatis merekam transaksi dan pembayaran. Hal ini memudahkan proses rekonsiliasi keuangan dan pelacakan pendapatan bisnis dengan lebih efisien.

Pembayaran elektronik saat ini, kerangka pembayaran belanja berbasis jaringan sedang ditingkatkan secara bertahap dan diharapkan dapat menyelesaikan pembayaran melalui pengiriman uang ATM (Anjungan Tunai Mandiri). Banyak pengecer *online* sekarang menerima kartu debit dan dompet digital, membentuk ekosistem yang semakin beragam. Namun, bahkan sistem yang paling kompleks pun membuat kesalahan dari waktu ke waktu. Masalah ini biasanya disebabkan oleh salah satu dari 2 (dua) faktor, yaitu non-teknis atau teknis. Contoh elemen teknis adalah koneksi internet yang buruk, teknis lebih mementingkan kecermatan pada proses *check out*

bagi calon pembeli. Misalnya, hati-hati untuk memeriksa bahwa biaya nominal yang dibayarkan sesuai dengan tagihan. Jika demikian, solusi untuk potensi masalah pembayaran digital adalah dengan memeriksa kembali tagihan dan memeriksa kembali status koneksi internet sebelum memproses pembayaran. Hal ini untuk memberikan keamanan dan kepastian hukum dalam perlindungan konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

D. Upaya Penyelesaian Sengketa Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace*

1. Model Penyelesaian Sengketa Transaksi Jual Beli melalui *Marketplace*

Apabila terjadi sengketa dalam transaksi jual beli melalui *marketplace*, maka sesuai dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan yang menyatakan bahwa “Ketentuan lebih lanjut mengenai transaksi Perdagangan melalui Sistem Elektronik diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Pemerintah.”¹¹⁹ Apabila ditinjau dari Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang selanjutnya disingkat dengan PP PMSE bahwa “Pelaku usaha wajib menyediakan layanan pengaduan bagi konsumen, hal itu mencakup alamat dan nomor kontak pengaduan, prosedur pengaduan konsumen, mekanisme tindak lanjut pengaduan, petugas yang kompeten dalam memproses layanan

¹¹⁹ Pasal 66 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Lembaran Negara RI Tahun 2014 Nomor 45, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 5512. Sekretariat Negara. Jakarta.

pengaduan dan jangka waktu pengaduan.”.¹²⁰ Artinya apabila konsumen memiliki kendala dalam bertransaksi melalui transaksi jual beli melalui *platform marketplace* proses awalnya adalah mengadukan dan melaporkan kepada pihak *platform marketplace*. *Marketplace* Tokopedia sendiri telah memiliki Pusat Resolusi yang merupakan sarana bagi Pembeli dan Penjual untuk berdiskusi hingga mencapai solusi dari pesanan yang terkendala berdasarkan bukti yang dilampirkan. Konsumen selaku pembeli dapat mengajukan komplain kepada pihak penjual/pelaku usaha melalui Pusat Resolusi Tokopedia untuk pesanan yang mengalami kendala, diantaranya pesanan belum diterima, produk rusak, produk tidak sesuai, produk kurang dan selisih ongkos kirim.

Selanjutnya apabila hal tersebut masih dirasa belum memberikan keadilan yang cukup, pihak konsumen dapat melaporkan hal ini kepada pihak berwenang. Berdasarkan PP PMSE juga menyatakan bahwa “Bukti transaksi PMSE dapat dijadikan sebagai alat bukti lain dalam hukum acara dan tidak dapat ditolak pengajuannya sebagai suatu alat bukti dalam persidangan hanya karena dalam bentuknya yang elektronik”.¹²¹

Selain itu bukti transaksi PMSE dapat dijadikan bukti tulisan yang autentik jika menggunakan tanda tangan elektronik yang didukung oleh suatu sertifikat elektronik yang terpercaya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

¹²⁰ Pasal 27 Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Lembaran Negara RI Tahun 2021 Nomor 234, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6728. Sekretariat Negara. Jakarta.

¹²¹ *Ibid.*, Pasal 29 Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Bukti transaksi PMSE dapat dijadikan bukti tulisan yang autentik jika menggunakan tanda tangan elektronik yang didukung oleh suatu sertifikat elektronik yang terpercaya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-perundangan.” Selain itu, PP PMSE dapat dijadikan dasar laporan. Selanjutnya, terdapat upaya hukum represif yaitu upaya hukum yang dilakukan setelah sudah terjadinya peristiwa atau sengketa hukum. Jika sudah terjadinya sengketa konsumen, maka perlu diadakannya upaya represif. Perlindungan bagi pengguna *e-commerce* dalam perluasan ekonomi secara global selanjutnya mengarah pada kejelasan perlindungan kepada para pengguna *platform marketplace* sebagai perluasan ekonomi global haruslah memiliki kejelasan apabila terjadi sengketa permasalahan transaksi elektronik lintas yuridiksi.

Di Indonesia terdapat 2 (dua) upaya hukum yang konsumen dapat tempuh jika mendapat kerugian dalam transaksi perdagangan *online*. Hal ini sesuai dengan UUPK, penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui, yaitu: ¹²²

1. Melalui peradilan
2. Luar pengadilan (non litigasi)

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Anita Afriana dan Efa Laela Fakhriah pada tahun 2019 dinyatakan bahwa bentuk penyelesaian sengketa konsumen di Indonesia terdiri dari beberapa bentuk atau pluralistik dan

¹²² Pasal 45 ayat (1) s.d (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

pada umumnya belum efektif.¹²³ Dalam penelitian lainnya yang telah dilakukan oleh H. Matnuh dinyatakan bahwa secara umum bentuk penyelesaian yang tersedia masih belum efektif, oleh sebab itu disarankan agar merubah putusan BPSK menjadi final dan banding artinya tidak dapat dimintakan pembatalan ke Pengadilan Negeri dengan mempertimbangkan nilai klaim.¹²⁴

Upaya penyelesaian sengketa pada jual beli melalui *platform marketplace* dapat dilakukan melalui jalur litigasi dan non litigasi sebagai upaya *penal* dalam pencegahan kejahatan pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, yaitu:

1.1. Model Penyelesaian Sengketa Transaksi Jual Beli pada *Platform Marketplace* melalui Jalur Pengadilan (Litigasi)

Model penyelesaian sengketa transaksi jual beli melalui *platform marketplace* melalui jalur pengadilan (litigasi) merupakan model penyelesaian sengketa yang berada di lingkungan peradilan umum atau ditempuh dengan melalui jalur pengadilan (litigasi). Sesuai dengan UUPK, diatur bahwa jalur penyelesaian sengketa konsumen melalui jalur litigasi dengan mengacu pada ketentuan tentang peradilan umum yang berlaku.¹²⁵

¹²³ Efa Laela Fakhriah and Anita Afriana, "Undertanding the Plurality of Consumer Dispute Resolution in Indonesia: A Comparative Study with Singapore", *Jurnal Yuridika* 1, no. 34 (2019): 1.

¹²⁴ Matnuh, *loc. cit.*

¹²⁵ Pasal 48 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

Berdasarkan UUPK, maka apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan telah berhasil oleh salahsatu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.¹²⁶ Dalam pelaksanaannya berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Bapak Wakil Ketua Pengadilan Negeri Palembang, maka ternyata konsumen yang dirugikan tidak langsung menyelesaikan permasalahannya melalui jalur pengadilan. Penyelesaian melalui jalur Pengadilan, jika terdapat para pihak yang tidak puas atas hasil putusan BPSK. Biasanya pihak yang menggugat, yaitu pelaku usaha yang merasa dirugikan dengan putusan BPSK.¹²⁷

Pada mekanisme penyelesaian melalui jalur peradilan ini Hakim seyogyanya memutus dengan berdasarkan rasa keadilan. Keadilan sendiri berkaitan erat dan memiliki hubungan yang sangat erat dengan penegakan hukum. Bahkan secara lebih tegas dapat dikatakan bahwa hukum tidak memiliki tujuan pada dirinya sendiri. Hukum bahwa hukum tidak memiliki tujuan pada dirinya sendiri. Hukumn hanya merupakan instrumen untuk mencapai keadilan. Setiap kali hakim memutuskan sebuah perkara, ia selalu memulainya dengan kalimat demi keadilan. Namun yang menjadi persoalan adalah bahwa keputusan hukum di satu sisi selalu bersifat normatif, objektif dan positivistik dan masalah keadilan pada sisi yang lain bersifat subjektif.

Kata keadilan sendiri berasal dari kata adil, menurut Kamus Bahasa

¹²⁶ *Ibid.*, Pasal 45 ayat (4) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

¹²⁷ Hasil Wawancara dengan Bapak Wakil Ketua Pengadilan Negeri Palembang tanggal 8 Nopember 2023.

Indonesia adil adalah tidak sewenang-wenang, tidak memihak, tidak berat sebelah. Adil terutama mengandung arti bahwa suatu keputusan dan tindakan didasarkan atas norma-norma objektif. Keadilan pada dasarnya adalah suatu konsep yang relatif, setiap orang tidak sama, adil menurut yang 1 (satu) belum tentu adil bagi yang lainnya, ketika seseorang menegaskan bahwa ia melakukan suatu keadilan, hal itu tentunya harus relevan dengan ketertiban umum, dimana suatu skala keadilan diakui. Skala keadilan sangat bervariasi dari satu tempat ke tempat lain, setiap skala didefinisikan dan sepenuhnya ditentukan oleh masyarakat sesuai dengan ketertiban umum dari masyarakat tersebut.¹²⁸

Berbicara mengenai konsep keadilan sendiri banyak pendapat para ahli dalam hal ini Filsuf yang mendefinisikan mengenai keadilan. Menurut Aristoteles dalam karyanya yang berjudul *Etika Nichomachea* menjelaskan pemikiran-pemikirannya tentang keadilan. Bagi Aristoteles, keutamaan, yaitu ketaatan terhadap hukum (hukum polis pada waktu itu, tertulis dan tidak tertulis) adalah keadilan. Dengan kata lain keadilan adalah keutamaan dan ini bersifat umum. Salah satunya Aristoteles, yang menekankan pada persamaan hak sebagai konsep keadilan. Artinya keadilan akan tercapai jika beberapa pihak diperlakukan secara sama atau sebaliknya, beberapa pihak tersebut tidak diperlakukan secara sama.

Selain itu Aristoteles juga membedakan antara keadilan distributif

¹²⁸ M. Agus Santoso, *Hukum, Moral & Keadilan Sebuah Kajian Filsafat Hukum*, Ctk. Kedua (Jakarta, Kencana, 2014): 85.

dengan keadilan korektif. Keadilan distributif menurutnya adalah keadilan yang berlaku dalam hukum publik, yaitu berfokus pada distribusi, honor kekayaan, dan barang-barang lain yang diperoleh oleh anggota masyarakat. Kemudian keadilan korektif berhubungan dengan pembetulan sesuatu yang salah, memberikan kompensasi kepada pihak yang dirugikan atau hukuman yang pantas bagi pelaku kejahatan, sehingga dapat disebutkan bahwa ganti rugi dan sanksi merupakan keadilan akorektif menurut Aristoteles.

Teori keadilan menurut Aristoteles yang dikemukakan oleh Theo Huijbers adalah sebagai berikut:¹²⁹

- 1) Keadilan dalam pembagian jabatan dan harta benda publik.
- 2) Keadilan dalam jual beli. Menurutnya harga barang tergantung kedudukan dari para pihak. Ini sekarang tidak mungkin diterima.
- 3) Keadilan sebagai kesamaan aritmetis dalam bidang privat dan juga publik. Kalau seorang mencuri, maka ia harus dihukum, tanpa mempedulikan kedudukan orang yang bersangkutan. Sekarang, kalau pejabat terbukti secara sah melakukan korupsi, maka pejabat itu harus dihukum tidak peduli bahwa ia adalah pejabat.
- 4) Keadilan dalam bidang penafsiran hukum. Karena Undang-Undang itu bersifat umum, tidak meliputi semua persoalan konkret, maka hakim harus menafsirkannya seolah-olah ia sendiri terlibat dalam peristiwa konkret tersebut. Menurut Aristoteles, hakim tersebut harus memiliki epikeia, yaitu suatu rasa tentang apa yang pantas”.

Berbeda dengan John Rawls, mendefinisikan keadilan melalui karya-karyanya, seperti *A Theory of Justice*, *Political Liberalism*, dan *The Law of Peoples*, John Rawls dikenal sebagai salah seorang filsuf Amerika kenamaan di akhir abad ke-20. John Rawls berpendapat bahwa keadilan adalah kebajikan utama dari

¹²⁹ M. Agus Santoso, *op. cit.*, hlm. 242.

hadirnya institusi-institusi sosial (*social institutions*). Akan tetapi, menurutnya, kebaikan bagi seluruh masyarakat tidak dapat mengesampingkan atau mengganggu rasa keadilan dari setiap orang yang telah memperoleh rasa keadilan, khususnya masyarakat lemah. Uraian filsafat mengenai keterkaitan antara keadilan dan hukum juga dapat kita temukan dalam pandangan Jhon Rawls. Jhon Rawls mengemukakan bahwa kedaulatan hukum jelas-jelas berkaitan erat dengan keadilan. Rawls mendefinisikan keadilan sebagai keteraturan, *justice as regulatory*. Menurut John Rawls, keadilan adalah *fairness (justice as fairness)*. Pendapat John Rawls ini berakar pada teori kontrak sosial Locke dan Rousseau serta ajaran deontologi dari Imanuel Kant.

Roscoe Pound melihat keadilan dalam hasil-hasil kongkrit yang bisa diberikannya kepada masyarakat. Ia melihat bahwa hasil yang diperoleh itu hendaknya berupa pemuasan kebutuhan manusia sebanyak-banyaknya dengan pengorbanan yang sekecil-kecilnya. Pound sendiri mengatakan, bahwa ia sendiri senang melihat “semakin meluasnya pengakuan dan pemuasan terhadap kebutuhan, tuntutan atau keinginan-keinginan manusia melalui pengendalian sosial; semakin meluas dan efektifnya jaminan terhadap kepentingan sosial; suatu usaha untuk menghapuskan pemborosan yang terus-menerus dan semakin efektif dan menghindari perbenturan antara manusia dalam menikmati sumber-sumber daya, singkatnya *social engineering* semakin efektif”.¹³⁰

¹³⁰ Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, Ctk. Kedelapan (Bandung, Citra Aditya Bakti, 2014): 174-175.

Pada era Liberalisme klasik yang dipelopori oleh Jhon Locke menjelaskan bahwa dalam “keadaan alamiah”, tiap-tiap orang hidup dalam keadaan harmonis yang ditandai kebebasan dan kesamaan hak. Hans Kelsen mendefinisikan keadilan adalah suatu tertib sosial tertentu yang di bawah lindungannya usaha untuk mencari kebenaran bisa berkembang dan subur. Karena keadilan menurut Hans Kelsen adalah keadilan kemerdekaan, keadilan perdamaian, keadilan demokrasi dan keadilan sosial.¹³¹ Hans Kelsen dalam bukunya *general theory of law and state*, berpandangan bahwa hukum sebagai tatanan sosial yang dapat dinyatakan adil apabila dapat mengatur perbuatan manusia dengan cara yang memuaskan, sehingga dapat menemukan kebahagiaan didalamnya.

Konsep keadilan menurut Hukum Murni Hans Kelsen, untuk mencapai keadilan, manusia tidak hanya berkewajiban menata diri sendiri, namun juga wajib menata masyarakat dan negara yang diatur hukum. Hal tersebut harus dilakukan agar setiap hak dan kewajiban dapat dilaksanakan secara seimbang. "Menurut Hans Kelsen, hukum harus dibersihkan dari anasir-anasir non yuridis seperti unsur sosiologis, politis, historis, bahkan nilai-nilai etis. Hans Kelsen menegaskan bahwa keadilan dalam konteks hukum memiliki makna legalitas. Menurut Kelsen suatu peraturan umum adalah adil jika ia benar-benar diterapkan kepada semua kasus yang, menurut isinya, peraturan ini harus diterapkan. Suatu peraturan umum adalah tidak adil jika diterapkan pada suatu kasus dan tidak diterapkan

¹³¹ *Ibid.*

pada kasus lain yang serupa. Hans Kelsen memaknai keadilan dalam pengertian legalitas sebagai suatu kualitas yang berhubungan bukan dengan isi dari suatu tatanan hukum positif, melainkan dengan penerapannya. Hans Kelsen berpendapat adalah bahwa penerapan hukum itu berlaku bagi semua orang. Pernyataan bahwa perbuatan seseorang adalah adil atau tidak adil dalam arti berdasarkan hukum atau tidak berdasarkan hukum, berarti bahwa perbuatan tersebut sesuai atau tidak sesuai dengan suatu norma hukum yang dianggap absah oleh subyek yang menilainya karena norma ini termasuk dalam tatanan hukum positif. Dengan memahami keadilan dalam konteks legal, Hans Kelsen menegaskan bahwa basis dari keadilan hukum bukan pada individu melainkan pada norma-norma hukum itu sendiri.

Namun, Konsep keadilan yang berlaku dalam Hukum Murni dewasa ini dinilai sudah tidak lagi sesuai dengan jiwa masyarakat, jiwa keadilan dimana kenyataan hukum telah melukai pemikiran hukum dan hati rakyat. Disamping mencari relevansi dengan menentukan jalan serta menyelesaikan permasalahan hukum karena banyak praktek hukum di masyarakat telah terjadi penyimpangan atau dengan cara lain yang bertentangan dengan nilai moral dan hukum yang dirasakan menyimpang dari cita-cita hukum yang sebenarnya karena hukum telah dicampuri politik dengan unsur-unsur psikologi, sosiologi, etika dan teori-teori yang terkait sehingga kemurnian hukum menjadi terabaikan, sehingga mengaburkan esensi ilmu hukum dan meniadakan batas-batas yang telah ditetapkan oleh peraturan perundangan yang berlaku.

Masalah subjektifitas keadilan hukum ini telah menjadi perhatian Hans Kelsen. Menurut Hans Kelsen keadilan tidak bisa menjadi dasar dari keputusan hukum, karena keadilan bersifat subjektif sementara hukum harus bersifat objektif. Dalam dilema seperti ini, bagaimanakah kita harus memaknai keadilan dalam konteks hukum ? Untuk mencapai keadilan, manusia tidak hanya berkewajiban menata diri sendiri, namun juga wajib menata masyarakat dan negara yang diatur hukum. Hal tersebut harus dilakukan agar setiap hak dan kewajiban dapat dilaksanakan secara seimbang. Di dalam mempertahankan pemikiran tentang konsep keadilan, setiap manusia harus mampu menjalankan hak dan kewajiban secara seimbang. Kemurnian hukum dapat berjalan sesuai dengan perkembangan dan pertumbuhan manusia atas dasar perkembangan ilmu pengetahuan, perkembangan masyarakat, perkembangan teknologi sesuai dengan kepribadian bangsa.

Perlakuan hukum yang menimpa masyarakat miskin kerap kali melahirkan ketidakadilan. Masyarakat miskin adalah kelompok sosial di tengah kehidupan masyarakat yang sangat rentan terhadap perlakuan hukum yang tidak adil. Proses penegakan hukum kerap kali melahirkan ketidakadilan hukum dan ketidakadilan hukum ini bersumber dari bekerjanya hukum dalam sebuah sistemnya. Ketika hukum dilepaskan dari konteks sosialnya, maka hukum akan jauh dari rasa keadilan masyarakat. Inilah yang sekarang sedang menjadi sorotan masyarakat luas. Aparat penegak hukum melihat dan memahami kasus

hukum hanya pada teks-teks “kaku” yang ada dalam aturan perundang-undangan semata, *legalistic-positivistik*, tanpa berusaha memahami kasus hukum tersebut dalam konteks sosiologisnya. Selama ini, praktik penegakan hukum terhadap masyarakat miskin telah mengusik rasa keadilan masyarakat. Salah satu kelompok masyarakat yang kerap kali menjadi korban ketidakadilan dalam penegakan hukum adalah kelompok masyarakat miskin.

Dalam kasus pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, penyelesaian sengketa melalui jalur peradilan yang diputus secara adil, sepertinya sulit didapat. Hal ini dikarenakan keadilan sendiri berkaitan erat dan memiliki hubungan yang sangat erat dengan penegakan hukum. Seorang konsumen melakukan mitigasi risiko dengan memastikan sebelum bertransaksi bahwa konsumen tersebut telah memilih *marketplace* yang memiliki sistem keamanan yang baik. Hal ini sesuai dengan UU ITE yang mewajibkan “setiap Penyelenggara Sistem Elektronik harus menyelenggarakan Sistem Elektronik secara andal dan aman serta bertanggung jawab terhadap beroperasinya Sistem Elektronik sebagaimana mestinya”.¹³²

Penyelenggara Sistem Elektronik bertanggung jawab terhadap Penyelenggaraan Sistem Elektroniknya. Ketentuan tersebut tidak

¹³² Pasal 15 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi elektronik. Lembaran Negara RI Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 4843 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Lembaran Negara RI Tahun 2024 Nomor 1, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6905. Sekretariat Negara. Jakarta.

berlaku dalam hal dapat dibuktikan terjadinya keadaan memaksa, kesalahan, dan/atau kelalaian pihak pengguna Sistem Elektronik. Menurut Penjelasan UU ITE, maka yang dimaksudkan dengan “andal” adalah “Sistem Elektronik memiliki kemampuan yang sesuai dengan kebutuhan penggunaannya”. Sedangkan yang dimaksud dengan definisi “aman” di sini adalah “Sistem Elektronik terlindungi secara fisik dan nonfisik”. Selanjutnya yang dimaksud dengan pengertian “beroperasi sebagaimana mestinya” adalah “Sistem Elektronik memiliki kemampuan sesuai dengan spesifikasinya”, termasuk kemampuan Sistem Elektronik dalam mematuhi atau memenuhi kewajiban tata kelola penyelenggaraan Sistem Elektronik yang diatur dalam peraturan perundang-undangan.¹³³

Pengertian penyelenggara Sistem Elektronik bertanggung jawab terhadap Penyelenggaraan Sistem Elektroniknya maksudnya adalah dimana pengertian dari kata “bertanggung jawab” adalah “ada subjek hukum yang bertanggung jawab terhadap penyelenggaraan Sistem Elektronik tersebut”. Namun seketika terjadi permasalahan hukum, pembuktian di sidang peradilan terkait apakah penyelenggara sistem elektronik dalam *platform marketplace*. Untuk penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi perlu adanya sebuah hukum acara yang khusus terkait penyelesaian sengketa jual beli

¹³³ *Ibid.*, Penjelasan Pasal 15 ayat (1) dan (2) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi elektronik.

online serta diperlukan adanya peningkatan kapasitas para aparat penegak hukum terkait dengan teknologi informasi.¹³⁴

Sesuai dengan UU ITE diketahui bahwa “Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah”.¹³⁵ Keberadaan informasi elektronik dan/atau Dokumen Elektronik mengikat dan diakui sebagai alat bukti yang sah untuk memberikan kepastian hukum terhadap penyelenggaraan Sistem Elektronik dan Transaksi Elektronik terutama dalam pembuktian dan hal yang berkaitan dengan perbuatan hukum yang dilakukan melalui Sistem Elektronik.¹³⁶ Contoh Studi Kasus Putusan Pengadilan Nomor 183/Pdt.G/2018/PN.Mdn) pada transaksi pembelian *Macbook* oleh pembeli dalam hal ini adalah Penggugat (konsumen) terhadap Toko *Elipa Store* sebagai *e-merchant* (pelaku usaha) melalui *platform* Aplikasi Tokopedia.

1.2 Model Penyelesaian Sengketa Transaksi Jual Beli pada *Platform Marketplace* melalui Jalur di Luar Pengadilan (Non Litigasi)

Model penyelesaian sengketa transaksi jual beli pada *platform marketplace* melalui jalur di luar pengadilan (non litigasi) dilakukan melalui

¹³⁴ Trivenna Gabriela Miracle Tumbel, Emma V. T. Senewe dan Donna O. Setiabudhi, “Perlingungan Konsumen Jual Beli Online Dalam Era Digital 4.01”, *Jurnal Lex Et Societatis* VIII, no. 3 (Juli - September 2020): 93-105.

¹³⁵ Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara RI Tahun 2024 Nomor 1. Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6905. Sekretariat Negara. Jakarta.

¹³⁶ *Ibid.*, Penjelasan Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha (konsultasi, negosiasi, mediasi atau penilaian para ahli) berdasarkan pilihan sukarela dari para pihak yang bersengketa atau kesepakatan dari masing-masing pihak. dapat pula dengan cara non litigasi (di luar pengadilan) yaitu dengan bantuan BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen) seperti yang diatur dalam UUPK dan PP Nomor 80 tahun 2019. Cara non litigasi bisa diupayakan dengan banyak cara, umpamanya melalui Konsiliasi Penilaian Ahli, Lembaga Arbitrase, Mediasi, dan cara-cara lain yang umumnya dapat dikategorikan sebagai Penyelesaian Sengketa Alternatif atau *Alternative Dispute Resolution* (ADR) sesuai dengan Undang-Undang Nomor 30 tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa. Lembaga-lembaga tersebut ada yang didirikan oleh pihak swasta dan ada juga yang didirikan dan dioperasikan oleh pemerintah.¹³⁷

Lembaga penyelesaian sengketa konsumen yang ada saat ini masih belum efektif karena tidak mengakomodir penyelesaian sengketa dengan baik, terutama untuk sengketa yang nilainya kecil yakni yang hanya puluhan sampai ratusan ribu. Walaupun *online dispute resolution* sudah diakomodir didalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 akan tetapi belum dapat diimplementasikan penyelesaian sengketa yang lebih masuk akal adalah dengan membuat BPSK menjadi semacam *consumer tribunal* yang dilakukan secara *full online*,

¹³⁷ Mosgan Sitomorang, "Menakar Efektivitas Penyelesaian Sengketa Konsumen Bernilai Kecil pada E-Commerce", *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 22, no. 4 (Desember 2022): 537-550.

yakni penyelesaian sengketa konsumen yang mulai proses pendaftaran sampai pemeriksaan dan eksekusinya dilakukan secara *online* dan cepat. Dalam sistem ini lembaganya adalah lembaga adjudikatif serta putusannya adalah benar-benar bersifat *final and binding*, dimana para pihak wajib melaksanakan putusan secara suka rela. Dalam sistem ini apabila putusan tidak dilaksanakan yang bersangkutan dapat dikenai pidana denda atau kurungan.¹³⁸ Sesuai dengan Pasal 45 ayat (3) UUPK diatur bahwa penyelesaian sengketa di luar pengadilan tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana yang diatur dalam undang-undang.

Memperhatikan Pasal 45 ayat (2) UUPK memberikan ruang bagi konsumen yang dirugikan menggugat pelaku usaha melalui peradilan umum tetapi jika konsumen ingin penyelesaian sengketa dengan pelaku usaha melalui di luar pengadilan, maka UUPK menyediakan badan yang dibentuk pemerintah secara khusus untuk menyelesaikan sengketa konsumen dengan pelaku usaha. Badan khusus yang dibentuk pemerintah yang mempunyai wewenang menyelesaikan sengketa konsumen di luar pengadilan adalah Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (yang selanjutnya disingkat BPSK) dan/atau ke lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen untuk penyelesaian sengketa tersebut. Sesuai dengan Pasal 49 (1) UUPK, Pemerintah membentuk Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen di Daerah

¹³⁸ *Ibid.*

Tingkat II untuk penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan.¹³⁹ Namun penyelesaian sengketa di luar Pengadilan oleh BPSK ini yang diatur oleh Pasal 49 ayat (1) UUPK, terjadi tumpang tindih pengaturan jika penyelesaian sengketa dalam lingkup perlindungan terhadap konsumen pada *platform marketplace* terkait sistem pembayaran, bukanlah BPSK melainkan Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa Sektor Jasa keuangan, yang selanjutnya disebut dengan LAPS Sektor Jasa Keuangan. Hal ini sebagaimana yang diatur dalam Pasal 1 Butir 1 dan Pasal 4 huruf (a) POJK Nomor 61/POJK.07/2020 Tanggal 14 Desember 2020 tentang Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa Sektor Jasa Keuangan, yaitu melaksanakan penanganan dan penyelesaian Sengketa Konsumen di sektor jasa keuangan di luar pengadilan.

Jalur non litigasi di dalam negeri dapat dilakukan di BPSK terlebih dahulu apabila belum selesai bisa melanjutkan ke pengadilan, sedangkan apabila melewati batas negara dapat dilakukan melalui arbitrase.¹⁴⁰ Kendala yang dihadapi dalam penyelesaian pengaduan atau sengketa melalui jalur di luar Pengadilan (Non Litigasi), diantaranya yaitu dari sisi kelembagaan dimana keberadaan BPSK yang belum terbentuk di setiap provinsi mengakibatkan penyelesaian pengaduan/sengketa melalui jalur penyelesaian di luar Pengadilan (Non Litigas) menjadi terkendala. Hal ini disebabkan saat ini,

¹³⁹ Pasal 49 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

¹⁴⁰ Natasya Milenizha Irianti, *loc. cit.*

tahun 2024, provinsi di Indonesia berjumlah 38 yang tersebar dari Sabang sampai Merauke. Hal ini terjadi karena Pemekaran daerah adalah pemecahan provinsi atau kabupaten/kota menjadi 2 (dua) daerah atau lebih.

Beberapa provinsi terbaru di Indonesia adalah hasil pemekaran dari Provinsi Papua.¹⁴¹ Sedangkan jumlah BPSK hingga bulan Agustus 2024, terdapat 188 BPSK yang sudah tersebar hanya di 33 Provinsi. Dengan demikian masih terdapat 5 (lima) provinsi lagi yang bentuk dibentuk BPSK. Dari jumlah tersebut, ada 171 BPSK dibentuk berdasarkan Keputusan Presiden (2001-2015), dan 17 BPSK dibentuk berdasarkan Keputusan Gubernur (2020-2024). Ditambah lagi saat ini hanya 58 BPSK yang beroperasi secara aktif di 18 Provinsi. Selain itu, pendanaan BPSK dibebankan kepada APBD Provinsi, termasuk sarana, operasional, honorarium dan sekretariat. Terdapat dua mekanisme penganggaran diantaranya melalui program kegiatan dinas terkait dana hibah.¹⁴²

Untuk menumbuhkan kepercayaan dan menangkal risiko atas perdagangan *online*, utamanya transaksi bersifat lintas batas (*cross border*) perlu adanya suatu mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif dan berbiaya rendah. Hal ini juga sejalan dengan *United Nation Guidelines for Consumer Protection (UNGCP)* yang

¹⁴¹ Kholida Qothrunnada - detikEdu, "Daftar 38 Provinsi di Indonesia Lengkap 2024 Baca artikel detikedu, "Daftar 38 Provinsi di Indonesia Lengkap 2024", Diakses pada tanggal 11 Oktober 2024 Pukul 03.37 WIB., <https://www.detik.com/>.

¹⁴² BPKN-RI, "*Focus Group Discussion (FGD) I* "Hak Keuangan Anggota dan Sekretariat Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)", Diakses pada tanggal 11 Oktober 2023 Pukul 03.46 WIB., <https://bpkn.go.id/>.

menekankan pentingnya penanganan pengaduan konsumen, termasuk kasus lintas batas (*cross border*), melalui mekanisme yang tidak memihak (imparsial), adil, efektif dan transparan. ODR dipandang sebagai mekanisme yang paling efektif, untuk itu (UNCTAD, *DODR Workshop* 24 Oktober 2022).

Belum ada mekanisme dan penanganan pengaduan konsumen yang terintegrasi baik di dalam negeri maupun *cross border*, sehingga perlu melakukan percepatan pembuatan sistem dan regulasi yang berbasis *Digital Online Dispute Resolution (DODR)*.¹⁴³ ODR lahir sebagai alternatif penyelesaian sengketa yang menggunakan *Information of Computer Technology (ICT)* sebagai sarana dalam menyelesaikan sengketa yang terjadi diantara para pihak sebagai akibat dari adanya aktivitas transaksi perdagangan pada *platform marketplace*. Ketika transaksi tersebut menggunakan sarana atau objeknya adalah ICT, maka cara-cara penyelesaian sengketa yang diterapkan juga harus berbeda dengan cara-cara penyelesaian sengketa yang diterapkan dalam perdagangan konvensional, yaitu penyelesaiannya melalui pendekatan digital. ODR merupakan pengembangan dan implementasi secara *daring* dari mekanisme *Alternative Dispute Resolution (ADR)* yang diatur oleh Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.

Selain itu landasan yuridis di Indonesia, seperti Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

¹⁴³ Fery Nurdiansyah, "Pentingnya Perlindungan Konsumen Di Bidang E-Commerce Terhadap Transaksi Internasional", Diakses pada tanggal 27 Januari 2023 Pukul 14.20 WIB., <https://kompasiana.com>.

sebagaimana diubah oleh Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 (UU ITE), Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa (UU AAPS), Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (UU Perdagangan) dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE). Terdapat banyak ragam jenis sarana media elektronik yang dapat digunakan dalam ODR seperti aplikasi konferensi *video (video conference)*, seperti *Zoom, Google Meet* dan aplikasi konferensi video lainnya, surat elektronik (*email*), *feedback system*, fitur obrolan (*chat feature*) dan *artificial intelligence (AI)* dan campuran diantara sarana media elektronik tersebut.

Untuk jenis penyelesaian sengketa yang ada pada saat ini meliputi *online settlement* (penyelesaian sengketa secara *daring*), *online mediation* (mediasi secara *daring*), *online negotiation* (negosiasi secara *daring*) dan *online arbitration* (arbitrase secara *daring*).¹⁴⁴ Pada praktiknya saat ini, menurut Van Den Heuvel, ODR menyelesaikan sengketa melalui 4 (empat) mekanisme, yaitu :¹⁴⁵

- a. *Online Settlement*. Mekanisme yang berkembang di Amerika Serikat ini merupakan suatu fasilitas penyelesaian sengketa yang dilakukan secara *daring*. Mekanisme ini digunakan untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan di bidang finansial yang tidak hanya melayani permasalahan yang berkaitan dengan aktivitas yang terjadi di *cyber space* (dunia maya). *Cybersettle* merupakan *website* pertama yang menyediakan penyelesaian sengketa yang berhubungan dengan bidang finansial yang kemudian selanjutnya diikuti oleh *clicknsettle*.

¹⁴⁴ Sree Khresna Bharadwaj H, "A Comparative Analysis of Online Dispute Resolution Platforms," *American Journal of Operations Management and Information Systems* 2, no. 3 (2017): 84.

¹⁴⁵ Esther Van Den Heuvel", *Online Dispute Resolution As A Solution To Cross-Border E-Disputes*", Diakses pada tanggal 22 Juni 2022 Pukul 13.20 WIB., <https://www.oecd.org/digital/consumer/1878940.pdf>.

- b. *Online Arbitration*. Mekanisme ini juga dapat disebut dengan arbitrase *daring*, dimana mekanisme ini menggunakan *website* sebagai media arbitrase yang tentunya didukung dengan arbitrator yang terqualifikasi sebagai pihak ketiga. Tujuan dari mekanisme ini adalah untuk menyelesaikan sengketa diantara para pihak yang timbul sebagai akibat adanya hubungan kontrak online diantara mereka. Mekanisme ini banyak digunakan pada model *e-commerce Business to Business (B2B)*. Model B2B merupakan transaksi bisnis yang terjadi diantara pelaku bisnis yang satu dengan pelaku bisnis lainnya yang dapat berbentuk kesepakatan spesifik dengan tujuan untuk mendukung kelancaran usaha atau bisnis. Selain itu, mekanisme ini juga dapat dimanfaatkan untuk sengketa komersial bagi para pihak yang sedang berada di negara yang berbeda.
- c. *Online Resolution of Consumer Complaints*. Mekanisme ini dapat disebut dengan resolusi *daring* terhadap pengaduan konsumen yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan pengaduan konsumen. Pelaksanaan mekanisme ini tidak sepenuhnya dilakukan secara *daring*, dimana pengaduan memang dapat dilakukan secara *daring*, tetapi akan dilanjutkan oleh penyelenggara layanan untuk dihubungkan dengan pihak yang merupakan perwakilan dari perusahaan dalam menyelesaikan masalah yang ada.
- d. *Online Mediation* Mekanisme ini dapat disebut juga mediasi *daring*, dimana *website* akan digunakan sebagai sarana tempat mediasi dengan dukungan dari mediator yang terqualifikasi sebagai pihak ketiga. Mediator ini akan berfungsi sebagai penengah yang akan membantu menyelesaikan sengketa antara para pihak. Dalam mekanisme ini, para pihak diperkenankan untuk tidak bertatap muka secara langsung, melainkan dapat melalui sarana-sarana *online*. Para pihak dapat tetap berada tempat kediamannya masing-masing dalam pelaksanaan *online mediation*, sekalipun berbeda negara.

Dalam *Online Dispute Resolution* setidaknya-tidaknya memiliki (4) empat komponen (syarat sah dari ODR), yaitu: ¹⁴⁶

- a. Para pihak yang bersengketa harus mencapai kesepakatan untuk menyelesaikan sengketa diluar pengadilan melalui mekanisme ODR. Perbedaan antara ODR dan ADR adalah, dalam ODR menggunakan, yaitu ICT sebagai sarana penyelesaian sengketa.
- b. Terdapat panduan dari profesional yang memandu para pihak yang bersengketa untuk menjalankan ADR dengan menggunakan sarana internet (ICT).

¹⁴⁶ Riyadus Solikhin, "Urgensi Kontrak Perdagangan E-Commerce dalam Hukum Perjanjian", *Jurnal Padjadjaran Law Review* 11, no. 1 (2023): 65-79.

- c. Pengaturan mengenai ADR juga berlaku untuk pelaksanaan penyelesaian sengketa melalui internet (ODR).
- d. Perangkat lunak (*software*) digunakan sebagai sarana untuk bertukar informasi di Internet, seperti *Meet Online, Access Database, Send Document, and Hold Meeting with Voice and Video Conference*.

Adapun ruang lingkup sengketa yang dapat diselesaikan melalui ODR ini merupakan jenis sengketa di bidang perdagangan atau merupakan tipe penyelesaian sengketa *commercial law* yang seharusnya dapat diselesaikan secara damai dan tidak perlu melalui jalur litigasi (pengadilan).

Yurisdiksi dari ODR yaitu meliputi kewenangan dalam menyelesaikan kasus hukum di bidang perdagangan yang hasilnya dapat berupa *win-win solution* ataupun *win-lose solution* dari proses *electronic adjudication*.¹⁴⁷ Penyelesaian sengketa melalui ODR harus mencapai keadilan bagi para pihak terutama bagi pihak yang dirugikan. Hasil keputusan atau putusan yang dibuat melalui ODR dapat dianggap memiliki kekuatan hukum yang mengikat bagi para pihak yang bersengketa. Selain itu, perangkat lunak (*software*) dan jaringan internet yang bagus juga menjadi komponen yang amat penting dalam pelaksanaan ODR sehingga transaksi dapat diselesaikan dengan cepat, mudah, dan murah.

Dalam penyelesaian sengketa pada *platform marketplace* saat ini, terdapat adanya badan atau organisasi internasional yang mengatur sistem transaksi elektronik antar bangsa ini, maka dari itu disahkanlah *United Nations Commission on International Trade Law (UNCITRAL)* oleh PBB pada tanggal

¹⁴⁷ Gagah Satria Utama, "Online Dispute Resolution: A Revolution In Modern Law Practice", *Business Law Review Journal* 1, no. 3 (2017): 3.

16 Desember 1996. UNCITRAL sendiri merupakan aturan atau regulasi internasional yang dibentuk dengan tujuan untuk mengelompokkan suatu aturan-aturan hukum agar di dalam penggunaannya transaksi internasional mempunyai dasar hukum yang sudah mengaturnya secara tersendiri. Salah satu produk hukum dari UNCITRAL ialah *Model Law on Electronic Commerce*. Dasar aturan Perlindungan Konsumen internasional, dimana pada dasarnya, *United Nations* atau Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) mengeluarkan *Guidelines for Consumer Protection*, yakni sebuah pedoman yang mengatur prinsip utama konsumen yang efektif, undang-undang perlindungan konsumen, lembaga penegakan dan sistem ganti rugi.

Dalam kasus perselisihan antara konsumen dan penjual dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, diperlukan mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif. Aturan hukum harus memastikan bahwa konsumen memiliki akses ke jalur penyelesaian sengketa yang adil dan efisien, seperti arbitrase atau mediasi. Mekanisme penyelesaian sengketa ini harus mudah diakses, ke jalur penyelesaian sengketa yang adil dan efisien, seperti arbitrase atau mediasi. Mekanisme penyelesaian sengketa ini harus mudah diakses, transparan, dan dapat memberikan keputusan yang menguntungkan bagi konsumen.

Sebagai contoh penegakan hukum dari sisi perlindungan hukum perdagangan melalui *platform marketplace* menyangkut Hak Kekayaan Intelektual sangatlah mendesak. Hal ini dikarenakan di Indonesia, pelanggaran HKI masih marak terjadi di mana Mahkamah Agung mencatat 126.675 kasus sengketa merek pelanggaran terkait HKI sepanjang 2020 yang

disebabkan minimnya kesadaran HKI, termasuk di kalangan UMKM. Menanggapi hal itu, Blibli memastikan perlindungan HKI dalam Perjanjian Kerja Sama *Seller*," kata Restu. " Blibli terus mengimbau seluruh *seller* untuk hanya memasarkan dan menjual produk asli dan legal sesuai regulasi serta tidak melanggar HKI milik pihak lain, salah satunya dengan menyediakan pusat informasi bagi para *seller* di situs resmi Blibli," tambah dia. Blibli juga memberikan edukasi dan mendorong para *seller*, khususnya UMKM, untuk menggunakan jasa pendaftaran merek dari Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). Jika terdapat pelanggaran HKI diplatformnya, Blibli menyatakan akan menindak tegas dengan hukuman penalti yang mempengaruhi reputasi *seller*, *take down* dan *suspend* produk, hingga tutup akun *seller* secara permanen.¹⁴⁸

Platform marketplace lokal Blibli mendukung kebijakan perlindungan dan penegakan hukum Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang diwujudkan melalui jaminan produk orisinal serta mendorong mitra *seller* agar bersama-sama menghentikan peredaran barang palsu. "Karena kami percaya dengan menghadirkan kurasi yang didukung dengan aturan serta pengawasan kuat, maka ekosistem HKI yang kuat senantiasa tercipta hingga pada akhirnya mampu menjaga kualitas kenyamanan dan kepuasan pelanggan," ujar SVP *Commercial Analytics* Blibli Restu Kresna dikutip dari Antara, Selasa (23/11/2021).¹⁴⁹

¹⁴⁸ Liputan6, "Cara E-Commerce Lindungi Hak Kekayaan Intelektual", Diakses pada tanggal 23 Nopember 2021 Pukul 16.35 WIB., <https://www.libera.id>.

¹⁴⁹ *Ibid.*

Dalam rangka penegakan Hukum Hak Kekayaan Intelektual, maka baru-baru ini Blibli melakukan deklarasi komitmen dan dukungan perlindungan serta penegakan hukum HKI bersama *Indonesian E-Commerce Association (idEA)* dan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM. Terdapat 5 (lima) poin utama yang menjadi pernyataan dukungan dari deklarasi tersebut, yaitu mendukung kebijakan perlindungan HKI, mendorong penjual untuk memasarkan produk yang memiliki HKI, member edukasi kepada para penjual, menyediakan mekanisme pengaduan, dan bersikap kooperatif dengan pemerintah dan aparat penegak hukum. Informasi lengkap mengenai upaya dalam memerangi pelanggaran HKI bersama para *seller* bisa diakses di seller.blibli.com/intellectual-property-protection. Dimana pada *website* blibli terdapat tips agar tidak melanggar HKI, yaitu:¹⁵⁰

1. Gambar/foto, tidak menggunakan gambar hasil ciptaan orang lain tanpa izin.
2. Produk palsu, tidak memproduksi atau memasarkan produk palsu/imitasi.
3. Brand, tidak menggunakan brand, nama & logo orang lain tanpa hak yang sah.
4. Info tidak sesuai, tidak mencantumkan info *brand* yang tidak sesuai dengan produk.

“Blibli siap bekerja sama dan berkoordinasi secara penuh dengan pemerintah dan aparat penegak hukum untuk kepentingan penegakan hukum perlindungan HKI, termasuk dalam melakukan pengawasan terhadap pelaku pelanggaran HKI serta penyediaan data dan informasi yang dibutuhkan.”. "Kami pun akan terus

¹⁵⁰ [Seller.blibli.com/intellectual-property-protection](https://seller.blibli.com/intellectual-property-protection).

bersikap terbuka dengan para *stakeholder* lainnya dan konsisten menunjukkan partisipasi aktif dalam melawan peredaran produk palsu atau bajakan di dalam *platform* Blibli,” tutup Restu.¹⁵¹

2. Penyelesaian Kerugian Terhadap Konsumen dengan Prinsip Kehati-hatian

Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* yang berdampak menimbulkan kerugian bagi konsumen akibat dari tindakan pelaku usaha yang lalai, maka pelaku usaha dapat dimintai pertanggungjawaban ganti rugi.¹⁵² Sesuai dengan Teori ganti rugi dalam *platform marketplace*, kita mengenal adanya Teori *Caveat Emptor* dan Teori *Caveat Venditor*. Istilah *Caveat Emptor* berasal dari bahasa Latin yang berarti pembeli harus berwaspada. Jika pembeli tidak berhati-hati dalam pembeliannya, ia akan bertanggung jawab sendiri dan memikul seluruh risiko atas pembelian yang tidak menguntungkannya. Suatu usaha yang berlangsung lama untuk melindungi hak-hak konsumen mulai terlihat dalam abad ke-13. Sejak tahun 1810 pengadilan-pengadilan di Inggris mulai menekankan bahwa *Caveat Emptor* sudah tidak dapat diterapkan lagi. Mereka yakin sebenarnya *maxim et the buyer beware* (waspada sebelum membeli) penuh dengan kemungkinan-kemungkinan ketidakadilan.

Hingga taraf yang terus meningkat, banyak pihak yang semakin sadar

¹⁵¹ Liputan6, *loc. cit.*

¹⁵² Ria Sintha Devi dan Feryanti Simarsoit, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen *E-Commerce* Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”, *Jurnal Rectum* : Tinjauan Yuridis Penanganan Tindak Pidana 2, no. 2 (Juli 2020): 125.

bahwa implementasi Teori *Caveat Emptor* sangat merugikan konsumen. Karena itu di akhir abad 19 pengadilan-pengadilan di 30 Amerika Serikat mulai menerapkan Teori *Caveat Venditor* (berwaspadalah penjual). Dalam teori ini penjual bertanggung jawab penuh jika barang yang dijual merugikan konsumen. Akibatnya penjual harus dapat menjamin kualitas (*warranty of quality*) barang yang mereka jual. Perkembangan yang terjadi di abad 19 ini sangat mempengaruhi implementasi progresif hak-hak substantif konsumen.

Sesuai dengan Pasal 4 Huruf (h) UUPK bahwa salah satu hak konsumen, yaitu hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Sesuai dengan Pasal 19 UUPK, Pelaku usaha harus bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan oleh pelaku usaha dalam *e-commerce*. Ganti rugi yang dapat diterima oleh *consumer* atau *marketplace* akibat tindakan kelalaian atau kesalahan yang dilakukan oleh pelaku usaha dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pemberian ganti rugi dilaksanakan oleh pelaku usaha dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi. Dimana terhadap pemberian ganti rugi tersebut tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian

lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan. Ketentuan ini tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Tanggung Jawab Produk dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* sebagai tanggung jawab perdata dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat menggunakan produk yang dihasilkannya, prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab (*presumption of liability principle*) sebagai salah satu modifikasi dari prinsip tanggung jawab pada beban pembuktian terbalik. Prinsip tanggung jawab mutlak yang dianut oleh para produsen memberikan perhatian yang sangat penting bagi para produsen dalam melindungi konsumen selaku pihak yang lemah dalam menjalankan suatu transaksi, terutama dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. *Product liability* yang menganut *strict liability* dapat sangat berguna bagi para konsumen dalam melindungi para konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, sehingga konsumen tidak berkewajiban membuktikan suatu kesalahan, hanya saja para konsumen dalam bertransaksi hendaknya dapat membuktikan kalau suatu produk yang dipakainya cacat, sehingga merugikannya.¹⁵³

Menurut Pasal 47 UUPK bahwa fungsi penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk

¹⁵³Fitriah, "Tanggung Jawab Produk Dalam Transaksi E-Commerce", *Jurnal Universitas Palembang* 19, no. 1 (Januari 2021): 118.

menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen.

Penyelesaian kerugian terhadap konsumen dalam *platform marketplace* dengan prinsip kehati-hatian melibatkan serangkaian langkah yang dirancang untuk memastikan bahwa konsumen mendapatkan kompensasi yang adil jika mereka mengalami kerugian akibat transaksi jual beli pada *platform marketplace*. Berikut adalah 3 (tiga) penerapan prinsip kehati-hatian dalam penyelesaian kerugian terhadap konsumen, yaitu terdiri dari:¹⁵⁴

1. **Perlakuan Adil** : Pelaku usaha harus memastikan bahwa mereka memberikan kompensasi yang adil kepada konsumen jika terjadi kerugian. Ini termasuk memberikan kompensasi yang setara dengan nilai barang atau jasa yang terkena kerugian, dan memastikan bahwa kompensasi tersebut diberikan dalam waktu yang wajar.
2. **Transparansi** : Pelaku usaha harus memberikan informasi yang jelas dan transparan kepada konsumen tentang bagaimana kerugian akan ditangani. Ini termasuk memberi tahu konsumen tentang hak dan kewajiban mereka, dan memberikan informasi tentang proses penyelesaian kerugian.
3. **Arbitrase** : Jika terjadi sengketa atau keraguan tentang kerugian, pelaku usaha harus memastikan bahwa ada mekanisme arbitrase yang ada. Arbitrase adalah proses di mana pihak-pihak yang terlibat dalam sengketa memilih arbiter yang independen untuk menyelesaikan sengketa. Ini memastikan bahwa konsumen mendapatkan penyelesaian yang adil.

Penelitian lain dilakukan oleh Raplin Jauhari dan kawan-kawan pada tahun 2020 menyimpulkan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen atas kesalahan penjual belum terpenuhi dan kewajiban penjual hanya sebatas memberikan ganti rugi atau mengganti barang sesuai dengan nilainya.¹⁵⁵

¹⁵⁴ Deisy Fricillia Putri Lumentut, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce", *Jurnal Lex Privatum* IX, no. 3 (April 2021): 217-226.

¹⁵⁵ N.M. Jauhari, R. Kasim and N.M. Wirasaputri, "Legal Protection Of Consumers Due To Default In Online Buying And Selling Transactions", *Estudiante Law Journal* 2 (2020): 53-71.

Memperhatikan substansi Pasal 2 UUPK, adanya sengketa konsumen merupakan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen yang atas adanya akibat adanya pelanggaran dari hak-hak konsumen dari produk barang ataupun jasa dari pelaku usaha yanguntutannya mencakup hukum publik dan privat serta transnasional. Selanjutnya, dengan adanya kerugian hak konsumen dari kerugian menggunakan produk pelaku yang telah dialami konsumen akibat dari produk pelaku usaha baik berskala besar maupun kecil, konsumen berhak untuk mendapatkan ganti kerugian dari pelaku usaha dan adanya upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut. Walaupun demikian, kenyataannya dalam kasus sengketa antara konsumen dan pelaku usaha, konsumen lebih sering berada pada posisi yang lemah karena harus berhadapan dengan korporat; entitas bisnis dengan modal atau dana yang (tidak jarang) besar dan dengan jaringan yang luas.

Oleh karena itu, dengan semangat memberikan keadilan bagi yang lemah (dalam hal ini konsumen), Indonesia sebagai negara hukum, mengesahkan UUPK ini yang kemudian menjadi piranti hukum perlindungan konsumen Indonesia. Penerapan ini selain dimaksud untuk memberikan perlindungan hukum kepada konsumen yang merasa dirugikan, juga untuk mencegah terjadinya main hakim sendiri dari masyarakat yang perlindungan bagi konsumen atas kerugian yang diterima akibat tidak bertanggungjawabnya para pelaku usaha pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dalam pelunasan transaksi sudah diatur secara jelas dalam

Pasal 19 UUPK. Namun bila nomor pelaku usaha dapat dihubungi maka pelaku dapat dimintai pertanggung jawaban ganti rugi.

Namun mengingat UUPK tidak mengatur ganti rugi immaterial, maka atas ketiadaan ganti rugi atas kerugian nonmateri di dalam UUPK, menyebabkan konsumen yang dirugikan lebih memilih menggunakan Pasal 1243 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang selanjutnya disingkat dengan KUH Perdata yang mengenal ganti rugi nonmateri.

Adapun tujuan asas kepastian hukum dalam perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace* adalah untuk menciptakan lingkungan yang adil dan teratur bagi konsumen dalam melakukan transaksi jual beli pada *platform marketplace*. Tujuan ini mencakup beberapa hal termasuk:

1. **Menjamin keadilan dalam transaksi:** Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, konsumen harus dilindungi dari praktik-praktik yang tidak adil, seperti harga yang tidak wajar, kualitas produk yang buruk, atau ketidakjelasan mengenai ketentuan kontrak. Asas kepastian hukum memastikan bahwa aturan-aturan yang mengatur transaksi jual beli melalui *platform marketplace* jelas dan dapat dipahami oleh semua pihak yang terlibat, sehingga konsumen dapat membuat keputusan yang tepat dan berdasarkan informasi yang cukup.
2. **Meningkatkan kepercayaan konsumen:** Asas kepastian hukum juga bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap transaksi

jual beli melalui *platform marketplace*. Dengan menjamin bahwa konsumen dilindungi oleh hukum dan aturan-aturan yang adil, konsumen akan merasa lebih nyaman untuk melakukan transaksi secara *online* dan akan lebih cenderung untuk mengulangi transaksi di masa depan.

2. **Mengurangi risiko untuk konsumen:** Asas kepastian hukum juga bertujuan untuk mengurangi risiko yang dihadapi konsumen dalam transaksi *e-commerce*. Dengan menjamin bahwa konsumen dilindungi oleh hukum dan aturan-aturan yang adil, konsumen akan merasa lebih aman dan nyaman untuk melakukan transaksi, dan akan merasa bahwa mereka memiliki hak-hak yang terlindungi. Dalam hal ini, asas kepastian hukum dan transaksi *fairness* saling terkait karena tujuan keduanya adalah untuk menciptakan lingkungan yang adil bagi konsumen. Transaksi *fairness* mengacu pada konsep bahwa setiap transaksi harus dilakukan secara adil dan setara, dan bahwa setiap pihak harus memiliki kesempatan yang sama untuk memperoleh manfaat dari transaksi tersebut. Asas kepastian hukum membantu menciptakan lingkungan yang adil dengan menjamin bahwa aturan-aturan yang mengatur transaksi jual beli melalui *platform marketplace* jelas dan dapat dipahami oleh semua pihak yang terlibat, dan bahwa konsumen dilindungi oleh hukum dan aturan-aturan yang adil, sehingga, asas kepastian hukum sangat penting dalam memastikan transaksi *fairness* di dalam *platform marketplace*.

Dalam penyelesaian sengketa konsumen melalui jalur peradilan dapat

dihat Putusan Pengadilan yang telah memiliki kekuatan hukum tetap (*inkracht*) dalam perlindungan konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dapat berupa putusan yang dikeluarkan oleh Pengadilan Konsumen atau Pengadilan Umum. Beberapa contoh putusan tersebut adalah:

1. Putusan yang menghukum penjual atau penyedia layanan *platform marketplace* karena melakukan praktik-praktik bisnis yang merugikan konsumen, seperti harga yang tidak wajar, produk yang cacat atau pelayanan yang buruk.
2. Putusan yang menghukum penjual atau penyedia layanan *platform marketplace* karena melakukan praktik-praktik bisnis yang merugikan konsumen, seperti harga yang tidak wajar, produk yang cacat, atau pelayanan yang buruk.
3. Putusan yang memerintahkan penjual atau penyedia layanan *platform marketplace* untuk memberikan ganti rugi kepada konsumen yang mengalami kerugian akibat dari praktik-praktik bisnis yang tidak adil.
4. Putusan yang memerintahkan penjual atau penyedia layanan *platform marketplace* untuk menghentikan praktik-praktik bisnis yang tidak adil atau merugikan konsumen.
5. Putusan yang menegaskan hak-hak konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, seperti hak untuk membatalkan pembelian dalam jangka waktu tertentu atau untuk mendapatkan informasi yang jelas mengenai produk atau layanan yang ditawarkan.

Putusan Pengadilan yang telah memiliki kekuatan hukum tetap ini memiliki kekuatan hukum yang mengikat dan harus dijalankan oleh pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace* tersebut. Putusan ini juga dapat digunakan sebagai acuan atau preseden dalam kasus-kasus serupa di masa yang akan datang, sehingga dapat membantu meningkatkan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace* secara keseluruhan.

Dalam perlindungan pelaku usaha pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, asas kepastian hukum dapat diterapkan melalui beberapa cara, antara lain :

1. Pelaku usaha juga memerlukan penegakan hukum yang konsisten dan adil terkait dengan transaksi pada *platform marketplace* yang mereka lakukan. Hal ini dapat diwujudkan melalui penerapan hukum yang sama untuk semua pelaku usaha tanpa terkecuali dan tidak adanya diskriminasi dalam penerapan hukum.
2. Pelaku usaha juga memerlukan keadilan dalam penyelesaian sengketa yang terkait dengan transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Penyelesaian sengketa yang adil dan tepat waktu dapat memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha dalam transaksi pada *platform marketplace*.

E. Analisis Kasus dalam Konteks Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan hukum represif adalah upaya hukum yang diberikan untuk menyelesaikan sengketa atau pelanggaran dengan memberikan sanksi, seperti

denda, penjara, dan hukuman tambahan. Upaya represif merupakan upaya terakhir yang dilakukan setelah terjadi pelanggaran atau sengketa. Upaya ini bertujuan untuk mengembalikan keserasian yang terganggu akibat konflik atau penyimpangan. Perlindungan hukum represif dapat dilakukan melalui litigasi dan non litigasi. Litigasi dilakukan melalui Pengadilan, sedangkan non litigasi dilakukan melalui Badan Perlindungan Konsumen Nasional, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

Berbeda dengan perlindungan hukum represif, perlindungan hukum preventif adalah upaya pencegahan pelanggaran hukum. Perlindungan hukum preventif dilakukan oleh pemerintah dengan memberikan rambu-rambu atau batasan-batasan dalam melakukan suatu kewajiban. Upaya preventif adalah upaya mencegah pelanggaran hukum. Sementara itu, upaya represif adalah upaya memulihkan gangguan.

Dalam konteks perlindungan hukum represif pada transaksi jual beli pada *platform marketplace*, maka beberapa kasus jual beli pada *platform marketplace* diantaranya :

1. Contoh Kasus Penyelesaian Sengketa melalui jalur peradilan (litigasi):

- **Kasus Posisi:**

Studi kasus perdata perbuatan melawan hukum (wanprestasi) dalam transaksi *e-commerce* berdasarkan Perjanjian Transaksi Elektronik yang melibatkan Amir Salim sebagai penggugat dan PT. Ecart Webportal

Indonesia (Lazada Indonesia) sebagai Tergugat. Penggugat atas nama Reno dengan surat gugatannya tertanggal 31 Juli 2020 yang didaftarkan pada Kepaniteraan Pengadilan Negeri Jakarta Barat dengan register pendaftaran Perkara Nomor 588/Pdt.G/2020/PN Jkt.Brt dalam Perkara *e-commerce* pemesanan barang berupa Antam Logam Mulia Keping Emas (50 g/999.9% *Fine Gold Certificate*) dengan Nomor pesanan 390468958969274 dalam situs belanja *Online* pada Sistem Elektronik Lazada (Selanjutnya disebut Produk) dengan akun yang digunakan dengan sebutan Reno.

Pada Kasus ini, pihak konsumen sebagai pihak Penggugat yang dirugikan karena kelalaian atas kelalaian dari konsumen sendiri selaku penggugat karena telah memberitahukan Kata Sandi kepada Pihak Tidak Dikenal karena berasumsi bahwa Pihak Tidak Dikenal adalah Tergugat. Dimana akun Penggugat telah diretas (*hacking*) oleh pihak yang tidak bertanggung jawab sebab ternyata yang diminta oleh pihak tersebut, bukanlah nomor aktivasi untuk resi pengiriman, melainkan kode OTP (*One-Time Password*) akun Penggugat.

- **Kasus Posisi:**

Selain itu, pada contoh kasus transaksi jual beli melalui *platform marketplace* (Studi Kasus Putusan Pengadilan Nomor 183/Pdt.G/2018/PN.Mdn), yaitu : Terdapat transaksi pembelian *Macbook* oleh pembeli dalam hal ini adalah Penggugat (konsumen) terhadap Toko Elipa *Store* sebagai *e-merchant* (pelaku usaha) melalui *platform* Aplikasi Tokopedia pada tanggal 15 Februari 2018 dengan harga sebesar Rp.22.369.400,-. Penggugat merasa dirugikan akibat kelalaiandari pihak Tokopedia selaku *marketplace*, maka pembeli (konsumen) mengajukan gugatan ganti kerugian melalui Pengadilan Negeri Medan dengan Nomor Perkara 183/Pdt.G/2018/PN.Mdn Perdata Gugatan pada tahun 2018. Adapun isi putusan Pengadilan pada kasus tersebut, yaitu : dengan memperhatikan ketentuan UUPK , R.Bg dan peraturan perundang-undangan yang berkaitan, Pengadilan Negeri Medan yang mengadili perkara dengan keputusan dalam provisi Menolak gugatan Provisi Penggugat dan menyatakan eksepsi Tergugat dapat diterima, sedangkan dalam pokok perkara menyatakan gugatan Penggugat tidak dapat diterima. Pada Kasus ini, konsumen selaku penggugat merasa dirugikan akibat kelalaian dari pihak Tokopedia selaku *marketplace*.

- **Kasus Posisi:**

Selain itu juga terdapat Kasus gugatan dari Komunitas Konsumen Indonesia selaku Penggugat yang menggugat Menteri Komunikasi dan Informatika RI dan PT Tokopedia selaku Tergugat, dimana Penggugat sebagai Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) di dalam surat gugatannya tertanggal 6 Mei 2020 yang diterima di Kepaniteraan Pengadilan Negeri Jakarta Pusat pada tanggal 8 Mei 2020 dan telah terdaftar dengan Register No. 235/Pdt.G/2020/PN.JKT.PST. Dimana gugatan dari Penggugat diajukan sehubungan dengan terjadinya kesalahan dari Tergugat II, yaitu PT Tokopedia selaku penyelenggara sistem elektronik dalam menyimpan dan melindungi kerahasiaan data pribadi dan hak privasi akun pengguna situs belanja *online* TOKOPEDIA.Com yang saat ini dikuasai oleh pihak ketiga tanpa persetujuan pemilik akun. dan menjaga kepercayaan konsumen terhadap bisnis. Konsumen harus memastikan bahwa mereka memahami dan menyetujui syarat dan ketentuan sebelum melakukan transaksi, sedangkan pelaku bisnis harus mematuhi persyaratan hukum yang berlaku dan memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang produk atau layanan yang mereka tawarkan. Dalam menghargai hak-hak para konsumen, informasi yang lengkap dan akurat sangat penting atas suatu barang dalam menjunjung hak konsumen.

Analisa Kasus:

Pada kasus tersebut, penyelesaian sengketa ditempuh melalui jalur peradilan. Namun terlepas dari pihak *marketplace* (Lazada) yang dituduh bersalah, sehingga dituntut untuk mengganti kerugian, namun di sini harus dibuktikan apakah kesalahan tersebut ada di pihak konsumen yang teledor atau memang ada di pihak pelaku usaha atau *marketplace*. Secara yuridis, *marketplace* selaku pihak yang memfasilitasi *platform marketplace* antara konsumen dan pelaku usaha, namun sesuai dengan UU ITE harus dibuktikan apakah *platform marketplace* tersebut telah memiliki aplikasi yang andal dan aman. Jika ternyata *platform marketplace* tersebut ternyata dapat dibuktikan memang memiliki keandalan dan keamanan, maka *marketplace* tidak dapat dipersalahkan, tetapi justru konsumenlah yang harus bertanggung jawab atas tindakan kelalaian yang dilakukan olehnya sendiri. Tetapi sebaliknya jika tidak dapat dibuktikan bahwa *platform marketplace* tersebut andal, aman dan dapat beroperasi sebagaimana mestinya sebagaimana yang diatur dalam UU ITE, maka jika *marketplace* dibebankan tanggung jawab untuk mengganti kerugian, berarti *marketplace* berada dalam posisi perlindungan hukum yang lemah. Dimana sesuai dengan UU ITE yang dimaksud dengan definisi "andal" adalah Sistem Elektronik memiliki kemampuan yang sesuai dengan kebutuhan penggunaannya. Yang dimaksud dengan "aman" adalah Sistem Elektronik terlindungi secara fisik dan nonfisik. Sedangkan yang dimaksud

dengan "beroperasi sebagaimana mestinya" adalah Sistem Elektronik memiliki kemampuan sesuai dengan spesifikasinya, termasuk kemampuan Sistem Elektronik dalam mematuhi atau memenuhi kewajiban tata kelola Penyelenggaraan Sistem Elektronik yang diatur dalam peraturan perundang-undangan.. Selanjutnya sesuai dengan UU ITE diatur bahwa penyelenggara Sistem Elektronik haruslah subjek hukum yang bertanggung jawab secara hukum terhadap Sistem Elektronik tersebut.¹⁵⁶ Sesuai dengan UU ITE diketahui bahwa "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah".¹⁵⁷ Pada kasus ini juga, jika terbukti kebocoran data pribadi terdapat unsur kesalahan/kelalaian dari pihak bank dalam konteks payment gateway, maka tidak menutup kemungkinan bank juga dapat dimintakan pertanggungjawabannya, sehingga bank perlu juga dilindungi dalam transaksi perdagangan pada *platform marketplace* ini.

Jika konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* melakukan penipuan dengan mengklaim tidak menerima barang padahal sebenarnya telah menerima, maka pelaku usaha dapat melaporkan masalah ini kepada *platform marketplace* yang digunakan dan meminta bantuan untuk menyelesaikan masalah ini. Tindakan konsumen yang memalsukan alamat, nomor handphone, bahkan bukti transfer yang tentunya menyebabkan kerugian bagi pelaku usaha. Ketika unsur penipuan di Pasal 378 KUHP dalam suatu transaksi *online* terpenuhi, maka pihak pelaku usaha sebagai pihak yang dirugikan dapat mengajukan laporan atas tindak pidana penipuan. Pada kasus terkait perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*, aparat penegak hukum dalam kondisi tertentu masih memberlakukan pasal Tindak Pidana Penipuan, yaitu Pasal 378 KUHP, walaupun sebenarnya ketentuan yang harus diberlakukan adalah UUPK. Namun, mungkin karena kurang sosialisasi, sehingga pemahaman aparat penegak hukum masih menerapkan KUHP terkait penipuan.

Selanjutnya sesuai dengan Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2016 tentang Batasan dan Tanggung Jawab Penyedia *Platform* dan Pedagang (*Merchant*) Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*Electronic Commerce*) yang berbentuk *User Generated Content*, adalah peraturan yang dikeluarkan oleh Menteri Komunikasi dan Informatika. Surat edaran ini berfokus pada regulatorisasi dan tanggung jawab penyedia *platform* dan pedagang (*merchant*) dalam mengelola konten yang dihasilkan oleh pengguna dalam konteks *e-commerce*. Aturan ini memisahkan tanggung jawab penyedia situs jual beli *daring* yang berkonsep *marketplace* berbasis *User Generated Content (UGC)* dengan penjual yang memakai jasa mereka. Surat Edaran ini mengkomodir *Safe Harbour Policy* yang diberlakukan di Amerika Serikat.

¹⁵⁶ Penjelasan Pasal 15 ayat (1) dan (2) Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara RI Tahun 2024 Nomor 1. Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6905. Sekretariat Negara. Jakarta.

¹⁵⁷ Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, *loc. cit.*

Selain itu, Dilihat dari klausula baku pada *platform marketplace* adanya kecenderungan, terlihat adanya pengalihan tanggung jawab *marketplace* baik kepada pihak pembeli selaku konsumen maupun kepada pihak penjual selaku pelaku usaha. Padahal sesuai dengan UUPK diatur bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila salah satunya menyatakan pengalihan tanggung jawab.¹⁵⁸

2. Contoh Kasus Penyelesaian Sengketa di luar jalur peradilan:

- **Kasus Posisi:**

Kasus konsumen yang bernama Sdr. Ismintoni yang berdomisili di Palembang pada tanggal 25 April 2022 telah membeli 1 (satu) unit Televisi ukuran 32 inch merk Coocaa secara *online* melalui *marketplace* lazada dengan sistem pembayaran *COD (cash on delivery)* dan jasa pengirimannya melalui JNE Express. Bahwa paket pengiriman barang tersebut dibeli dari *marketplace* Lazada dengan nomor pesanan 845882884148985 dengan tujuan Palembang Sumatera Selatan. Bahwa pada tanggal 28 April 2022 barang tersebut sampai di tempat tujuan dan langsung dilakukan pembayaran oleh pemohon tetapi tidak langsung di *unboxing* (membuka kemasan). Bahwa setelah beberapa waktu pemohon membuka kemasan barang kiriman yang telah dibeli dan ternyata barang kiriman yang telah dibeli tersebut rusak. Bahwa terhadap permasalahan tersebut, pemohon telah menghubungi pelaku usaha (jasa pengiriman barang JNE) untuk menanyakan perihal barang yang rusak akan tetapi tidak ada penggantian dari pelaku usaha atas barang yang rusak tersebut. Pemohon mengajukan tuntutan, yaitu:

- Penggantian unit televisi baru; atau
- Pengembalian uang yang sesuai dengan pembelian barang.

Bahwa atas permohonan tersebut, Termohon telah menyampaikan jawabannya secara lisan yang pada pokoknya membenarkan seluruh keterangan pemohon. Akan tetapi dalam tuntutananya, Termohon merasa keberatan dengan alasan bahwa dikarenakan pemohon membeli barang melalui *marketplace* Lazada dan pihak *marketplace* yang mengirimkan barang menggunakan jasa pengiriman JNE Express, maka konsumen seharusnya membuat laporan pengaduan terlebih dahulu kepada pihak *marketplace* Lazada yang nantinya pihak dari *marketplace* yang akan membuat laporan kepada pihak JNE Express. Terhadap kasus tersebut, maka berdasarkan putusan dalam sidang Majelis BPSK pada Hari Senin tanggal 27 Juni 2022, maka BPSK memutuskan:

¹⁵⁸ Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, *loc. cit.*

1. Pihak *Marketplace* (Lazada) bersedia mengganti kerugian.
2. Pemberian uang tersebut sebagai pengganti atas kerusakan pembelian televisi 32 inch Merk Coocaa.
3. Pengembalian dana atas kerusakan pembelian Televisi 32 Inch Merk Coocaa telah ditransfer padatanggal 11 Juli 2022 dengan bukti pengiriman melalui *email* pihak Lazada Indonesia.

Analisa Kasus:

Pada kasus tersebut, penyelesaian sengketa ditempuh melalui jalur di luar peradilan yang diselesaikan oleh BPSK. Pada putusan BPSK pihak *Marketplace* (Lazada) yang dibebankan tanggung jawab hukum untuk mengganti kerugian terlepas dari apakah pihak Lazada selaku *marketplace* “telah bersedia mengganti kerugian”. Namun, di sini peneliti melihat adanya ketidakseimbangan perlindungan hukum, dimana seharusnya dibuktikan dahulu apakah barang tersebut memang sudah rusak pada saat akan dilakukan pengiriman, karena barang tersebut dikirim oleh pelaku usaha atau barang tersebut mengalami kerusakan dalam perjalanan, berarti kesalahan jasa kurir pengirim barang atau rusak setelah diterima oleh pihak konsumen berarti kesalahan pihak konsumen. Jika terdapat klausula baku yang mengatur bahwa pada saat menerima barang terlebih dahulu konsumen *unboxing* (membuka kemasan), jika tidak, maka tidak dapat mengajukan tuntutan ganti rugi. *Marketplace* di sini hanya bertindak sebagai penyedia *platform marketplace* antara konsumen dan pelaku usaha, seharusnya pihak pelaku usaha yang harus bertanggung jawab, sepanjang konsumen telah melakukan *unboxing* (membuka kemasan) pada saat menerima barang. Jelas di sini, *marketplace* berada pada posisi yang lemah (tidak seimbang) dibandingkan dengan pelaku usaha.

Pada banyak kasus/sengketa konsumen terkadang pada saat konsumen menuntut haknya dengan melaporkan atau bahkan menggugat pihak pelaku Usaha, seperti pada penyelesaian sengketa konsumen pada kasus pembelian 1 (satu) unit televisi 32 inch merk coocaa secara *online* melalui *marketplace* pada tanggal 25 April 2022 dengan sistem pembayaran *COD* (*cash on delivery*) dan jasa pengirimannya melalui JNE Express.

Paket pengiriman barang tersebut dibeli dari *marketplace* Lazada dengan nomor pesanan 845882884148985 dengan tujuan Palembang Sumatera Selatan. Bahwa pada tanggal 28 April 2022 barang tersebut sampai di tempat tujuan dan langsung dilakukan pembayaran oleh pemohon tetapi tidak langsung di*unboxing* (membuka kemasan). Bahwa setelah beberapa waktu pemohon membuka kemasan barang kiriman yang telah dibeli dan ternyata barang kiriman yang telah dibeli tersebut rusak. Pemohon telah menghubungi pelaku usaha (jasa pengiriman barang JNE) untuk menanyakan perihal barang yang rusak akan tetapi tidak ada penggantian dari pelaku usaha atas barang yang rusak tersebut. Pemohon mengajukan tuntutan, yaitu penggantian unit televisi baru atau pengembalian uang yang sesuai dengan pembelian barang.

Terhadap permasalahan tersebut, maka dengan putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Nomor 11/PTS/BPSK/VI/2022 tanggal 27 Juni 2022 memutuskan pihak *marketplace* (Lazada) untuk mengganti kerugian berupa uang sebesar Rp.1.921.762,- (satu juta Sembilan ratus dua puluh satu ribu tujuh ratus enam puluh dua rupiah). Uang tersebut merupakan pengembalian dana atas kerusakan pembelian televisi 32 inch merk coocaa telah ditransfer pada tanggal 11 Juli 2022 dengan bukti pengiriman melalui *email* pihak Lazada Indonesia. Penyelesaian sengketa konsumen pada *platform marketplace* tersebut diajukan proses penyelesaiannya di luar jalur peradilan. Dimana pertimbangan BPSK untuk menetapkan pihak *marketplace*, yaitu Lazada untuk mengganti kerugiannya karena pihak *marketplace* yang mengirimkan barang dengan menggunakan jasa pengiriman ke JNE Express.

Di sini terlihat kedudukan *marketplace* berada pada posisi yang lemah dibandingkan pelaku usaha, dimana seharusnya pelaku usaha yang memiliki Toko *Online* harusnya bertanggung jawab untuk mengganti dibandingkan pelaku usaha. Seharusnya pelaku usaha yang memiliki Toko *Online* harusnya bertanggung jawab untuk mengganti kerugian, namun justru *marketplace* yang disuruh mengganti kerugian konsumen dengan pertimbangan karena pihak *marketplace* yang mengirimkan barang dengan menggunakan jasa pengiriman ke JNE Express bukan pelaku usaha. Di samping itu, jasa pengiriman perlu juga dilindungi karena terekspos risiko untuk dibebankan tanggung jawab mengganti kerugian. Padahal televisi tersebut dijual oleh pelaku usaha dan pelaku usaha tidak dihadirkan pada saat pembahasan masalah. Dapat juga konsumen tidak diberikan penggantian ganti kerugian dikarenakan bahwa pada tanggal 28 April 2022 barang tersebut sampai di tempat tujuan dan langsung dilakukan pembayaran oleh pemohon tetapi tidak langsung *diunboxing* (membuka kemasan).

Sesuai klausula baku *online* antara *marketplace* dan konsumen, bahwa setelah barang diterima pada saat dibuka untuk dilakukan *unboxing*. Terkadang juga konsumen yang dirugikan setelah melaporkan kepada BPSK atau pihak Kepolisian, pada saat akan diproses penyelidikan atau penyelesaian sengketanya, pihak pelapor (konsumen) kadang tidak mau melanjutkan lagi proses pemeriksaannya atau bahkan mencabut lagi pengaduannya. Jelas hal ini melemahkan kedudukan konsumen. Penyelesaian sengketa di luar jalur peradilan terkendala apabila terjadi permasalahan sengketa konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* yang terjadi di wilayah, dimana pada provinsi tersebut tidak terdapat BPSK. Hal ini disebabkan, saat ini, tahun 2024 tidak semua provinsi memiliki BPSK. Baru 33 provinsi yang ada BPSKnya, sedangkan 5 provinsi lainnya belum memiliki BPSK.

BAB III

**PENGATURAN HUKUM TRANSAKSI
JUAL BELI DALAM MEMBERIKAN
PERLINDUNGAN HUKUM YANG SEIMBANG
ANTARA KONSUMEN, PELAKU USAHA DAN *MARKETPLACE***

Suatu aturan dibuat untuk memberikan perlindungan dalam berbagai konteks, termasuk dalam keamanan dan perlindungan konsumen. Sepantasnya bahwa hukum seharusnya didayagunakan sebagai sarana penciptaan ketertiban dalam tata kelola di bidang perlindungan konsumen. Sesungguhnya aturan hukum mengemban beberapa fungsi yang penting, yaitu: ¹ Sedangkan menurut pendapat Sudikno Mertokusumo kaidah adalah : “Pedoman, patokan atau ukuran untuk berperilaku atau bersikap dalam kehidupan bersama”. ²

Aturan hukum berfungsi sebagai alat untuk membagikan hak dan kewajiban di antara para anggota suatu masyarakat secara seimbang dan berkepastian hukum. Aturan hukum tersebut memberikan suatu petunjuk arah kepada tuntutan yang dapat dilaksanakan oleh berbagai peserta dalam lalu lintas sosial satu sama lainnya. Dalam hal ini hukum menggariskan apa yang diizinkan dan apa yang dilarang. Aturan hukum berfungsi untuk mendistribusikan wewenang untuk mengambil keputusan mengenai sosial politik yang disebut “*secondary rule*” dari Hart. ³

¹ Prasetijo Rijadi (2004), “Pembangunan Hukum Penataan Ruang dalam Konsep Kota Berkelanjutan (Studi Hukum Penataan di Kota Surabaya)” *D isertasi, Program Doktor Ilmu Hukum Universitas Diponegoro Semarang*): 165-168.

² Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum*, Yogyakarta: Liberty, 1985): 4.

³ *Ibid.*

Berbagai wewenang yang dapat didistribusikan oleh aturan hukum, seperti:

- a. Wewenang membuat dan mengambil keputusan.
- b. Wewenang untuk memerintah.
- c. Wewenang untuk memaksakan agar suatu aturan dijalankan baik oleh pemerintah melalui lembaga-lembaga hukum maupun masyarakat melalui prosedur hukum yang telah ditetapkan.

Berikut ini adalah penjelasan mengenai aturan di bidang perlindungan yang digunakan untuk mengatur tata tertib dalam masyarakat. Petunjuk itu juga dipakai dalam mengatur kehidupan bangsa dan harus ditaati oleh masyarakat. Jika melanggar, akan ada konsekuensinya.

Berbicara mengenai aturan perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* dalam *e-commerce* dalam Tata Hukum Indonesia, bahwa transaksi jual beli melalui *platform marketplace* adalah suatu bentuk bisnis modern melalui sarana internet. Dimana dibuatnya aturan perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen dan *marketplace* serta untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab. Hari Konsumen Nasional yang diperingati pada 20 April menjadi momentum perlindungan konsumen. Upaya perlindungan konsumen tidak hanya sebatas pada hak-hak konsumen, tetapi juga untuk menjaga kepercayaan konsumen secara keseluruhan. Dimana aturan ketentuan hukum yang melindungi kepentingan konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* di Indonesia belum memadai.

Adapun aturan yang mengatur mengenai perlindungan konsumen dan *marketplace* dapat dicermati dari serangkaian pengaturan di bawah ini, yaitu:

A. Pengaturan Hukum dalam Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace*

Pengaturan yang mengatur perlindungan konsumen mencakup beberapa aspek, seperti yang dijelaskan dalam beberapa sumber yang ditemukan:

1. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses informasi serta menjamin kepastian hukum. Ini bertujuan untuk memberikan kejelasan kepada konsumen mengenai hak-hak mereka dan prosedur yang harus diikuti dalam melindungi diri mereka sebagai konsumen.
2. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha. Hal ini berarti perlindungan konsumen tidak hanya melindungi hak-hak konsumen, tetapi juga memastikan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen.
3. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik usaha yang menipu dan menyesatkan. Ini termasuk melarang pelaku usaha melakukan praktik-praktik yang dapat merugikan konsumen, seperti penipuan, pemalsuan atau pemberian informasi yang tidak akurat.

4. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan, dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa perlindungan konsumen harus diintegrasikan dengan kebijakan dan regulasi di bidang-bidang lain, seperti keamanan dan keselamatan produk, hak-hak kesehatan konsumen, dan lain sebagainya.

Transaksi jual beli melalui *platform marketplace* yang berlaku saat ini memiliki beberapa aturan hukum. Dimana pengaturan tersebut bertujuan untuk memberikan perlindungan terhadap hak-hak dan kepastian hukum bagi semua pihak yang terlibat dalam transaksi tersebut. Dimana secara umum, tujuan pengaturan Perlindungan Konsumen adalah untuk menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya Perlindungan Konsumen. Pelindungan terhadap konsumen pada transaksi dagang melalui sistem elektronik belum dapat dilakukan secara optimal karena pengaturannya masih tersebar dalam beberapa Undang-Undang (UU) yang memerlukan peraturan pelaksanaan.

1. **Pengaturan Hukum Perlindungan Hukum Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace***
 - a. **Pengaturan internasional Perlindungan Konsumen Internasional pada Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace*:**
 - *Guidelines for Consumer Protection,*

Dasar aturan Perlindungan Konsumen internasional, dimana pada dasarnya, *United Nations* atau Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) mengeluarkan *Guidelines for Consumer Protection*, yakni sebuah pedoman yang mengatur prinsip utama konsumen yang efektif, undang-undang perlindungan konsumen, lembaga penegakan dan sistem ganti rugi. Pedoman ini juga membantu negara anggota untuk merumuskan dan menegakkan hukum, peraturan dan regulasi domestik dan regional sesuai dengan keadaan ekonomi, sosial dan lingkungan negara tersebut. Negara anggota juga akan membantu mempromosikan kerjasama internasional di sesama negara anggota, juga berbagi pengalaman dalam hal perlindungan konsumen.⁴

Beberapa prinsip yang diatur dalam pedoman tersebut antara lain adalah:⁵

1. *Fair and equitable treatment*;
2. *Commercial behavior*;
3. *Disclosure and transparency*, dan lain-lain.

- ***United Nations Commission on International Trade Law (UNCITRAL)***,

Dalam penyelesaian sengketa transaksi jual beli pada *platform marketplace* saat ini, transaksi elektronik antar bangsa ini, maka dari itu *United Nations Commission on International Trade Law (UNCITRAL)* oleh

⁴ Pendahuluan *Guidelines for Consumer Protection*

⁵ Pasal 11 huruf a, b dan c *Guidelines for Consumer Protection*

PBB pada tanggal 16 Desember 1996. UNCITRAL sendiri merupakan aturan atau regulasi internasional yang dibentuk dengan tujuan untuk mengelompokkan suatu aturan-aturan hukum agar di dalam penggunaannya transaksi internasional mempunyai dasar hukum yang sudah mengaturnya secara tersendiri. Dimana salah satu produk hukum dari *UNCITRAL* ialah *Model Law on Electronic Commerce* yang bertujuan untuk menggalakkan aturan hukum yang seragam dalam penggunaan jaringan komputer guna transaksi komersial. Terdapat 3 (tiga) tujuan pemilihan *Model Law* (model hukum) ini yakni :⁶

1. Model hukum ini mempunyai elemen-elemen yang dapat dengan mudah diadopsi dan diterima oleh negara-negara dengan suatu sistem sosial, budaya, ekonomi serta hukum berbeda sehingga perkembangan secara signifikan terhadap pengembangan dalam hubungan ekonomi internasional yang harmonis dapat diperoleh;
2. Model hukum ini dijadikan pilihan hukum dalam suatu perdagangan internasional karena memang sudah diusulkan baik oleh negara atau organisasi internasional lainnya;
3. Digunakannya model hukum dapat memberikan bantuan kepada negara lain di dalam membuat suatu peraturan perundang-undangan nasional negara tersebut di bidang elektronik perdagangan (*e-commerce*). (Asyhadie, 2005:120)

Adanya perkembangan dalam transaksi bisnis seperti transaksi jual beli *online*, (*e-commerce*) memerlukan suatu perangkat hukum kontrak nasional yang baru. Sejalan dengan itu, *Unidroit Principles of International Commercial Contract* dan Konvensi Jual Beli Internasional (UNCITRAL CISG 1980) memuat prinsip-prinsip yang dapat diadopsi ke dalam hukum kontrak nasional yang baru nanti.

⁶ Ali Musri Syam, *loc. cit.*

Oleh karena itu seyogyanya dalam pembaharuan hukum kontrak diterapkan prinsip-prinsip yang terdapat dalam ketentuan *UNIDROIT Principle for Intemasional Commercial Contract*, Penerapan prinsip-prinsip dalam CISG yang didasari oleh CERD dan prinsip-prinsip hukum umum yang berlaku di berbagai negara di belahan dunia dapat diadopsi kedalam hukum kontrak Indonesia baru, sehingga hukum kontrak Indonesia yang akan datang dapat mengakomodir kepentingan dan memberikan perlindungan serta kepastian hukum kepada para pelaku usaha. Sebagai contoh, hak untuk mendapatkan ganti rugi atas pelanggaran kontrak memainkan peran penting dalam CISG. Kerugian atau kompensasi moneter dapat menjadi pilihan yang tersedia hanya untuk pihak yang dirugikan. Dapat dikatakan juga bahwa kerugian adalah alasan utama berdasarkan CISG. Menurut Karla C. Shippey, untuk mengendalikan risiko atas kegagalan dan biaya yang muncul akibat kegagalan adalah dengan memasukkan ketentuan ganti rugi (Shippey, 2001). Ganti rugi untuk pelanggaran kontrak oleh salah satu pihak dapat berupa sejumlah uang yang nilainya sama dengan kerugian. Hal ini diatur dalam Pasal 74 sampai Pasal 78 CISG tentang ganti rugi. Ganti rugi itu termasuk kehilangan keuntungan, yang diderita oleh pihak lain akibat pelanggaran kontrak tersebut.

Sebagaimana diketahui bahwa kegiatan jual beli pada *platform marketplace* sepenuhnya bersifat *online*. Oleh karena itu sudah sewajarnya apabila penyelesaian sengketa pun dilakukan secara *online*, mengingat bahwa para pihak berkedudukan di negara yang berbeda yang tentunya bila penyelesaian sengketa dilakukan dengan pertemuan secara fisik akan memakan waktu dan biaya yang banyak. Di Amerika bermunculan situs-situs untuk menyelesaikan permasalahan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* secara *online* seperti *Cybersettle.com*, *E-Resolutions.com*, *iCourthouse* dan *Online Mediators*. Hal tersebut sepenuhnya harus menjadi perhatian oleh negara-negara lain dalam alternatif penyelesaian sengketa dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace*.

b. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821),

UUPK juga memberikan perlindungan kepada konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Namun, UUPK mengatur secara umum mengenai perlindungan konsumen pada perdagangan konvensional dan *e-commerce*. Undang-undang ini memberikan perlindungan kepada hak-hak konsumen dalam hal jaminan kualitas produk, informasi yang akurat dan jelas, hak-hak konsumen, tanggung jawab produsen atau penjual serta penyelesaian sengketa serta perlindungan terhadap data pribadi konsumen.

Dalam undang-undang tersebut telah mengatur hak dan kewajiban penjual dan pembeli, larangan bagi penjual, serta cara penyelesaian sengketa apabila terjadi sengketa antara penjual dan pembeli. UUPK tentang Perlindungan Konsumen belum mampu menjangkau perlindungan konsumen dalam transaksi dagang secara elektronik secara keseluruhan, khususnya dalam hal para pihak memiliki perbedaan yurisdiksi. Sedangkan dalam hal sengketa konsumen, para pihak dapat menempuh jalur pengadilan maupun di luar pengadilan sesuai kesepakatan para pihak, namun alternatif penyelesaian sengketa secara *online* dapat dilaksanakan secara penuh.

Penelitian ini menyarankan kepada pemerintah untuk segera membentuk Peraturan Pemerintah tentang transaksi dagang melalui sistem elektronik dan mengatur mengenai penyelesaian sengketa secara *online*.⁷ Namun *Marketplace* tetap dituntut bertanggung jawab untuk memastikan bahwa penjual yang terdaftar di *platform* mereka mematuhi undang-undang perlindungan konsumen.

UUPK menjadi landasan hukum utama yang mengatur perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Di Indonesia, sejak adanya UUPK, maka diharapkan upaya perlindungan konsumen yang selama ini dianggap kurang diperhatikan dapat menjadi salah satu prioritas negara. Konsumen dapat menggunakan undang-undang ini untuk melindungi kepentingan mereka dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

⁷ Sulasi Rongiyati, "Pelindungan Konsumen dalam Transaksi Dagang Melalui Sistem Elektronik Consumer Protection in E-Commerce", *Jurnal Negara Hukum* 10, no. 1 (Juni 2019): 1.

Perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* menjadi fokus utama dalam aturan hukum yang ada. Konsumen harus diberikan perlindungan khusus karena mereka rentan terhadap berbagai kemungkinan yang dapat merugikan mereka, seperti penipuan atau produk cacat. UUPK memberikan pedoman dan sarana hukum bagi konsumen untuk memperjuangkan hak-hak mereka dan melindungi kepentingan mereka. Di sisi lain, pelaku usaha juga harus memiliki iktikad baik dalam melakukan transaksi jual beli secara *online*. Meskipun telah ada undang-undang yang mengatur perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, masih diperlukan perbaikan dan tambahan substansi peraturan untuk melindungi semua pihak yang terlibat. Dalam menghadapi perkembangan pesat ilmu pengetahuan dan teknologi, peraturan harus mampu mengantisipasi berbagai kemungkinan yang dapat merugikan kepentingan semua pihak.

Undang-undang ini merupakan aturan khusus yang diintegrasikan dan dikhususkan untuk melindungi konsumen dalam menggunakan barang atau jasa. Tujuannya adalah menciptakan kondisi iklim bisnis yang baik antara penjual dan pembeli. Sendi hukum utama yang menjadi dasar pelaksanaan perlindungan konsumen, adalah falsafah Pancasila, sebagai pandangan hidup bangsa dan dasar Negara Republik Indonesia. Oleh karena itu, UUPK sebagai produk dari Dewan Perwakilan Rakyat juga terikat pada pandangan hidup dan dasar Negara

Pancasila. Dimana guna memenuhi butir-butir falsafah tersebut di atas, UUPK menegaskan, bahwa perlindungan konsumen Indonesia berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan, serta kepastian hukum.⁸ Dari penjelasan tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa rasio dari adanya UUPK adalah:⁹

1. Menyeimbangkan daya tawar konsumen terhadap pelaku usaha,
2. Mendorong pelaku usaha untuk bersikap jujur dan bertanggung jawab dalam menjalankan kegiatannya.

Penyeimbangan daya tawar konsumen terhadap pelaku usaha, sejalan dengan sikap jujur dan bertanggung jawab dari pelaku usaha. Sangatlah penting, karena berbagai praktik niaga yang tidak jujur dan mengabaikan tanggung jawab, merupakan pengalaman umum di mana saja.

UUPK menegaskannya sebagai: “Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan hukum kepada konsumen”. Kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen itu antara lain adalah dengan memberikan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen dan pelaku usaha dengan mengatur berbagai aspek dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, seperti hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha dalam melakukan transaksi jual beli barang dan jasa. Dimana UUPK juga telah mengatur permasalahan klausula

⁸ Penjelasan Umum Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

⁹ Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya* (Jakarta: Prenada Media Group, Januari 2011): 39.

Baku dan perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam memasarkan dan memproduksi barang dan jasa. UUPK juga memberikan tanggung jawab kepada pelaku usaha (penjual) terhadap barang yang dipasarkan, yaitu berdaya saing tinggi, bermutu dan bernilai tambah atau berdaya guna tinggi. Hal ini mencakup tanggung jawab hukum (*product liability*) dalam menjaga kualitas produk, penggunaan bahan, dan memenuhi apa yang telah disepakati dalam perjanjian. Penuntutan pidana terhadap pelaku usaha: Bagian ini menjelaskan bahwa pelaku usaha dapat dituntut pidana jika melanggar ketentuan perlindungan konsumen. Sumber menyebutkan bahwa penuntutan pidana dapat dilakukan terhadap pelaku usaha dan/atau pengurusnya.

Bentuk Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* diatur dalam ketentuan Pasal 2 dan Pasal 4 poin 1 dan 3 UUPK. Berdasarkan UUPK, asas perlindungan konsumen bernilai manfaat, terwujudnya keadilan, tercipta keseimbangan antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*, senantiasa memperhatikan aspek keamanan dan keselamatan konsumen serta senantiasa terwujudnya kepastian hukum.¹⁰ Sesuai dengan UUPK, maka konsumen berhak untuk memilih barang dan/atau jasa yang diinginkannya serta mendapatkan barang

¹⁰ Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan harga dan kondisi serta jaminan yang telah disepakati atau diperjanjikan. Selain itu “konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa yang diperjualbelikan”.¹¹

Beberapa pasal dalam UUPK tersebut yang dapat menjadi acuan dalam perlindungan konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, antara lain bahwa konsumen berhak mendapatkan perlindungan pada saat bertransaksi baik terhadap keselamatan, kesehatan dan keamanan dalam mengakses barang dan/atau jasa sebagaimana yang diatur dalam UUPK.¹² Produsen atau pedagang wajib menjamin bahwa barang yang dihasilkan atau diperdagangkan aman bagi konsumen. Dalam bertransaksi, konsumen berhak mendapatkan informasi yang jelas dan benar mengenai barang atau jasa yang akan dibeli, serta berhak mengajukan keluhan atau sengketa jika terjadi masalah dalam transaksi. Sebaliknya juga pelaku usaha berkewajiban memberikan informasi yang benar, jelas dan tidak menyesatkan serta berkewajiban memberikan jaminan atau garansi kepada konsumen mengenai barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Sedangkan berdasarkan Pasal 6 ayat (1) UUPK

¹¹ *Ibid.*, Pasal 4 huruf c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

¹² *Ibid.*, Pasal 4 huruf a Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

mengatur bahwa penjual berhak menentukan dan menerima harga pembayaran atas penjualan barang yang diperdagangkan sesuai dengan kesepakatan.

Selain itu sesuai dengan Pasal 6 ayat (2) UUPK, penjual berhak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik untuk mendapatkan keuntungan dari si penjual. Pelaku usaha dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* haruslah beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya. Dimana pelaku usaha haruslah memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang yang dijualnya serta memberikan penjelasan mengenai cara penggunaan dan memberikan jaminan perbaikan dan pemeliharaan jika terdapat kondisi barang dan/atau jasa yang rusak atau tidak sesuai dengan yang ditawarkan. Pelaku usaha seyogyanya memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif. Selain itu, pelaku usaha seyogyanya dapat menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku. Selain itu, pelaku usaha juga memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan. Pelaku usaha juga memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian

atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan serta memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan yang diperjanjikan. Selanjutnya sesuai dengan Pasal 26 ayat (1) UUPK menyebutkan bahwa setiap konsumen berhak untuk mengajukan gugatan atau keluhan apabila merasa dirugikan oleh produk atau jasa yang diperdagangkan.

UUPK juga memberikan perlindungan hukum kepada pelaku usaha pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. UUPK menetapkan bahwa pelaku usaha wajib memberikan informasi yang jelas, benar, dan tidak menyesatkan kepada konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Selain itu, pelaku usaha juga diwajibkan untuk menjaga keamanan data dan informasi pribadi konsumen yang dihasilkan dari transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Beberapa pasal dalam UUPK yang dapat menjadi acuan dalam perlindungan hukum kepada pelaku usaha antara lain selain kewajiban di atas. UUPK juga mengatur bahwa seorang penjual sebagai pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi kepada pembeli atau konsumen apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan yang diperjanjikan. Hal ini dilakukan agar pembeli dapat menuntut haknya apabila terjadi penipuan atas produk yang dilakukan oleh penjual. Sedangkan hak penjual berdasarkan UUPK adalah sebagai berikut:¹³

¹³ *Ibid.*, Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

1. Menentukan dan menerima harga pembayaran atas penjualan barang sesuai dengan kesepakatan antara penjual dan pembeli.
2. Mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan pembeli yang beritikad tidak baik.
3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya dalam penyelesaian sengketa.
4. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum merugikan konsumen yang tidak diakibatkan oleh barang dan atau jasa yang diperdagangkan.

Selain penjual, pembeli sebagai salah satu pihak dalam transaksi jual beli juga memiliki hak dan kewajiban yang harus dipenuhi. Kewajiban pembeli dalam transaksi jual beli menurut UUPK adalah sebagai berikut: ¹⁴

1. Membaca informasi dan mengikuti prosedur atau petunjuk tentang penggunaan dan atau jasa yang dibelinya.
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi jual beli barang atau jasa tersebut.
3. Membayar harga pembelian sesuai dengan yang telah disepakati.
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum secara patut apabila timbul sengketa dari proses jual beli tersebut.

Pasal 17 ayat (1) UUPK juga mengatur bahwa setiap produsen atau pedagang tidak boleh melakukan praktik penjualan atau pemasaran yang menyesatkan, tidak jujur dan/atau mengecoh konsumen.

Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, setiap produsen atau pedagang wajib memenuhi hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan tidak menyesatkan. Setiap produsen atau pedagang wajib memenuhi hak konsumen atas jaminan keamanan, keselamatan, dan kesehatan. Dimana setiap produsen atau pedagang wajib memberikan pelayanan purna

¹⁴ *Ibid.*, Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

jual kepada konsumen. Selain itu, UUPK juga memberikan perlindungan kepada *marketplace* yang menjadi penyedia *platform* bagi transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, antara pelaku usaha dan konsumen. Dalam hal ini, *marketplace* bertindak sebagai pihak yang bertanggung jawab untuk memastikan bahwa pelaku usaha yang terdaftar di *platformnya* mematuhi ketentuan-ketentuan yang diatur dalam UUPK, seperti memberikan informasi yang jelas, benar dan tidak menyesatkan kepada konsumen. Selain itu, *marketplace* juga bertanggung jawab untuk menjaga keamanan data dan informasi pribadi konsumen yang dihasilkan dari transaksi jual beli yang terjadi di *platformnya*. Namun demikian, dalam beberapa kasus, terkadang muncul perdebatan mengenai tanggung jawab *marketplace* dalam mengatasi sengketa atau masalah yang terjadi antara pelaku usaha dan konsumen yang menggunakan *platformnya*. Oleh karena itu, diperlukan peraturan yang lebih detail dan jelas mengenai kewajiban dan tanggung jawab *marketplace* dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, untuk memastikan perlindungan yang lebih baik bagi pelaku usaha dan konsumen.

Pengaturan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace*, khususnya pada *marketplace*, masih menjadi perhatian penting di Indonesia. Dalam konteks *marketplace e-commerce*, terdapat beberapa aturan yang mengatur perlindungan konsumen dan penyelesaian

sengketa. Berikut adalah penjelasan aturan pada *marketplace e-commerce* di Indonesia. UUPK merupakan aturan yang mengatur perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, undang-undang ini memberikan hak-hak konsumen dalam hal jaminan kualitas produk, informasi yang akurat dan jelas, penyelesaian sengketa, dan hak-hak lainnya. Konsumen dapat menuntut haknya berdasarkan undang-undang ini jika terjadi masalah dalam transaksi di *marketplace*. Selain itu, *marketplace* memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa penjual yang terdaftar di *platform* mereka mematuhi undang-undang perlindungan konsumen. Mereka harus menyediakan informasi yang jelas dan akurat tentang produk, memberikan perlindungan terhadap data pribadi konsumen, dan memiliki mekanisme pengaduan dan penyelesaian sengketa yang efektif. *Marketplace* juga harus melakukan verifikasi terhadap penjual yang terdaftar untuk menghindari praktik penipuan atau penjualan produk *illegal*.

Untuk itu, penting untuk adanya kerjasama antara pemerintah dan *platform marketplace* dalam mengatur dan menjalankan perlindungan konsumen. Pemerintah dapat memberikan regulasi yang jelas dan mengawasi pelaksanaannya, sementara *marketplace* harus mematuhi aturan yang ada dan bekerja sama dengan pemerintah dalam menangani sengketa dan masalah perlindungan konsumen. Namun demikian, selain pengaturan hukum dan peraturan pemerintah, edukasi dan kesadaran konsumen juga sangat penting dalam

perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Konsumen perlu diberi diri mereka dalam transaksi *online* dan bagaimana cara mengenali kan pemahaman tentang hak-hak mereka, cara melindungi diri mereka dalam transaksi *online* dan bagaimana cara mengenali penipuan atau praktik tidak sehat dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Pemerintah dan *platform marketplace* dapat berperan dalam menyediakan edukasi dan kesadaran kepada konsumen.

Meskipun beberapa regulasi (pengaturan) dan mekanisme perlindungan konsumen telah ada, namun dalam transaksi *e-commerce* di *marketplace*, masih diperlukan upaya yang lebih lanjut untuk memastikan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. telah memadai. Untuk itu, tetap perlu terus meningkatkan perlindungan konsumen dan menangani masalah yang muncul dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Kerjasama antara pemerintah, *platform marketplace* dan konsumen sangat penting dalam memastikan perlindungan yang memadai bagi konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Meskipun telah ada aturan yang mengatur perlindungan konsumen dan penyelesaian sengketa dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Di *marketplace*, masih terdapat tantangan yang perlu dihadapi. Salah satunya adalah penyelesaian sengketa lintas negara, di mana penyelesaian melalui peradilan internasional dapat menjadi rumit dan mahal. Selain itu, perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli

melalui *platform marketplace* dalam lingkup internasional juga masih menjadi permasalahan yang perlu diselesaikan.

Meskipun UUPK mengatur beberapa hak konsumen terkait transaksi digital, masih diperlukan revisi untuk mengakomodasi hak-hak konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dengan lebih baik. Revisi ini diharapkan dapat memperkuat perlindungan konsumen dalam transaksi digital dan melindungi mereka dari praktik yang merugikan.

Di Indonesia, sejak adanya UUPK, maka diharapkan upaya perlindungan konsumen yang selama ini dianggap kurang diperhatikan dapat menjadi salah satu prioritas negara. Tujuan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen yang direncanakan adalah guna meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen, selain itu secara tidak langsung dapat mendorong rasa tanggung jawab pelaku usaha ketika menyelenggarakan kegiatan usahanya.

Dengan demikian, konsumen seringkali berada dalam posisi yang lemah, sehingga sejak adanya UUPK, diharapkan upaya perlindungan konsumen yang selama ini dianggap kurang diperhatikan menjadi lebih diperhatikan. Karena, pada dasarnya setiap warga negara berhak atas perlindungan hukum, salah satunya perlindungan terhadap konsumen. Selain itu, PBB juga telah mengeluarkan pedoman yang mengatur prinsip utama konsumen, undang-undang perlindungan konsumen, dan membantu negara anggota untuk merumuskan dan menegakkan hukum, peraturan dan regulasi domestik mengenai perlindungan konsumen.

c. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 45 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5512),

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, tidak hanya mengatur perdagangan dalam negeri, tetapi juga perdagangan luar negeri termasuk juga perdagangan melalui Sistem Elektronik. UU Perdagangan ini memiliki kaitannya dengan perdagangan melalui *platform marketplace*, khususnya dalam pasal yang berhubungan dengan perdagangan melalui sistem elektronik. Pasal 66 mengatur tentang transaksi perdagangan melalui sistem elektronik, mencakup penjualan barang dan jasa yang dilakukan secara *online*.¹⁵ Pasal 66 mengatur bahwa ketentuan lebih lanjut mengenai transaksi perdagangan melalui sistem elektronik diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Pemerintah.¹⁶ Ini menunjukkan bahwa ada peraturan khusus yang mengatur tentang perdagangan melalui sistem elektronik, yang dikenal sebagai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE).¹⁷

PMSE adalah perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik. Dalam PMSE, para pihak harus memperhatikan prinsip-prinsip, seperti itikad baik, kehati-hatian, transparansi, keterpercayaan, akuntabilitas, keseimbangan dan adil dan sehat. PMSE dapat

¹⁵ Jogloabang, "UU 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan," Diakses pada tanggal 10 Mei 2019 Pukul 21.09 WIB. , <https://www.jogloabang.com/>.

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ Kominfo, "Inilah Aturan Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik", Diakses pada tanggal 4 Desember 2019 Pukul 15.11 WIB. , <https://www.kominfo.go.id/>.

dilakukan oleh Pelaku Usaha, Konsumen, Pribadi, dan instansi penyelenggara negara sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang selanjutnya disebut dengan para pihak.¹⁸ Dalam konteks jual beli melalui *platform marketplace*, PMSE memainkan peran penting dalam memfasilitasi transaksi *online* dan mempromosikan perdagangan dalam negeri dan internasional. Selain itu, PMSE juga memfasilitasi pelaporan dan pengawasan terhadap transaksi perdagangan, sehingga memungkinkan pemerintah untuk menjamin keamanan dan kelancaran transaksi perdagangan.¹⁹

Berdasarkan ketentuan Pasal 65 UU Perdagangan mengatur dasar perdagangan secara elektronik, dalam melaksanakan transaksi elektronik berupa media *online*, syarat wajib yang harus diperhatikan adalah penjual barang atau jasa harus mencantumkan informasi yang secara jujur, asli serta akurat kepada konsumen. Perdagangan melalui sistem elektronik dalam transaksi elektronik memberikan penjelasan mengenai adanya pengaturan dalam transaksi elektronik. Setiap pelaku dagang usaha atau jasa dalam adanya transaksi elektronik wajib menyertakan informasi tentang barang dan jasa yang diperjualbelikan secara jujur, terbuka serta akurat. Serta setiap pelaku dagang dan usaha sangat dilarang keras dalam melakukan perdagangan, dimana jika barang atau jasa yang diterima

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ Koinfo, *loc. cit.*

konsumen tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan, karena hal ini sangat bertentangan dengan pengaturan hukum yang berlaku atas perdagangan.²⁰

d. Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 39 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6641),

Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan, memiliki beberapa ketentuan yang berhubungan dengan transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Sesuai dengan Pasal 56 Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan, dalam menjual barang, produsen tidak perlu memiliki perizinan berusaha di bidang perdagangan. Ini berarti bahwa produsen yang beroperasi secara *online*, atau dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, tidak perlu memiliki perizinan berusaha di bidang perdagangan. Namun, mereka masih harus mengikuti aturan-aturan yang berlaku untuk melindungi konsumen dan memastikan bahwa mereka memberikan produk dan layanan berkualitas.²¹

²⁰ Fery, Nurdiansyah, "Pentingnya Perlindungan Konsumen Di Bidang E-Commerce Terhadap Transaksi Internasional", Diakses pada tanggal 27 Januari 2023 Pukul 17.15 WIB., <https://kompasiana.com>.

²¹ Suryaden, "PP 29 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan", Diakses pada tanggal 4 April 2021 Pukul 20.30 WIB., <https://www.jogloabang.com/>.

Selanjutnya sesuai dengan Pasal 58 Peraturan Pemerintah tersebut, produsen pada *platform marketplace* yang memiliki skala usaha mikro atau kecil juga dapat menjual produknya langsung kepada konsumen tanpa perlu memiliki distributor atau agen. Pengaturan jual beli pada *platform marketplace* sesuai dengan Pasal 103 Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan, juga mengatur bahwa produsen pada *platform marketplace* yang menggunakan jasa distribusi juga perlu melaporkan distribusi barangnya kepada Menteri. Sanksi administratif kepada produsen pada *platform marketplace* melanggar aturan-aturan yang berlaku, mereka dapat diberikan sanksi termasuk penarikan barangnya dan penghentian sementara kegiatan usaha sebagaimana yang diatur dalam Pasal 169 Peraturan Pemerintah tersebut.

- e. **Peraturan Pemerintah Nomor 04 Tahun 2019 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 12 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6306)**, Peraturan Pemerintah ini mengatur mengenai Kedudukan, Tugas dan Fungsi serta Organisasi, Sekretariat dan keanggotaan dari BPKN dan pendanaan.
- f. **Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan, Pengawasan dan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2001 Nomor 103 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4126)**,

Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan Pengawasan dan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen, adalah peraturan yang bertujuan untuk melindungi konsumen dalam transaksi dagang dan usaha. Perlindungan konsumen berlaku untuk segala jenis transaksi jual beli, baik yang dilakukan secara langsung maupun melalui *platform online*. Konsumen tetap memiliki hak penuh untuk mendapatkan barang sesuai dengan yang dijanjikan melalui iklan. Jika tidak sesuai, konsumen berhak mengajukan perlindungan konsumen sesuai dengan undang-undang yang berlaku.²²

g. Keputusan Presiden Nomor 90 Tahun 2001 tentang Pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2001 Nomor 105),

Keputusan Presiden Nomor 90 Tahun 2001 tentang Pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), adalah sebuah peraturan yang dikeluarkan oleh Presiden Republik Indonesia. Keputusan ini bertujuan untuk mempermudah penyelesaian sengketa konsumen dan memberikan kepastian hukum dalam mengatasi sengketa konsumen. BPSK adalah lembaga yang bertugas untuk menyelesaikan sengketa konsumen. Sengketa konsumen adalah konflik yang timbul antara konsumen dan produsen atau penyedia layanan terkait atas produk atau layanan yang dikonsumsi atau dinikmati oleh konsumen.

²² Marsha N. Safithri, "Perlindungan Konsumen : Undang-Undang, Lembaga, dan Hukumnya", Diakses pada tanggal 23 Februari 2022 Pukul 09.15 WIB., <https://www.majoo.id.go.id/>.

Dalam konteks *e-commerce*,²³ BPSK memiliki peran penting dalam menyelesaikan sengketa konsumen yang terjadi dalam transaksi *online*. Misalnya, jika konsumen merasa tidak puas atau terjadi konflik terkait produk atau layanan yang dibeli dari produsen *online*, konsumen dapat mengajukan sengketa kepada BPSK. BPSK akan kemudian bertugas untuk menyelesaikan sengketa tersebut, baik melalui negosiasi atau mediasi, atau dengan memberikan keputusan penyelesaian sengketa. Keputusan ini juga memastikan bahwa konsumen memiliki hak untuk menyelesaikan sengketa mereka dengan cara yang adil dan cepat. Selain itu, keputusan ini juga bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan dan produk yang disediakan oleh produsen *online*, sehingga menciptakan lingkungan perdagangan yang lebih baik dan lebih transparan.²⁴

h. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan 350/MPP/Kep/12/2001 tanggal 10 Desember 2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan 350/MPP/Kep/12/2001 tanggal 10 Desember 2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), adalah

²³ Sisinfo - Direktorat Jenderal Peraturan Perundang-undangan (Ditjen PP), "Keputusan Presiden Nomor 90 Tahun 2001 Tentang Pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen pada Pemerintah Kota Medan, Kota Palembang, Kota Jakarta Pusat, Kota Jakarta Barat, Kota Bandung, Kota Semarang, Kota Yogyakarta, Kota Surabaya, Kota Malang dan Kota Makassar", Diakses pada tanggal 4 Mei 2023 Pukul 11.25 WIB., <https://www.peraturan.go.id/>.

²⁴ *Ibid.*

peraturan yang dikeluarkan oleh Menteri Perindustrian dan Perdagangan untuk menentukan tugas dan wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Dalam keputusan ini, BPSK diberikan tugas dan wewenang untuk menyelesaikan sengketa konsumen. Sengketa konsumen adalah konflik yang timbul antara konsumen dan produsen atau penyedia layanan terkait atas produk atau layanan yang dikonsumsi atau dinikmati konsumen.²⁵

BPSK memiliki tugas dan wewenang untuk menyelesaikan sengketa konsumen melalui proses negosiasi, mediasi, atau dengan memberikan keputusan penyelesaian sengketa. Selain itu, BPSK juga memiliki tugas dan wewenang untuk menegakkan ketentuan-ketentuan hukum yang berlaku terkait perlindungan konsumen. Dalam konteks *e-commerce*, BPSK memiliki peran penting dalam menyelesaikan sengketa konsumen yang terjadi dalam transaksi *online*. Misalnya, jika konsumen merasa tidak puas atau terjadi konflik terkait produk atau layanan yang dibeli dari produsen *online*, konsumen dapat mengajukan sengketa kepada BPSK. BPSK akan kemudian bertugas untuk menyelesaikan sengketa tersebut.²⁶

Dalam konteks transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, BPSK memiliki peran penting dalam menyelesaikan sengketa konsumen yang terjadi dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Sengketa konsumen,

²⁵ Sisinfo - Direktorat Jenderal Peraturan Perundang-undangan (Ditjen PP), *loc. cit.*.

²⁶ *Ibid.*

pelaku usaha dan *marketplace* adalah konflik yang timbul antara konsumen dan produsen atau penyedia layanan terkait atas produk atau layanan yang dikonsumsi atau dinikmati oleh konsumen. Misalnya, jika konsumen merasa tidak puas atau terjadi konflik terkait produk atau layanan yang dibeli dari produsen *online*, konsumen dapat mengajukan sengketa kepada BPSK. Dalam konteks perdagangan melalui *platform marketplace*, BPSK memiliki tugas dan wewenang untuk menyelesaikan sengketa tersebut, baik melalui proses negosiasi, mediasi, atau dengan memberikan keputusan penyelesaian sengketa. Selain itu, BPSK juga memiliki tugas dan wewenang untuk menegakkan ketentuan-ketentuan hukum yang berlaku terkait perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*.²⁷

i. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 72 Tahun 2020 tentang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 1039),

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 72 Tahun 2020 tentang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, yang selanjutnya disingkat dengan BPSK, adalah peraturan yang dikeluarkan oleh Menteri Perdagangan untuk menentukan tugas dan wewenang BPSK. Dalam konteks *e-commerce*, BPSK

²⁷ Sisinfo - Direktorat Jenderal Peraturan Perundang-undangan (Ditjen PP), *loc. cit.*

memiliki peran penting dalam menyelesaikan sengketa konsumen yang terjadi dalam transaksi *online*. Misalnya, jika konsumen merasa tidak puas atau terjadi konflik terkait produk atau layanan yang dibeli dari produsen *online*, konsumen dapat mengajukan sengketa kepada BPSK. BPSK akan kemudian bertugas untuk menyelesaikan sengketa tersebut, baik melalui negosiasi, mediasi, atau dengan memberikan keputusan penyelesaian sengketa.

Dalam peraturan ini, BPSK diberikan tugas dan wewenang untuk menyelesaikan sengketa konsumen. Sengketa konsumen adalah konflik yang timbul antara konsumen dan produsen atau penyedia layanan terkait atas produk atau layanan yang dikonsumsi atau dinikmati konsumen. BPSK memiliki tugas dan wewenang untuk menyelesaikan sengketa konsumen melalui proses negosiasi, mediasi, atau dengan memberikan keputusan penyelesaian sengketa. Selain itu, BPSK juga memiliki tugas dan wewenang untuk menegakkan ketentuan-ketentuan hukum yang berlaku terkait perlindungan konsumen.²⁸

BPSK sebagai lembaga quasi yudisial yang keberadaannya berada dalam lingkup kekuasaan kehakiman, namun sejak diberlakukannya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, BPSK ditarik ke tingkat provinsi bukan di tingkat kabupaten/kota lagi.

²⁸ Sisinfo - Direktorat Jenderal Peraturan Perundang-undangan (Ditjen PP), "Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 72 Tahun 2020 Tentang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen", Diakses pada tanggal 15 Februari 2023 Pukul 14.30 WIB., <https://www.peraturan.go.id/>.

j. Surat Edaran Dirjen Perdagangan Dalam Negeri Nomor 235/DJPDN/VII/2001 tentang Penanganan pengaduan konsumen yang ditujukan kepada Seluruh dinas Indag Prop/Kab/Kota,

Surat Edaran Dirjen Perdagangan Dalam Negeri Nomor 235/DJPDN/VII/2001 tentang Penanganan Pengaduan Konsumen, adalah sebuah peraturan yang dikeluarkan oleh Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri untuk selanjutnya disingkat dengan DJPDN, bertujuan untuk memberikan panduan dan petunjuk tentang penanganan pengaduan konsumen yang ditujukan kepada seluruh Dinas Indag Prop/Kab/Kota.²⁹

Pengaduan konsumen adalah proses dimana konsumen menyampaikan keluhan atau komplain terkait dengan produk atau jasa yang mereka terima. Dalam hal ini, pengaduan konsumen dapat menjadi alat yang efektif untuk memastikan bahwa pelaku usaha memenuhi harapan dan ekspektasi konsumen. Oleh karena itu, penanganan pengaduan konsumen menjadi peran penting dalam melindungi hak konsumen.³⁰

Surat Edaran ini mengarahkan bahwa penanganan pengaduan konsumen harus dilakukan secara adil, transparan dan cepat. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa konsumen merasa dihargai dan pengaduan mereka ditangani dengan hati-hati. Selain itu, penanganan pengaduan

²⁹ Wikipedia (Ensiklopedia Bebas), *loc. cit.*

³⁰ Marsha N. Safithri, *loc. cit.*

konsumen juga bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan dan produk yang disediakan oleh pelaku usaha.³¹

Surat Edaran ini menentukan bahwa setiap konsumen memiliki hak untuk mengajukan pengaduan terkait produk atau layanan yang dibeli dari produsen *online*. Pengaduan ini dapat berupa keluhan, kritik, atau pengajuan penyelesaian sengketa. Pengaduan ini kemudian harus ditangani oleh produsen *online*. Dalam Surat Edaran ini, produsen *online* diberi wewenang untuk menyelesaikan pengaduan konsumen. Penyelesaian pengaduan bisa berupa negosiasi atau mediasi. Jika negosiasi atau mediasi tidak berhasil, maka produsen *online* harus memberikan penyelesaian sengketa. Proses penyelesaian sengketa adalah proses yang dilakukan oleh produsen *online* untuk menyelesaikan pengaduan konsumen. Penyelesaian sengketa bisa berupa kompensasi, ganti rugi, atau penggantian. Penyelesaian sengketa ini harus dilakukan dalam jangka waktu yang ditentukan oleh hukum. Dalam Surat Edaran ini, produsen *online* diberi tanggung jawab untuk menangani pengaduan konsumen dengan cara yang adil dan cepat. Produsen *online* juga diberi tanggung jawab untuk memastikan bahwa produk atau layanan yang disediakan sesuai dengan deskripsi dan kualitas yang dijanjikan.³²

³¹ Pinter Pandai, "Perlindungan Konsumen, BPKN RI, Hak dan Kewajiban Konsumen, Contoh Kasus, Hak dan Kewajiban Pengusaha/Pelaku Usaha", Diakses pada tanggal 10 Februari 2020 Pukul 13.20 WIB., <https://www.pinterpandai.com/>.

³² Wikipedia (Ensiklopedia Bebas), *loc. cit.*

k. Surat Edaran Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Nomor 795/DJPDN/SE/12/2005 tentang Pedoman Pelayanan Pengaduan Konsumen,

Surat Edaran Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Nomor 795 /DJPDN/SE/12/2005 tentang Pedoman Pelayanan Pengaduan Konsumen, adalah sebuah peraturan yang dikeluarkan oleh DJPDN yang bertujuan untuk memberikan pedoman tentang pelayanan pengaduan konsumen.³³

Pedoman ini menjadi acuan bagi pelaku usaha dalam melayani pengaduan konsumen. Pelayanan yang baik dan adil dapat membantu meningkatkan kepuasan konsumen dan menjaga reputasi usaha.³⁴ Dalam konteks transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, Surat Edaran ini menyatakan bahwa setiap konsumen memiliki hak untuk mengajukan pengaduan terkait produk atau layanan yang dibeli dari produsen pada *platform marketplace*. Pengaduan ini dapat berupa keluhan, kritik, atau pengajuan penyelesaian sengketa. Produsen pada *platform marketplace* harus menangani pengaduan ini dengan cara yang adil, cepat, dan tepat waktu. Jika dalam waktu yang ditentukan produsen pada *platform marketplace* tidak menangani pengaduan, mereka harus memberikan penjelasan atau penanggapan.

³³ Marsha N. Safithri, *loc. cit.*

³⁴ Pinter Pandai, *loc. cit.*

Selain itu, Surat Edaran ini juga menentukan bahwa produsen pada *platform marketplace* harus memiliki kebijakan dan prosedur yang kuat untuk mengelola pengaduan konsumen. Misalnya, produsen pada *platform marketplace* harus memiliki prosedur untuk memeriksa dan memantau pengaduan konsumen. Produsen pada *platform* perdagangan *online* juga harus memiliki prosedur untuk menyelesaikan pengaduan konsumen dengan cara yang adil dan cepat. Surat Edaran ini juga menentukan bahwa produsen pada *platform marketplace* pada *platform marketplace* harus memiliki mekanisme untuk memantau dan mengelola pengaduan konsumen. Misalnya, produsen pada *platform marketplace* harus memiliki sistem untuk melacak pengaduan konsumen, mencatat respon yang diberikan dan melaporkan hasil penyelesaian pengaduan konsumen.³⁵

Pelayanan pengaduan konsumen mencakup proses penanganan pengaduan dari konsumen, termasuk pemrosesan pengaduan, penyelesaian konflik dan penyelesaian sengketa. Pelayanan ini harus dilakukan secara adil, transparan, dan cepat. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa konsumen merasa dihargai dan pengaduan mereka ditangani dengan hati-hati. Pedoman ini juga mencakup penanganan pengaduan yang bersifat internal, yang melibatkan

³⁵ Arbi Akuntansi, "Pengaduan Konsumen dan Contoh Surat", Diakses pada tanggal 4 Juli 2013 Pukul 10.05 WIB., <https://www.arbiakuntansi-community.blogspot.com/>.

pengaduan yang ditujukan kepada pelaku usaha itu sendiri. Dalam hal ini, pelaku usaha harus menjaga kualitas layanan dan produknya.³⁶

1. Peraturan Bank Indonesia (BI),

Bank Indonesia juga memiliki peraturan terkait kegiatan transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, seperti :

- Peraturan Bank Indonesia Nomor 14/2/PBI/2012 tentang Perubahan atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/11/PBI/2009 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 11 DASP dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5275) tentang Penyelenggaraan Kegiatan Alat Pembayaran Dengan Menggunakan Kartu,
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 14/23/PBI/2012 tentang Transfer Dana Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 283 DASP dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5381,
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/8/PBI/2014 tentang Perubahan atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 69,
- Peraturan, Peraturan Bank Indonesia Nomor 8/28/PBI/2016 Tanggal 5 Desember 2006 tentang Kegiatan Usaha Pengiriman Uang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2006 Nomor 98 DASP dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4665),

³⁶ Pinter Pandai. *loc. cit.*

- Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 Tanggal 3 Mei 2018 tentang Perubahan atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*), peraturan ini mengatur tentang kegiatan keuangan dan pembayaran dalam transaksi *e-commerce* (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2006 Nomor 98) dan
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 3 Tahun 2023 tentang Perlindungan Konsumen Bank Indonesia (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 13/BI).

m. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK),

OJK memiliki peraturan yang mengatur perlindungan konsumen di sektor jasa keuangan, termasuk dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, seperti :

- Peraturan OJK Nomor 22 Tahun 2023 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 NOMOR 40/OJK dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 62/OJK), merupakan salah satu peraturan yang berkaitan dengan hal tersebut.
- Selain itu ada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 18/POJK.03/2016 Tanggal 16 Maret 2016 tentang Penerapan Manajemen Risiko Bagi Bank Umum (Lembaran Negara Republik

- Indonesia Tahun 2016 Nomor 53 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia NOMOR 5861),
- POJK Nomor 6/POJK.07/2022 Tanggal 14 April 2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 99 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6788), dan
- Peraturan OJK Nomor 61/POJK.07/2020 Tanggal 14 Desember 2020 tentang Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa Sektor Jasa keuangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 290 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6599).

Pemerintah Indonesia terus berupaya untuk mengembangkan dan memperbarui peraturan terkait transaksi jual beli pada *platform marketplace* guna memastikan efektivitas, perlindungan, dan keamanan bagi seluruh warga Indonesia dalam melaksanakan transaksi jual beli pada *platform marketplace*.

Dilihat dari pengaturan Hukum Perlindungan Hukum Transaksi Jual Beli melalui *platform marketplace* terdapat adanya kelemahan, yaitu antara lain: ³⁷

³⁷ Rofiq Hidayat - Direktorat Jenderal Peraturan Perundang-undangan (Ditjen PP), "Tiga Kelemahan UU Perlindungan Konsumen," Diakses pada tanggal 15 Maret 2023 Pukul 09.35 WIB., <https://www.hukumonline.com/>.

1. Soal substansi hukum. Dalam UUPK memang sudah menuai banyak persoalan, seperti di Pasal 54 dan 56. Penyelesaian sengketa konsumen dilakukan oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dengan membentuk majelis. Padahal dalam Pasal 54 ayat (3) menyebutkan, *“Putusan majelis bersifat final dan mengikat”*. Sementara Pasal 56 ayat (2) menyebutkan, *“Para pihak dapat mengajukan keberatan kepada Pengadilan Negeri paling lambat 14 (empat belas) hari kerja setelah menerima pemberitahuan putusan tersebut”*. Terhadap pengajuan keberatan, Pengadilan Negeri wajib menerbitkan putusan paling lambat 21 hari sejak diterimanya keberatan. Pada Pasal 58 ayat (2) menyebutkan, *“Terhadap putusan Pengadilan Negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (1), para pihak dalam waktu paling lambat 14 (empat belas) hari dapat mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung Republik Indonesia”*. Boleh dibilang adanya pertentangan rumusan norma pasal dalam UUPK.
2. masa struktur hukum maupun aparaturnya. Darmadi menunjuk BPSK. Menurutnya, BPSK menjadi ‘mandul’ dalam hal kewenangan akibat dari Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Pemda). Dia menyebut UU Nomor 8 Tahun 1999 dahulu semua penyelesaian sengketa konsumen dilakukan BPSK yang ada tingkat kabupaten/kota. Tapi melalui UU Nomor 23 Tahun 2014 BPSK malah ditarik ke tingkat provinsi. Menjadi masalah, saat provinsi kekurangan dana dan tak lagi ada yang mengurus persoalan sengketa konsumen. Ujungnya, BPSK nyaris di seluruh Indonesia tutup atau setidaknya anggaran menjadi turun.
3. Soal budaya hukum. Dia menilai, masyarakat Indonesia enggan melapor ke pihak berwenang dengan alasan bakal lebih banyak kerugian ketimbang tak melapor persoalan sengketa konsumen. Menurutnya, hasil penelitian menunjukkan 67 persen permasalahan sengketa konsumen, masyarakat cenderung pasrah enggan melapor.

2. Pengaturan Hukum Penyelenggaraan Sistem Elektronik pada Jual Beli melalui *Platform Marketplace* di Indonesia

- a. **Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843) sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) (Lembaran Negara Republik INDONESIA TAHUN 2024 Nomor 1 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6905),**

Pengaturan Hukum UU ITE merupakan undang-undang yang mengatur tentang penggunaan teknologi informasi dan transaksi elektronik, termasuk dalam konteks transaksi jual beli pada *platform marketplace*. UU ITE lebih mengatur secara umum mengenai penyelenggaraan sistem elektronik. *Marketplace* sebagai salah satu objek dari UU ITE telah mengatur transaksi elektronik. UU ITE memberikan perlindungan kepada konsumen dalam transaksi jual beli pada *platform perdagangan online (marketplace)* termasuk dalam hal keamanan dan privasi. Di Indonesia yang menjadi dasar hukum utama bagi konsumen yang melakukan transaksi jual beli pada *platform marketplace* ialah UU ITE. Aturan ini merupakan aturan hukum mengenai internet pertama di Indonesia.

Namun aturan UU ITE dalam sejarahnya telah mengalami 2 (dua) kali perubahan, yaitu perubahan pertama, yaitu UU ITE Nomor 19 Tahun 2016 yang menunjukkan dinamika dan keinginan masyarakat akan adanya penyempurnaan pasal-pasal UU ITE, khususnya akan ketentuan pidana konten *illegal*. Selanjutnya delapan tahun sejak perubahan pertama, masih ada kebutuhan penyesuaian dengan diberlakukannya UU ITE Nomor 1 Tahun 2024. Hal ini menunjukkan bahwa hukum perlu menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat dan perkembangan hukum, baik secara nasional maupun global. Dimana dalam perubahan kedua ini, Menkominfo menekankan arti penting dalam mewujudkan keadilan, ketertiban umum dan kepastian hukum masyarakat yang membawa perubahan ke arah yang jauh lebih progresif dan komprehensif. Perubahan kedua ini bertujuan untuk memperkuat kebijakan nasional, untuk memenuhi dan melindungi kepentingan masyarakat luas.³⁸

Dalam aturan hukum yang ada seperti yang disebutkan perdagangan diatur didalamnya. Dalam hal ini jual beli pada *platform marketplace* secara cukup jelas tertuang dalam aturan tersebut mulai dari, pengertian, pemahaman, dasar hukum, penyelenggara, hubungan hukum pelaku transaksi elektronik serta informasi akurat dan perlindungan terhadap konsumen.

³⁸ Leski Rizkinaswara, “Perubahan Kedua atas UU ITE Wujudkan Kepastian Hukum Ruang Digital”, Diakses pada tanggal 13 Juli 2024 Pukul 16.03 WIB., <https://aptika.kominfo.go.id>.

Undang-Undang ini melindungi hak-hak konsumen dan mengatur tentang keamanan dan privasi dalam transaksi elektronik. UU ITE menyatakan bahwa transaksi elektronik harus memenuhi syarat sah dan mengikat, serta memperoleh bukti transaksi yang dapat diterima secara hukum. Selain itu, UU ITE juga mengatur mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik. Sesuai dengan Pasal 9 UU ITE diatur bahwa Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. UU ITE juga memiliki peran dalam melindungi konsumen dalam transaksi *online*. Beberapa pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha kepada konsumennya melalui transaksi *online* dapat ditindak menggunakan dasar hukum UU ITE.

Dalam konteks transaksi jual beli pada *platform marketplace*, perlindungan konsumen dalam *marketplace* sangat penting untuk memastikan keamanan dan kepercayaan dalam transaksi. UU ITE merupakan undang-undang yang mengatur penggunaan teknologi informasi dan transaksi elektronik, termasuk dalam konteks jual beli pada *platform marketplace*. Sesuai dengan Pasal 2 UU ITE ini memberikan perlindungan kepada konsumen. yang melakukan perbuatan hukum sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang ini, baik yang berada di wilayah hukum Indonesia maupun di luar wilayah hukum Indonesia, yang memiliki akibat hukum di wilayah hukum Indonesia dan/atau di luar wilayah hukum Indonesia dan merugikan

kepentingan Indonesia dalam transaksi *online*, termasuk dalam hal keamanan dan privasi. Namun, studi menunjukkan bahwa UU ITE belum sepenuhnya mampu memberikan perlindungan hukum yang memadai bagi konsumen pada konteks transaksi jual beli pada *platform marketplace* terutama dalam hal penyelesaian sengketa dan keamanan transaksi. Pengaturan transaksi jual beli pada *platform marketplace* berdasarkan UU ITE serta peraturan lain di Indonesia dalam lingkup ekonomi global terkait perlindungan transaksi bagi pengguna *platform marketplace* dengan hukum positif di Indonesia dapat ditujukan kepada :

- Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019,
- Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019, Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012, Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik serta Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang mana di dalam perubahan terbaru pengganti Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 ini masih banyak menggunakan peraturan dalam Undang-Undang terdahulu.³⁹

³⁹ Komang Restiawan dan I Wayan Novy Purwanto , “Perlindungan Bagi Pengguna E-Commerce dalam Perluasan Ekonomi Global”, *Jurnal Kertha Semaya* 10, no. 2 (2022): 475-484.

- a. **Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2021 tentang Pengesahan *ASEAN Agreement on Electronic Commerce* (Persetujuan ASEAN tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik) (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 234 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6728),**

Undang-Undang ini mengatur mengenai pengesahan *ASEAN Agreement on Electronic Commerce* (Persetujuan ASEAN tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik) yang telah ditandatangani Pemerintah Republik Indonesia dan Pemerintah Negara-negara Anggota Perhimpunan Bangsa-Bangsa Asia Tenggara pada tanggal 22 Januari 2019 di Ha Noi, Viet Nam.

- b. **Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 222 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6420),**

Presiden Joko Widodo sudah resmi menandatangani Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Peraturan Pemerintah ini mulai berlaku efektif pada tanggal 25 November 2019. PMSE merupakan peraturan yang

mengatur tentang perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik (sistem elektronik), termasuk *marketplace*. Dengan adanya regulasi ini jika pelaku usaha tidak memenuhi aturan hukum atau syarat-syarat sah yang ada dalam negara Indonesia maka, akan terjadinya sengketa yang berakibat kerugian yang dialami oleh konsumen. Dalam tidaknya terpenuhi syarat-syarat yang harus dilakukan dalam melakukan transaksi dalam *transaksi jual beli melalui platform marketplace*, dimana pelaku usaha melanggar adanya keakuratan informasi dalam dibagikan kepada konsumen melanggar Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Peraturan ini mengatur kewajiban bisnis *daring* untuk menyediakan informasi yang lengkap dan jelas kepada konsumen serta memberikan sanksi bagi pelanggaran seperti iklan yang tidak sesuai.⁴⁰

Dalam melakukan PMSE, para pihak harus memperhatikan prinsip iktikad baik, kehati-hatian, transparansi, keterpercayaan, akuntabilitas, keseimbangan, serta adil dan sehat dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace*. Peraturan ini juga mengatur tentang pelaku usaha luar negeri yang melakukan penawaran dan/atau

⁴⁰ Pasal 80 Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara RI Tahun 2021 Nomor 234, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6728.

PMSE kepada konsumen di Indonesia.

Peraturan Pemerintah ini mengatur ruang lingkup pengaturan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik meliputi: yang meliputi pihak yang melakukan PMSE, persyaratan dalam PMSE, penyelenggaraan PMSE, kewajiban Pelaku Usaha, bukti transaksi PMSE, Iklan Elektronik, penawaran secara Elektronik, Penerimaan secara Elektronik dan Konfirmasi Elektronik, Kontrak Elektronik, perlindungan terhadap data pribadi, pembayaran dalam PMSE, pengiriman Barang dan Jasa dalam PMSE, penukaran Barang atau Jasa dan pembatalan pembelian dalam PMSE, penyelesaian sengketa dalam PMSE dan pembinaan serta pengawasan. Pelaku Usaha pada *platform marketplace* diwajibkan untuk melindungi hak-hak konsumen, mulai dari kegiatan penawaran elektronik, iklan, kontrak elektronik, penukaran dan pembatalan.

Sesuai dengan PP ini, PMSE dapat dilakukan oleh Pelaku Usaha, Konsumen, Pribadi dan instansi penyelenggara negara. Dalam kegiatan transaksi jual beli pada *platform marketplace*, ada 4 (empat) kategori pihak yang diizinkan untuk terlibat, yaitu:

1. **Pelaku usaha** adalah pihak yang menyediakan produk atau jasa yang akan dijual melalui *platform e-commerce*. Kewajiban mereka antara lain menyediakan informasi yang akurat dan transparan tentang produk atau jasa yang ditawarkan, mengikuti aturan perlindungan konsumen, dan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen.
2. **Penyedia platform marketplace** adalah pihak yang menyediakan platform atau aplikasi yang memungkinkan pelaku usaha dan konsumen untuk bertransaksi. Kewajiban mereka antara lain menjamin keamanan dan kecepatan transaksi, mengikuti aturan perlindungan konsumen, dan memberikan dukungan dan layanan kepada pelaku usaha dan konsumen.
3. **Konsumen** adalah pihak yang membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Kewajiban mereka antara lain mengetahui dan memahami hak dan kewajiban mereka sebagai konsumen, melakukan pembelian dengan bijaksana, dan mengajukan keluhan atau komplain jika terjadi masalah.
4. **Pemerintah** adalah pihak yang bertanggung jawab atas pembuatan dan penerapan aturan dan regulasi yang mengatur kegiatan transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Kewajiban mereka antara lain menyusun dan memperbaiki aturan dan regulasi yang ada, menegakkan perlindungan konsumen, dan memastikan bahwa semua pihak terlibat dalam kegiatan jual beli melalui *platform marketplace* mematuhi aturan dan regulasi yang berlaku.

Dalam konteks ini, perlindungan konsumen adalah upaya untuk melindungi konsumen dari pelanggaran hak dan kewajiban mereka. Perlindungan ini melibatkan pembatasan penggunaan data pribadi konsumen, jaminan kualitas produk atau jasa, dan penyelesaian komplain atau masalah dengan cepat dan efektif.⁴¹

Peraturan Pemerintah ini sudah mengatur beberapa hal, diantaranya adalah mengenai larangan untuk membagikan dan menggunakan data konsumen ke pihak ketiga dan aturan mengenai data apa saja yang boleh digunakan oleh penyedia layanan transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Kewajiban penyedia layanan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* untuk melaporkan data kepada Badan Pusat Statistik juga turut termasuk di dalam PP ini. Belum ada parameter yang jelas untuk mengukur sejauh mana kinerja para penyedia layanan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dalam mematuhi regulasi yang berlaku.⁴²

c. Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 185 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6400),

⁴¹ Helmi Shemi, *loc. cit.*

⁴² Rezha Hadyan, "Perlindungan Konsumen Platform E-commerce Belum Memadai, Kenapa?", Diakses pada tanggal 12 Januari 2021 Pukul 17.50 WIB., <https://www.lifestyle.bisnis.com/>.

Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, adalah peraturan yang mengatur tentang bagaimana sistem dan transaksi elektronik harus diselenggarakan dalam Indonesia. Peraturan ini memberikan pedoman bagi penyelenggara sistem dan transaksi elektronik dalam melindungi konsumen dalam transaksi *online*. Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 menyatakan bahwa Penyelenggara Sistem Elektronik harus memiliki rencana keberlangsungan bisnis dan prosedur penanganan kejadian yang tak terduga. Penyelenggara Sistem Elektronik harus menjamin keamanan dan keandalan operasi perangkat lunak yang digunakan.⁴³ Penyelenggara Sistem Elektronik harus melindungi penggunanya dan masyarakat luas dari kerugian yang ditimbulkan oleh Sistem Elektronik yang diselenggarakannya. Penyelenggara Sistem Elektronik harus melakukan pengamanan terhadap komponen Sistem Elektronik. Penyelenggara Sistem Elektronik harus menampilkan kembali Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik secara utuh sesuai dengan format dan masa retensi yang ditetapkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Penyelenggara Sistem Elektronik harus melakukan Uji Kelaikan Sistem Elektronik dan melindungi penggunanya dan masyarakat luas dari

⁴³ Pasal 11 Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara RI Tahun 2019 Nomor 185, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6400.

kerugian yang ditimbulkan oleh Sistem Elektronik yang diselenggarakannya.⁴⁴ Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, dimaksudkan untuk mengatur lebih lanjut terkait:

- Kewajiban bagi setiap Penyelenggara Sistem Elektronik untuk menghapus Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang tidak relevan yang berada di bawah kendalinya atas permintaan Orang yang bersangkutan berdasarkan penetapan pengadilan.
 - Peran Pemerintah dalam memfasilitasi pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik, melindungi kepentingan umum dari segala jenis gangguan sebagai akibat penyalahgunaan Informasi Elektronik dan Transaksi Elektronik yang mengganggu ketertiban umum, dan mencegah penyebarluasan dan penggunaan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang dilarang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- d. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 763),**

⁴⁴ Jogloabang, "PP 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik", Diakses pada tanggal 22 Oktober 2019 Pukul 20.18 WIB., <https://www.jogloabang.com/>.

Permendag Nomor 31 Tahun 2023 adalah sebuah peraturan yang diterbitkan oleh Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Perdagangan. Peraturan ini bertujuan untuk mengatur perizinan berusaha, periklanan, pembinaan, dan pengawasan pelaku usaha dalam perdagangan melalui sistem elektronik, termasuk transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Permendag ini dibuat untuk mengatasi berbagai praktik tidak sehat dalam perdagangan melalui sistem elektronik yang merugikan Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Selain itu, peraturan ini juga bertujuan untuk membangun ekosistem niaga elektronik (*e-commerce*) yang adil, sehat, dan bermanfaat.⁴⁵

Peraturan ini merupakan revisi dari Permendag Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Revisi ini dilatarbelakangi peredaran barang.

Hal-hal yang esensial diatur dalam Permendag ini, antara lain mengatur mengenai, yaitu:⁴⁶

- Memperjelas definisi model bisnis Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik seperti Lokapasar (*Marketplace*) dan *Social Commerce* untuk mempermudah pembinaan dan pengawasan.

⁴⁵ Elsa Catriana dan Aprillia Ika, "Permendag Nomor 31/2023 Resmi Diundangkan, demi Ekosistem Perdagangan Digital Adil dan Sehat", Diakses pada tanggal 28 September 2023 Pukul 22.10 WIB., <https://www.money.kompas.com/>.

⁴⁶ Rio Ari Seno, "Poin-Poin Penting Permendag Nomor 31 Tahun 2023", Diakses pada tanggal 29 September 2023 Pukul 15.05 WIB., <https://www.grafis.tempo.com/>.

- Menetapkan larangan penjualan barang impor di *marketplace* dengan harga minimum sebesar US\$ 100 per unit. Larangan ini berlaku untuk penjualan secara langsung oleh pedagang (*merchant*) ke Indonesia melalui *platform e-commerce* lintas negara.
- Pemerintah menyediakan *positive list* yaitu daftar barang asal luar negeri yang diperbolehkan dijual langsung atau *cross-border* masuk ke Indonesia melalui *platform e-commerce*.
- Menetapkan syarat khusus bagi pedagang luar negeri pada *marketplace* dalam negeri. Syarat itu antara lain menyampaikan bukti legalitas usaha dari negara asal, pemenuhan standar (SNI wajib) dan halal, pencantuman label berbahasa Indonesia pada produk asal luar negeri, dan asal pengiriman barang.
- Melarang *marketplace* dan *social commerce* untuk bertindak sebagai produsen, sehingga *marketplace* menjadi *platform* berdagang yang sehat bagi setiap pelaku usaha.
- Melarang penguasaan data oleh PPMSE dan afiliasi.
- Mewajibkan PPMSE untuk memastikan tidak terjadi penyalahgunaan penguasaan data penggunaannya untuk dimanfaatkan oleh PPMSE atau perusahaan afiliasinya.

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik mengakui ada enam model bisnis pelaku usaha perdagangan melalui sistem elektronik atau PPMSE dalam negeri. Keenam model bisnis yang dimaksud ialah ritel *daring*, lokapasar, iklan baris, *platform* pembandingan harga, *daily deals* dan *social commerce*, yang penjelasannya sebagai berikut: ⁴⁷

1. Retail *Online* adalah pedagang (*merchant*) yang melakukan PPMSE dengan sarana berupa situs *web* atau aplikasi secara komersial yang dibuat, dikelola, dan/atau dimiliki sendiri;

⁴⁷ Mediana, "Permendag No. 31/2023 Tetapkan 6 Model Bisnis Perdagangan *Daring*", Diakses pada tanggal 22 Oktober 2024 Pukul 09.20 WIB., <https://www.kompas.id/>.

2. Lokapasar (*Marketplace*) adalah penyedia sarana yang sebagian atau keseluruhan proses transaksi berada di dalam Sistem Elektronik berupa situs web atau aplikasi secara komersial sebagai wadah bagi pedagang (*merchant*) untuk dapat memasang penawaran barang dan/atau jasa.
3. Iklan Baris *Online* adalah sarana untuk menjalankan Sistem Elektronik berupa situs web atau aplikasi dengan tujuan komersial yang mempertemukan penjual dan pembeli yang keseluruhan proses transaksinya terjadi di luar situs *web* atau aplikasinya.
4. Pelantar (*Platform*) Perbandingan Harga adalah sarana untuk menjalankan Sistem Elektronik berupa situs *web* atau aplikasi dengan tujuan komersial yang menampilkan perbandingan harga barang dan/atau jasa yang dijual pada situs *web* atau aplikasi lain.
5. *Daily Deals* adalah sarana untuk menjalankan Sistem Elektronik berupa situs web atau aplikasi dengan tujuan komersial berupa penjualan kupon diskon dan/atau kemudahan fasilitas lainnya yang dapat digunakan sebagai sarana pembayaran oleh konsumen untuk melakukan pembelian barang dan/atau jasa ke pelaku usaha lainnya.
6. *Social-Commerce* adalah penyelenggara media sosial yang menyediakan fitur, menu, dan/atau fasilitas tertentu yang memungkinkan pedagang (*merchant*) dapat memasang penawaran barang dan/atau jasa.

Dengan demikian, Permendag Nomor 31 Tahun 2023 memberikan aturan yang lebih spesifik terkait *e-commerce*. Berikut ini adalah beberapa poin penting yang terkait dengan *e-commerce* dalam Permendag ini:⁴⁸

1. **Definisi *Social Commerce*:** Dalam Permendag ini, *social commerce* didefinisikan sebagai penyelenggara media sosial yang menyediakan fitur, menu, dan/atau fasilitas tertentu yang memungkinkan pedagang (*merchant*) dapat memasang penawaran barang dan/atau jasa. *Social commerce* dilarang memfasilitasi transaksi pembayaran pada sistem elektroniknya dan hanya dapat melakukan penawaran/promosi barang dan/jasa.⁴⁹

⁴⁸ *Ibid.*

⁴⁹ Elsa Catriana dan Aprillia Ika, *loc. cit.*.

2. **Entitas Badan Usaha** : Untuk menjadi *e-commerce*, entitas badan usaha harus ada. Misalnya, TikTok Shop yang sebelumnya diizinkan sebagai *social commerce*, sekarang harus memiliki entitas baru dan izin baru sebagai *social commerce*. TikTok Shop juga harus terpisah dari media sosial TikTok yang digunakan untuk mengunggah konten-konten digital.
3. **Pemisahan Platform E-Commerce dan Media Sosial** : Permendag ini menegaskan bahwa *platform e-commerce* dan media sosial harus dipisahkan. Hal ini dilakukan untuk mencegah penggunaan data pribadi sebagai kepentingan bisnis.
4. **Penjualan Barang Impor** : Permendag ini juga mengatur penjualan barang impor di dalam negeri. Barang-barang tersebut wajib mengantongi izin edar BPOM RI serta memiliki nilai jual di atas USD100.

Dengan adanya Permendag ini, diharapkan dapat menciptakan ekosistem perdagangan *online* melalui *platform marketplace* yang adil, sehat, dan bermanfaat, serta memperhatikan perkembangan teknologi yang dinamis.

e. **Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2016 tentang Batasan dan Tanggung Jawab Penyedia Platform dan Pedagang (Merchant) Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Electronic Commerce) yang Berbentuk User Generated Content (UGC),**

Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2016 tentang Batasan dan Tanggung Jawab Penyedia Platform dan Pedagang (Merchant) Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Electronic Commerce) yang berbentuk *User Generated Content*, adalah peraturan yang dikeluarkan oleh Menteri Komunikasi dan Informatika. Surat edaran ini berfokus pada regulatorisasi dan tanggung jawab penyedia platform dan pedagang (merchant) dalam mengelola konten yang dihasilkan oleh pengguna dalam konteks *e-commerce*.

Surat Edaran ini mengakomodir *Safe Harbour Policy* yang diberlakukan di Amerika Serikat. Dimana *Safe Harbour Policy* adalah kebijakan pemerintah yang memisahkan tanggung jawab penyedia situs jual beli *daring* yang berkonsep *marketplace* berbasis *User Generated Content (UGC)* dengan penjual yang memakai jasa mereka. Konsep *marketplace* sendiri berarti situs jual beli itu menyediakan lapak untuk digunakan oleh penjual.

Dalam konteks transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, *user-generated content* adalah konten yang dihasilkan oleh pengguna, seperti *review* produk, komentar, atau postingan di media sosial. Penyedia *platform* dan pedagang (*merchant*) perdagangan melalui sistem elektronik bertanggung jawab untuk memantau dan mengatur konten ini untuk memastikan bahwa konten tersebut sesuai dengan aturan dan kebijakan yang berlaku. Surat Edaran ini juga menentukan bahwa penyedia *platform* dan pedagang (*merchant*) perdagangan melalui sistem elektronik harus memiliki kebijakan dan prosedur yang kuat untuk mengelola konten yang dihasilkan oleh pengguna. Misalnya, penyedia *platform* dan pedagang (*merchant*) perdagangan melalui sistem elektronik harus memiliki kebijakan dan prosedur untuk memeriksa dan menghapus konten yang melanggar aturan dan kebijakan yang berlaku. Selain itu, Surat Edaran ini juga menentukan bahwa penyedia *platform* dan pedagang (*merchant*) perdagangan melalui sistem elektronik harus memastikan bahwa konten yang dihasilkan oleh pengguna tidak melanggar hak cipta. Jika ada konten yang melanggar hak cipta, penyedia *platform* dan pedagang (*merchant*) perdagangan melalui sistem elektronik harus bertanggung jawab untuk menghapus konten tersebut.

f. Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 Tanggal 8 November 2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 236),

Peraturan Bank Indonesia ini mengatur mengenai penyelenggaraan pemrosesan Transaksi Pembayaran, yang termasuk didalamnya adalah transaksi layanan transaksi elektronik. Dengan adanya aturan hukum yang berlaku, diharapkan dapat memitigasi risiko dalam rangka memberikan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace*. Dalam menjalankan *e-commerce*, para pelaku usaha harus mematuhi aturan hukum yang berlaku, agar dapat memberikan perlindungan dan kepastian hukum bagi semua pihak yang terlibat.

Dilihat dari pengaturan hukum penyelenggaraan Sistem Elektronik pada jual beli melalui *Platform Marketplace* di Indonesia di atas, masih terlihat adanya kelemahan. Ini didukung dengan hasil penelitian dari Nurlaeli Sukesti Ariani Nasution mengenai kelemahan informasi syarat kontrak dalam perdagangan secara elektronik yang menjelaskan bahwa informasi syarat kontrak, syarat kontrak itu sendiri, maupun kontrak yang disepakati oleh para pihak dalam transaksi atau perdagangan secara elektronik lebih menekankan pada langkah-langkah prosedur secara elektronik dibanding pemahaman para pihak secara substantif. Pasal 9 UU ITE dan Pasal 7 huruf b

UU Perlindungan Konsumen hanya menjelaskan mengenai “informasi yang lengkap dan benar”. Padahal bobot keadilan bukan hanya pada membagi informasinya, namun substansi dari ihwal yang diinformasikan itu, seperti syarat kontrak dan kontrak itu sendiri. Artinya, keadilan belum berpihak pada konsumen dalam perdagangan secara elektronik. Hal itu menjelaskan adanya kelemahan informasi syarat kontrak dalam berbagai aspek.⁵⁰

Ketentuan-ketentuan dalam UU ITE maupun UU Perlindungan Konsumen masih sangat sederhana untuk mengatakan telah adanya jaminan keadilan dalam perdagangan elektronik khususnya bagi konsumen, bahkan UU ITE belum mengatur mengenai validitas kontrak sebagai bagian dari informasi syarat kontrak. Kelemahan perlindungan konsumen yang menunjukkan keadilan belum berpihak kepada konsumen diantaranya adalah : (a) UU ITE ataupun UU Perlindungan Konsumen dan informasi syarat kontrak memungkinkan bahkan mengarah pada kontrak baku yang tidak seimbang, (b) Informasi syarat kontrak sulit diakses, (c) Informasi syarat kontrak tidak lengkap dan jelas.⁵¹

3. Pengaturan Hukum Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace* dalam memberikan perlindungan hukum terhadap Data Pribadi

BPSK diberikan tugas dan wewenang untuk menyelesaikan sengketa konsumen. Sengketa konsumen adalah konflik yang timbul antara konsumen

⁵⁰ Nurlaeli Sukesti Ariani Nasution , “Kelemahan Informasi Syarat Kontrak Dalam Perdagangan Secara Elektronik Berakibat Keadilan Belum Berpihak pada Konsumen”, *Jurnal Negara Hukum* 2, no. 1 (April 2020): 156-171.

⁵¹ *Ibid.*

dan produsen atau penyedia layanan terkait atas produk atau layanan yang dikonsumsi atau dinikmati konsumen. BPSK memiliki tugas dan wewenang untuk menyelesaikan sengketa konsumen melalui proses negosiasi, mediasi, atau dengan memberikan keputusan penyelesaian sengketa. Selain itu, BPSK juga memiliki tugas dan wewenang untuk menegakkan ketentuan-ketentuan hukum yang berlaku terkait perlindungan konsumen.⁵²

a. Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 196 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6820),

Diberlakukannya Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi, yang selanjutnya disingkat dengan UU PDP didasarkan pada Pasal 5 ayat (1), Pasal 20, Pasal 28G ayat (1), Pasal 28H ayat (4), dan Pasal 28J Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Norma dasar tentang perlindungan data pribadi dapat ditemukan dalam Pasal 28G ayat (1) UUD 1945. Di pasal tersebut data pribadi dinilai sebagai “privasi”.

Perlindungan data pribadi konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* menjadi hal yang sangat penting dalam era ekonomi

⁵² Sisinfo - Direktorat Jenderal Peraturan Perundang-undangan (Ditjen PP), *loc. cit.*

digital. Saat ini telah terdapat regulasi yang mengatur perlindungan data pribadi konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, yaitu UU PDP. Sebelum diberlakukannya UU PDP, regulasi yang ada dinilai belum cukup memadai untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen dan data mereka. Dengan disahkannya RUU Perlindungan Data Pribadi diharapkan dapat memunculkan kesadaran konsumen akan pentingnya perlindungan data pribadi mereka. Konsumen perlu memahami hak-hak mereka terkait penggunaan dan perlindungan data pribadi.

UU PDP adalah peraturan yang bertujuan untuk melindungi data pribadi di berbagai sektor, termasuk transaksi jual beli melalui *platform marketplace* di Indonesia. Perlindungan data pribadi merupakan salah satu hak asasi manusia yang merupakan bagian dari perlindungan diri pribadi dan ditujukan untuk menjamin hak warga negara atas perlindungan diri pribadi dan menumbuhkan kesadaran masyarakat serta menjamin pengakuan dan penghormatan atas pentingnya perlindungan data pribadi. Penerapan UU PDP dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* memiliki beberapa implikasi dan persyaratan. Pada UU PDP, *platform marketplace* diharuskan untuk menerapkan langkah-langkah untuk melindungi data pribadi pengguna. Ini termasuk mendapatkan persetujuan eksplisit dari pengguna sebelum mengumpulkan informasi pribadi mereka,

memastikan keamanan data melalui enkripsi dan langkah-langkah teknis lainnya, dan memberikan pengguna kemampuan untuk mengontrol dan mengelola data mereka.

Terkait aspek persetujuan dan transparansi, *platform marketplace* harus memberi tahu pengguna tentang jenis data pribadi yang mereka kumpulkan, tujuan penggunaan data tersebut, dan hak-hak pengguna terkait data mereka. Pengguna harus memberikan persetujuan eksplisit sebelum data mereka dapat dikumpulkan dan digunakan untuk tujuan tertentu. Persetujuan tersebut harus diberikan secara bebas, berdasarkan informasi yang jelas dan spesifik. UU PDP memberikan hak-hak tertentu kepada pengguna terkait data pribadi mereka. Hak-hak ini termasuk hak untuk mengakses dan memperbaiki data pribadi mereka, hak untuk meminta penghapusan data mereka, dan hak untuk menarik persetujuan terhadap pengolahan data mereka.

Platform jual beli melalui *marketplace* harus memiliki mekanisme yang memfasilitasi pengguna dalam menggunakan hak-hak ini. Selain itu dalam kejadian pelanggaran data yang dapat mengakibatkan akses, pengungkapan, perubahan, atau penghancuran data pribadi yang tidak sah, terkena dampak dan otoritas yang terkait. Pemberitahuan harus dilakukan dengan cepat dan dengan cara yang jelas dan transparan.

UU PDP memberlakukan pembatasan pada transfer data pribadi ke luar Indonesia. *Platform marketplace* harus memastikan bahwa langkah-langkah perlindungan yang sesuai ada saat mentransfer data ke negara-negara yang tidak memiliki tingkat perlindungan data yang memadai. Ini dapat mencakup penggunaan klausa kontrak standar atau mendapatkan persetujuan eksplisit dari pengguna.

Terkait aspek kepatuhan dan penegakan hukum, *platform marketplace* bertanggung jawab untuk memastikan kepatuhan terhadap UU PDP. Mereka harus menunjuk seorang Pejabat Perlindungan Data (DPO) yang bertanggung jawab untuk mengawasi praktik perlindungan data dan menangani keluhan pengguna. Tidak mematuhi UU PDP dapat mengakibatkan sanksi, termasuk denda dan penangguhan operasi bisnis. Penting bagi bisnis transaksi jual beli melalui *platform marketplace* untuk memahami dan mematuhi UU PDP guna memastikan perlindungan data pribadi dan menjaga kepercayaan pengguna. Mereka harus meninjau praktik pengelolaan data mereka, menerapkan langkah-langkah keamanan yang diperlukan, dan memberikan informasi yang jelas dan transparan kepada pengguna tentang kegiatan pemrosesan data mereka.

Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, pelaku usaha atau penyedia layanan *platform marketplace* harus lebih transparan dalam penggunaan data pribadi konsumen. Mereka perlu bertanggung jawab

bertanggung jawab terhadap kerahasiaan data yang dimiliki konsumen dan menghindari penyalahgunaan data untuk kepentingan di luar transaksi yang dilakukan. Perlindungan data pribadi konsumen juga mencakup data sensitif, seperti informasi keuangan, identitas pribadi dan informasi medis. Pelaku usaha transaksi jual beli melalui *platform marketplace* harus menjaga keamanan dan kerahasiaan data sensitif ini dengan menggunakan metode *enkripsi* dan teknologi keamanan yang sesuai.

Pengaturan perlindungan data pribadi konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* juga harus mencakup sanksi yang tegas bagi pelaku usaha yang melanggar aturan perlindungan data. Sanksi ini bertujuan untuk mendorong pelaku usaha agar lebih memperhatikan dan menjaga keamanan data pribadi konsumen. Adapun pengaturan hak-hak subjek Data Pribadi menurut UU PDP, maka hak-hak subjek data pribadi dapat dikecualikan untuk beberapa kepentingan diantaranya untuk kepentingan proses penegakan hukum atau untuk kepentingan umum dalam rangka penyelenggaraan negara dan terutama terkait sistem pembayaran. Untuk persetujuan pemrosesan data pribadi sendiri sesuai dengan Pasal 22 UU PDP harus terlebih dahulu dilakukan melalui persetujuan tertulis atau terekam. Persetujuan dapat disampaikan secara elektronik atau nonelektronik. Persetujuan harus dibuat dengan format yang mudah dipahami serta mudah diakses, dibuat dengan format yang dapat dipahami serta mudah diakses,

serta menggunakan bahasa yang sederhana dan jelas. Terhadap persetujuan yang tidak memenuhi ketentuan tersebut dinyatakan batal demi hukum.

Selanjutnya sesuai dengan Pasal 36 UU PDP data pribadi wajib dijaga kerahasiaannya oleh pengendali data pribadi dalam melakukan pemrosesan data pribadi. Selain itu sesuai dengan Pasal 48 UU PDP pengalihan data pribadi milik subjek data pribadi oleh pengendali data yang berbentuk badan hukum dan melakukan penggabungan, pemisahan, pengambilalihan, peleburan, atau pembubaran badan hukum wajib menyampaikan pemberitahuan pengalihan data pribadi kepada subjek data pribadi. Dimana subjek data pribadi harus diberitahukan mengenai penyimpanan, pentransferan, penghapusan, atau pemusnahan data pribadi. Sesuai dengan UU PDP, maka terhadap kewajiban pengendali pribadi dikecualikan dalam rangka kepentingan penegakan hukum *platform marketplace* atau terkait dengan sistem pembayaran. Lembaga yang ditugaskan untuk melakukan perumusan dan penetapan kebijakan dan strategi perlindungan data pribadi, sesuai dengan UUPDP, yaitu Lembaga Pelindungan Data Pribadi.

- b. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 1829),**

Peraturan ini memberikan pedoman lebih lanjut tentang perlindungan data pribadi dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik adalah sebuah peraturan yang diterbitkan oleh Pemerintah Indonesia untuk melindungi hak dan kewajiban individu terhadap data pribadi mereka yang disimpan, diproses, dan dikelola dalam sistem elektronik. Peraturan ini mencakup beberapa poin penting:

- Pengumpulan, pengolahan, penyimpanan, dan penyaluran data pribadi harus dilakukan dengan cara yang adil dan transparan.
- Pengguna data pribadi memiliki hak untuk mengetahui, meminta akses, memperbarui, dan menghapus data mereka.
- Pengguna data pribadi juga memiliki hak untuk menolak pengumpulan dan pengolahan data mereka.
- Perusahaan dan individu yang mengumpulkan, mengolah, menyimpan, dan menyalurkan data pribadi harus memiliki kebijakan dan prosedur perlindungan data yang memadai.
- Ada sanksi hukum bagi mereka yang melanggar ketentuan ini.

Peraturan ini bertujuan untuk melindungi hak dan kewajiban individu terhadap data pribadi mereka dalam era digital yang semakin pesat. Peraturan ini memberikan kerangka kerja hukum yang kuat untuk perlindungan data pribadi dan menjadi acuan bagi perusahaan dan individu dalam mengumpulkan, mengolah, menyimpan dan menyalurkan data pribadi.

Dilihat dari pengaturan hukum transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dalam memberikan perlindungan hukum terhadap Data Pribadi di atas, masih terlihat adanya kelemahan. Di dalam UU PDP tidak ada ketentuan yang memisahkan secara tegas penerapan sanksi administrasi atau sanksi perdata harus didahulukan dalam penyelesaian sengketa pengelolaan data pribadi dari pada sanksi pidana. Penerapan sanksi dalam praktik hukum di Indonesia dalam konteks perjanjian internasional mengenai perlindungan data pribadi harus diamati serius oleh pemerintah Indonesia pasca pemberlakuan UU PDP terutama di bawah pengawasan lembaga perlindungan data pribadi. Kelemahan lain dalam penerapan UU PDP adalah jaminan perlindungan hukum terhadap pemilik data pribadi di dalam negeri menghadapi penyelesaian sengketa dengan pengendali data pribadi di negara lain, yaitu bahwa jaminan perlindungan data pribadi oleh lembaga perlindungan data pribadi di negara lain dapat dipercaya dan tidak menyalahgunakan pengelolaan data pribadi milik WNI oleh pengendali data pribadi di negara lain.⁵³ Selain itu pemberlakuan frasa “Undang-Undang ini tidak berlaku untuk pemrosesan Data Pribadi oleh orang perseorangan dalam kegiatan pribadi atau rumah tangga” Pasal 2 ayat 2 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi. Hal dapat menimbulkan kerugian.⁵⁴

⁵³ Romli Atmasasmita, “Beberapa Kelemahan UU Nomor 27/2022 tentang Perlindungan Data Pribadi,” Diakses pada tanggal 27 Oktober 2022 Pukul 13.45 WIB., <https://nasional.sindonews.com/>.

⁵⁴ Kompasiana, “Kelemahan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi”, Diakses pada tanggal 27 Oktober 2022 Pukul 17.25 WIB., <https://www.kompasiana.com/>.

4. Pengaturan Hukum Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace* dalam memberikan perlindungan hukum terhadap Hak Cipta

Hak Kekayaan Intelektual adalah hak untuk memperoleh perlindungan secara hukum atas kekayaan intelektual sesuai dengan peraturan perundang-undangan di bidang HKI. Sesuai dengan Surat Keputusan Menteri Hukum dan Perundang-undangan RI Nomor M.03.PR.07.10 Tahun 2000 dan Persetujuan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara, dalam surat Nomor 24/M/PAN/1/2000 istilah “Hak Kekayaan Intelektual” (tanpa “Atas”) dapat disingkat “HKI” atau akronim ‘HaKI” telah resmi dipakai. Jadi bukan lagi Hak Atas Kekayaan Intelektual (dengan “Atas”).⁵⁵

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 terkait Hak Cipta, Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 tentang Paten, Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang dan lain-lain. Fokus dari transaksi jual beli melalui *platform marketplace* terkait dengan peredaran barang palsu mengingat itu harus diadakannya delik aduan terlebih dahulu mengacu kepada pelanggaran merek dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek, dan Indikasi Geografis, masuk dalam kategori delik aduan.⁵⁶ Jika tidak ada aduan terlebih dahulu, maka tidak dapat dikatakan sebagai tindak pidana.⁵⁷

⁵⁵ Abi Jam'an Kurnia, “Dasar Hukum Perubahan Istilah HAKI Menjadi HKI, Kemudian KI”, Diakses pada tanggal 25 November 2024 Pukul 15.20 WIB., <https://www.hukumonline.com/>.

⁵⁶ Pasal 103 jo. Pasal 100 dan 102 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek.

⁵⁷ Ricky Marpaung, “Perlindungan E-Commerce dalam Digitalisasi Produk melalui HAKI,” Diakses pada tanggal 1 Juli 2022 Pukul 13.25 WIB., <https://id.linkedin.com/>.

Perlindungan hak cipta dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* merupakan hal yang penting untuk menjaga kekayaan intelektual dan mencegah duplikasi atau manipulasi yang tidak sah. Adapun pengaturan perlindungan konsumen terkait hak cipta pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* :

1. **Gugatan perdata:** Jika terjadi pelanggaran hak cipta dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, pihak yang merasa dirugikan dapat mengajukan gugatan perdata di Pengadilan Niaga. Gugatan perdata ini bertujuan untuk menyelesaikan sengketa hak cipta antara pemilik hak cipta dengan pihak yang diduga melakukan pelanggaran.
2. **Mediasi:** Selain melalui gugatan perdata, pihak yang terlibat dalam sengketa hak cipta dapat mencoba menyelesaikan sengketa melalui mediasi. Mediasi merupakan cara alternatif penyelesaian sengketa di mana pihak yang bersengketa mencoba mencapai kesepakatan di bawah bimbingan mediator yang netral.
3. **Delik aduan:** Jika terjadi pelanggaran hak cipta yang termasuk dalam delik aduan, pihak yang merasa dirugikan dapat melaporkan pelanggaran tersebut kepada pihak berwenang. Pelaporan ini dapat memicu proses penyidikan dan penuntutan pidana terhadap pelaku pelanggaran hak cipta.
4. **Delik aduan:** Jika terjadi pelanggaran hak cipta yang termasuk dalam delik aduan, pihak yang merasa dirugikan dapat melaporkan pelanggaran tersebut kepada pihak berwenang. Pelaporan ini dapat memicu proses penyidikan dan penuntutan pidana terhadap pelaku pelanggaran hak cipta.

5. **Pendaftaran ke Dirjen Kekayaan Intelektual:** Untuk mendapatkan perlindungan yang baik, pelaku transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dapat mendaftarkan hak kekayaan intelektual mereka, seperti merek dagang atau hak cipta, ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Pendaftaran ini dapat membantu mencegah duplikasi dan manipulasi yang tidak sah terhadap produk atau merek mereka.

Platform marketplace lokal Blibli mendukung kebijakan perlindungan dan penegakan hukum Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang diwujudkan melalui jaminan produk orisinal serta mendorong mitra *seller* agar bersama-sama menghentikan peredaran barang palsu.⁵⁸

Dilihat dari pengaturan hukum transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dalam memberikan perlindungan hukum terhadap Hak Cipta masih lemah. Hal ini didukung dari hasil tulisan oleh Fiery Andrian dan Ratna Januarita terhadap sejauhmana pertanggungjawaban Perusahaan *E-Commerce* Terhadap Penjualan Produk yang Melanggar Hak Cipta Dihubungkan dengan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. yang disampaikan pada Bandung *Conference Series: Law Studies*. Menurut Andrian dan Ratna Januarita bahwa:⁵⁹

⁵⁸ Liputan6, "Cara E-Commerce Lindungi Hak Kekayaan Intelektual ", Diakses pada tanggal 23 November 2021 Pukul 11.25 WIB., <https://www.liputan6.com/>.

⁵⁹ Fiery Andrian dan Ratna Januarita, "Pertanggungjawaban Perusahaan E-Commerce Terhadap Penjualan Produk yang Melanggar Hak Cipta Dihubungkan dengan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta", Diakses pada tanggal 5 Maret 2024 Pukul 09.45 WIB. <https://doi.org/10.29313/bcsls.v3i2.7223>.

1. Mekanisme penanganan terhadap pelaporan penjualan produk dalam *e-commerce* yang melanggar hak cipta masih terdapat kelemahan. Kelemahan tersebut terdapat di dalam pengaturan tanggungjawab penyedia tempat perdagangan *online* terhadap pelanggaran hak cipta. Masih terdapatnya kekaburan norma dalam Pasal 10 dan Pasal 114 UU Hak Cipta. Di dalam Pasal 15 ayat (2) UU ITE juga tidak memiliki kekuatan hukum yang memaksa pihak *e-commerce* untuk bertanggungjawab penuh terkait permasalahan hak cipta. Kondisi tersebut berdampak pada munculnya multi interpretasi terhadap Pasal 10 dan Pasal 114 UU Hak Cipta yang menyebabkan penerapan hukum menjadi tidak efektif, perlindungan hak cipta tidak maksimal, serta kerugian dari pemilik hak cipta karena banyaknya buku bajakan yang dijual di *e-commerce*.
2. Mekanisme implementasi penanganan perusahaan *e-commerce* terhadap pelaporan atas penjualan produk yang melanggar hak cipta masih belum sesuai dengan asas kepastian hukum. Berdasarkan asas *liability based on fault e-commerce* shopee maupun tokopedia tidak bertanggungjawab atas kerugian secara materil terhadap pelanggaran hak cipta yang terjadi. Hal tersebut juga tidak sesuai dengan *theory reward* dan *recovery* di dalam hak cipta.

5. Pengaturan Hukum Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace*

terkait Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

- a. **Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 33 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3817),**

Transaksi jual beli melalui *platform marketplace* diatur oleh berbagai hukum dan peraturan, termasuk Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha

Tidak Sehat. Undang-Undang ini diberlakukan bertujuan diantaranya untuk mencegah praktek monopoli dan atau persaingan usaha yang tidak sehat dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* yang ditimbulkan oleh pelaku usaha. Hal ini penting untuk menjaga persaingan yang sehat dan melindungi kepentingan konsumen.⁶⁰

Aturan ini diberlakukan bertujuan untuk menjaga kepentingan umum dan dalam rangka perlindungan konsumen, serta menjaga keseimbangan hak dan kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen. Selain ini, aturan bertujuan untuk menjaga kepentingan umum dan keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen, serta mencegah monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.⁶¹

Kegiatan yang dilarang dalam praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat diatur dalam ketentuan Pasal 17 - 24 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Misalnya, pelaku usaha dilarang melakukan penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.⁶² Sanksi administratif yang dijatuhkan

⁶⁰ Pasal 2 Huruf c Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha tidak Sehat. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 33, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3817.

⁶¹ Rendra Topan, "Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat", Diakses pada tanggal 19 September 2019 Pukul 15.25 WIB., <https://rendratopan.com/>.

⁶² *Ibid.*

sesuai dengan tingkatan pelanggaran dan memperhitungkan dampak yang terjadi atas pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku Usaha. Besaran Denda Sanksi Administratif Persaingan Usaha Tidak Sehat berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, ditetapkan bahwa tindakan administratif berupa sanksi denda yang dapat dikenakan oleh Komisi adalah sebesar paling sedikit Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).⁶³

b. Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 2021 tentang Pelaksanaan Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 54 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6656),

Adapun latar belakang munculnya Peraturan Pemerintah tersebut adalah untuk melaksanakan ketentuan Pasal 118 dan Pasal 185 huruf b Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, yang mengatur mengenai pelaksanaan larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

⁶³ Suryaden, "PP 44 tahun 2021 tentang Pelaksanaan Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat", Diakses pada tanggal 17 Maret 2021 Pukul 11.30 WIB., <https://www.jogloabang.com/>.

Dilihat dari pengaturan hukum transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dalam memberikan perlindungan hukum terkait Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di atas, maka berdasarkan hasil penelitian Muhammad Rizqy Fadillah mengenai urgensi Perlindungan Hukum Perdagangan Elektronik Dalam Perspektif Persaingan Usaha di Indonesia, maka dapat diketahui bahwa upaya perlindungan hukum terhadap pelaku usaha *e-commerce* yang dilakukan oleh pemerintah telah bersifat holistik, meliputi perlindungan hukum pelaku usaha dan perlindungan hukum terhadap konsumen. Pengaturan mengenai persaingan usaha di Indonesia diatur dalam berbagai peraturan perundang-undangan yang saling melengkapi. Acuan utama yang menjadi pondasi perlindungan persaingan usaha adalah Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Beberapa aturan lain, termasuk Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2008 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2018 tentang Transaksi Elektronik (UU ITE).⁶⁴

Saat ini, perkembangan pesat transaksi jual beli melalui *platform marketplace* di Indonesia membutuhkan upaya perlindungan hukum yang lebih kuat, baik dengan perbaikan substansi, penguatan struktur, kelengkapan fasilitas, hingga kesiapan masyarakat dan budaya hukumnya. Kerentanan terjadi

⁶⁴ Muhammad Rizqy Fadillah, "Urgensi Perlindungan Hukum Perdagangan Elektronik Dalam Perspektif Persaingan Usaha di Indonesia," *Jurnal TIN: Terapan Informatika Nusantara* 4, no. 6 (November 2023): 389-394.

pelanggaran dalam *platform marketplace* adalah hal yang sangat mungkin terjadi mengingat angka transaksi yang terus bertambah. KPPU sebagai lembaga negara independen yang bertugas menjalankan pengawasan terhadap praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat telah dibekali dengan kewenangan dan berbagai instrumen hukum yang baik. Namun, tetap perlu ada evaluasi dan penguatan kelembagaan, mengingat kebutuhan perdagangan pada *platform marketplace* yang meningkat dan negara harus hadir memberikan perlindungan ekstra untuk mencegah terjadinya pelanggaran hukum dalam persaingan usaha secara *daring* tersebut. Belum diaturnya secara spesifik *e-commerce* dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menjadi permasalahan yang cukup kritis karena UU tersebut adalah dasar hukum yang digunakan dalam skema persaingan usaha di Indonesia. Untuk itu, pemerintah perlu melakukan pengkajian kembali guna memperbarui substansi UU tersebut serta mengingat pertumbuhan *e-commerce* yang sangat pesat di Indonesia. Seiring dengan itu, perlu ada upaya peningkatan perlindungan hukum baik bagi konsumen maupun pelaku usaha, dengan meningkatkan kualitas dan kompetensi dibidang aparat hukum, fasilitas penegakan hukum, masyarakat, dan sosial-budaya secara komprehensif dan inklusif.⁶⁵

⁶⁵ *Ibid.*

6. Pengaturan Hukum Sistem Pembayaran dan Pajak

Selain perlindungan konsumen, aturan hukum juga mengatur sistem pembayaran dan pajak dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Pemerintah Indonesia telah berupaya mengoptimalkan penerimaan pajak dengan mengintegrasikan sistem pembayaran melalui Gerbang Pembayaran Nasional (GPN). GPN diharapkan dapat merekam dan mencatat semua transaksi perdagangan yang dilakukan melalui media elektronik untuk menentukan kapasitas pelaku usaha sebagai wajib pajak.

Undang-Undang Perpajakan yang berlaku saat ini di Indonesia, yaitu Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2014 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 292 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5601) di Indonesia mengatur tentang Perpajakan, termasuk dalam konteks transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Beberapa aspek penting yang berhubungan dengan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* yang diatur dalam Undang-Undang ini, termasuk pengakuan transaksi elektronik sebagai transaksi pajak, penetapan tarif pajak, dan kewajiban wajib pajak dalam konteks transaksi elektronik.

Undang-Undang Perpajakan mengakui bahwa transaksi yang dilakukan secara elektronik dan melalui internet dianggap sebagai transaksi pajak yang wajib dikeluarkan surat keterangan pengeluaran barang (SKPB) dan bukti pembayaran pajak. Hal ini penting untuk memastikan bahwa transaksi *jual beli* melalui *platform marketplace* dianggap sebagai transaksi pajak yang sah oleh pemerintah. Selain itu, Undang-Undang Perpajakan menetapkan tarif pajak yang berlaku untuk transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Tarif ini diatur dalam UU Perpajakan, yang menyebutkan bahwa transaksi elektronik dianggap sebagai transaksi pajak dan diatur dengan tarif yang sama seperti transaksi fiskal.⁶⁶

Wajib pajak yang melakukan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* diharuskan untuk memenuhi kewajiban perpajakan yang sama seperti wajib pajak yang melakukan transaksi fiskal. Hal ini termasuk pengumpulan dan pengungkapan dokumen perpajakan, serta pembayaran pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Transaksi jual beli melalui *platform marketplace* juga memerlukan pelaporan pajak. Wajib pajak yang melakukan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* diharuskan untuk melaporkan transaksi tersebut ke pihak berwenang sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Pelaporan ini penting untuk memastikan bahwa transaksi jual beli melalui *platform marketplace* diatur secara pajak dan dapat diakui oleh pemerintah.

⁶⁶ Pasal 17 ayat (2) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2014 tentang Perpajakan. Lembaran Negara RI Tahun 2014 Nomor 292, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 5601. Sekretariat Negara. Jakarta.

Undang-Undang Perpajakan membantu dalam menjaga keadilan dan ketertiban dalam sistem pajak Indonesia, termasuk dalam konteks transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Undang-Undang ini memastikan bahwa transaksi yang dilakukan secara elektronik diperlakukan dengan hukum yang sama seperti transaksi fiskal, memungkinkan pemerintah untuk mengumpulkan pajak dari transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dan memastikan bahwa semua wajib pajak mematuhi kewajiban perpajakan mereka.

Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*E-Commerce*). Dalam PMK ini disebutkan, Penyedia *Platform Marketplace* wajib memiliki NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) dan wajib dikukuhkan sebagai PKP (Pengusaha Kena Pajak). Kewajiban untuk dikukuhkan sebagai PKP sebagaimana yang dimaksud, menurut PMK ini, juga diberlakukan kepada Penyedia *Platform Marketplace*, meskipun memenuhi kriteria sebagai pengusaha kecil sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan mengenai batasan pengusaha kecil Pajak Pertambahan Nilai.

Dilihat dari pengaturan hukum transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dalam memberikan perlindungan hukum terkait aturan perpajakan di atas, maka Indonesia telah memiliki aturan secara general mengenai pajak untuk subjek pajak luar negeri, sehingga apabila terdapat pelaku usaha *e-commerce* antarnegara yang memiliki sumber yang berasal dari Negara Indonesia, maka pelaku usaha *e-commerce*

antar negara tersebut dapat dikatakan wajib pajak luar negeri dengan kualifikasi Pasal 26 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Perubahan Keempat atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan.⁶⁷

Peraturan dan sistem pemeriksaan serta pengawasan transaksi *e-commerce* di Indonesia masih perlu ditingkatkan. Oleh karena itu, diharapkan pemerintah agar membuat aturan yang lebih jelas mengenai transaksi *e-commerce* dan meningkatkan sistem administrasi perpajakan serta meningkatkan sumber daya otoritas pajak. Pemerintah juga diharapkan dapat melakukan kerjasama dengan perbankan terkait aturan sistem pembayaran dan kementerian lainnya demi adanya integrasi peraturan yang mengatur transaksi *e-commerce* ini. Hal ini dikarenakan terdapat kekurangan *e-payment* bagi *e-commerce*, yaitu : kemungkinan terkena serangan *hacker*, kurangnya privasi, membutuhkan akses internet dan adanya biaya yang perlu dibayarkan.⁶⁸

Dilihat dari sisi pengaturan hukum pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* tersebut di atas, maka dilihat dari Teori Unifikasi dan Harmonisasi Hukum, maka sesuai dengan pendapat dari Fitriani Ahlan Sjarif, bahwa Teori unifikasi dan harmonisasi hukum mencakup konsep-konsep yang bertujuan untuk menciptakan keselarasan dan konsistensi dalam sistem hukum, baik dalam

⁶⁷ Rizqi Chandra Ramadhan, dkk., *Problematika Penerapan Aspek Perpajakan dalam Transaksi E-Commerce Antarnegara* (Pekalongan, Jawa Tengah: PT Nasya Expanding Management, Maret 2023): 1-87.

⁶⁸ Feradhita NKD, "Kelebihan dan Kekurangan Sistem E-Payment di E-Commerce", Diakses pada tanggal 14 Mei 2024 Pukul 10.30 WIB., <https://www.logique.co.id/>.

konteks peraturan perundang-undangan yang sedang dibuat maupun yang telah berlaku.⁶⁹ Dimana secara keseluruhan, menurut peneliti berdasarkan penjelasan di atas, unifikasi dan harmonisasi hukum adalah tidak cukup hanya terbatas penyatuan hukum yang berlaku secara nasional atau penyatuan pemberlakuan hukum secara nasional namun juga secara internasional. Hal ini mempertimbangkan, bahwa transaksi jual beli melalui *platform marketplace* karena menggunakan media elektronik dan menggunakan internet, sehingga pihak pelaku usaha dan *marketplaceny* tidak hanya nasional tetapi juga internasional. Teori ini bertujuan untuk memastikan bahwa hukum yang berlaku adil, efektif dan mudah dipahami oleh masyarakat.

Aturan perlindungan konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace* memang perlu diunifikasikan hukum, terutama dalam konteks transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dan dalam konteks pembangunan hukum nasional dan regional. Unifikasi hukum dalam hal ini penting untuk menciptakan lingkungan yang aman dan adil bagi semua pihak yang terlibat dalam transaksi elektronik. Dari *mapping* peraturan di atas, maka dapat dikelompokan pengaturan perlindungan hukum transaksi perdagangan *online*, yaitu:

- a. Pengaturan bagi konsumen, meliputi pengaturan perlindungan konsumen, seperti UUPK, UU dan PP di bidang perdagangan, dan peraturan lain yang terkait.

⁶⁹ Fitriani Ahlan Sjarif, *loc. cit.*

- b. Pengaturan bagi pelaku usaha, meliputi pengaturan UUPK, UU dan PP di bidang perdagangan, pengaturan terhadap Hak Cipta, pengaturan terkait larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, pengaturan mengenai pajak dan sistem pembayaran dan peraturan lain yang terkait.
- Pengaturan bagi *marketplace*, meliputi pengaturan hukum penyelenggaraan Sistem Elektronik, pengaturan UU dan PP tentang Perdagangan, pengaturan perpajakan, dan peraturan lain yang terkait.

Unifikasi dan harmonisasi hukum dalam perlindungan konsumen memiliki beberapa alasan penting:

1. **Konsistensi dan Efektivitas:** Aturan yang diunifikasi dan diharmonisasikan menciptakan konsistensi dalam penerapan hukum, memudahkan konsumen untuk memahami dan mengikuti aturan yang berlaku, serta memastikan bahwa kebijakan dan aturan yang dibuat efektif dalam melindungi hak konsumen.
2. **Pengembangan Ekonomi:** Dalam era globalisasi, untuk memaksimalkan potensi ekonomi dan memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan, perlindungan konsumen yang terintegrasi dan konsisten sangat penting. Hal ini mendukung pembangunan ekonomi yang sehat dan berkelanjutan.
3. **Penegakan Hukum:** Harmonisasi hukum memudahkan penegakan hukum yang lebih efektif dan adil, karena menciptakan kerangka kerja yang jelas dan konsisten untuk penegakan hukum dalam perlindungan konsumen.

4. **Pengembangan Produk dan Jasa:** Aturan yang diunifikasi dan diharmonisasikan memungkinkan pengembang produk dan jasa untuk mempertimbangkan kebijakan dan aturan yang berlaku di seluruh wilayah operasional mereka, sehingga dapat mengembangkan produk dan jasa yang memenuhi standar kualitas dan keamanan yang lebih tinggi.
5. **Pengembangan Hukum Nasional dan Regional:** Dalam konteks pembangunan hukum nasional dan regional, unifikasi dan harmonisasi hukum dalam perlindungan konsumen memungkinkan negara-negara untuk menciptakan kerangka kerja hukum yang kuat dan konsisten, yang mendukung pembangunan hukum yang lebih baik dan lebih efektif.

Jadi, aturan perlindungan konsumen memang perlu diunifikasikan dan diharmonisasikan. Unifikasi dan harmonisasi hukum dalam perlindungan konsumen tidak hanya penting untuk kepentingan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* tetapi juga untuk kepentingan pembangunan ekonomi, penegakan hukum, dan pengembangan produk dan jasa. Berikut adalah beberapa aspek yang perlu diunifikasi hukum:⁷⁰

1. **Perlindungan Konsumen:** UUPK di Indonesia menjadi pranata utama dalam memberikan perlindungan terhadap konsumen. Namun, UU ini belum sepenuhnya mengantisipasi perkembangan teknologi informasi, seperti transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, dalam pengaturannya. Oleh karena itu, ada kebutuhan untuk unifikasi hukum yang lebih spesifik dan terkini untuk melindungi konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

⁷⁰ Yudha Sri Wulandari, "Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli *E-Commerce*", *Jurnal Ilmu Hukum judikasi Fakultas Hukum Universitas Kutai Kertanegara Tenggarong Balikpapan* 2, no. 2 (Desember 2018): 199-210.

2. Pelaku Usaha: Dalam konteks transaksi jual beli pada *platform marketplace*, masalah keamanan menjadi penting. Untuk menjamin keamanan transaksi, perlu diperhatikan masalah domisili perusahaan, sehingga apabila ada sengketa hukum, dapat diketahui dengan pasti kedudukan hukum dari perusahaan yang menawarkan produknya melalui media elektronik. Pranata untuk memberikan perlindungan terhadap pelaku usaha dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* adalah UU ITE.
3. *Marketplace*: *Marketplace* juga perlu diperhatikan dalam unifikasi hukum, karena mereka berperan penting dalam memfasilitasi transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. *Marketplace* harus memastikan bahwa mereka mematuhi hukum yang berlaku, termasuk hukum perlindungan konsumen, untuk melindungi kedua belah pihak dalam transaksi mereka.
4. Harmonisasi dan Unifikasi Hukum Internasional: Dalam tataran internasional, telah dibuat kesepakatan-kesepakatan internasional yang secara khusus dapat digunakan untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. PBB, melalui komisi yang menangani Hukum Perdagangan Internasional, telah menyetujui UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce dengan resolusi Nomor 51/162 sebagai mandat untuk kemajuan terhadap harmonisasi dan unifikasi hukum perdagangan internasional.

Penerapan metode komparatif seperti perjanjian atau konvensi internasional, hukum seragam (*uniform laws*) dan aturan seragam (*uniform rules*) juga menjadi penting dalam proses unifikasi dan harmonisasi hukum. Metode ini membantu dalam menciptakan kebijakan dan aturan yang konsisten dan efektif dalam menghadapi tantangan ekonomi global, seperti Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). Dalam konteks MEA, harmonisasi hukum nasional di setiap negara Asean memungkinkan para anggota untuk mengimplementasikan kesepakatan yang telah dituangkan dalam berbagai perjanjian Asean dalam hukum nasional mereka. Pendekatan legal formalistik yang dijalankan akan menjadi lebih efektif dengan adanya harmonisasi hukum nasional di setiap negara di Asean. Hal ini juga memungkinkan pembuatan kebijakan atau aturan yang sejalan dengan kesepakatan yang telah ditandatangani oleh masing-masing negara Asean, termasuk dalam perlindungan konsumen. Selain itu, harmonisasi hukum juga penting dalam bidang investasi dan perdagangan, di mana peraturan perundang-undangan yang mendukung perangkat AEC harus sejalan dengan kebijakan AEC, termasuk prinsip-prinsipnya dasar filosofis dan sosiologis. Harmonisasi hukum dalam bentuk perjanjian antar negara juga diperlukan untuk memastikan kesepakatan di kawasan negara di Asean.⁷¹

⁷¹ Djoko Setyo Hartono, "Harmonisasi Tantangan Hukum Indonesia Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN", Diakses pada tanggal 12 Desember 2017 Pukul 19.10 WIB., <https://media.neliti.com/>.

Teori unifikasi dan harmonisasi hukum sangat diperlukan dalam aturan perlindungan konsumen, terutama dalam konteks pembentukan produk hukum yang sejalan dengan arah pembangunan hukum nasional. Harmonisasi hukum memungkinkan sinkronisasi dalam pembuatan dan pelaksanaan kebijakan dan aturan, yang berdampak pada seluruh masyarakat. Dalam konteks Indonesia, pembangunan hukum nasional menuju arah modern dengan memasukkan aspek sosiokultural, serta diperlukan upaya harmonisasi antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Hal ini penting untuk menciptakan kebijakan dan aturan yang terpadu di semua lini kehidupan masyarakat, termasuk dalam perlindungan konsumen.

Dalam konteks UUPK yang perlu diharmonisasikan, ada beberapa aspek penting yang menjadi fokus:⁷²

1. Pemisahan Pengaturan Antara Pelaku Usaha Barang dan Penyedia Jasa: Salah satu perubahan yang diusulkan dalam revisi UUPK adalah pemisahan pengaturan antara pelaku usaha barang dan penyedia jasa. Hal ini penting untuk memastikan bahwa perlindungan konsumen diberikan secara adil dan konsisten, terutama dalam konteks transaksi yang melibatkan produk fisik dan layanan.
2. Pengetahuan Konsumen Sebelum Transaksi: UUPK juga menekankan pentingnya memberikan informasi yang cukup kepada konsumen sebelum mereka melakukan transaksi, termasuk informasi tentang produk atau layanan yang mereka beli. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa konsumen memiliki pemahaman yang jelas tentang apa yang mereka beli dan apa yang diharapkan dari transaksi tersebut.

⁷² M. Dani Pratama Huzaini, "Beberapa Ketentuan Baru dalam Revisi UU Perlindungan Konsumen", Diakses pada tanggal 25 Agustus 2017 Pukul 21.35 WIB., <https://www.hukumonline.com/>.

Harmonisasi dalam konteks UUPK penting untuk menciptakan konsistensi dalam penerapan hukum perlindungan konsumen, memastikan bahwa semua pihak yang terlibat dalam transaksi memiliki pemahaman yang sama tentang hak dan kewajiban mereka. Dengan demikian, harmonisasi hukum dalam UUPK dapat membantu dalam menciptakan lingkungan yang lebih aman dan adil bagi konsumen, pelaku usaha, dan penyedia jasa.

Dengan demikian, teori unifikasi dan harmonisasi hukum sangat penting dalam aturan perlindungan konsumen, karena memungkinkan pembentukan kebijakan dan aturan yang konsisten, efektif, dan sejalan dengan kebijakan nasional serta kesepakatan internasional, seperti dalam konteks MEA. Untuk menciptakan lingkungan yang aman dan adil bagi semua pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, diperlukan unifikasi hukum yang mencakup perlindungan konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace*. Hal ini akan memastikan bahwa semua transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dijalankan sesuai dengan hukum yang berlaku, sehingga mengurangi risiko dan ketidakpastian bagi semua pihak yang terlibat.

B. Perlindungan Hukum yang Seimbang Terhadap Konsumen, Pelaku Usaha dan *Marketplace* pada Transaksi Jual Beli

Hakikat pengertian perlindungan hukum dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* sebagaimana yang dirangkul dari berbagai pendapat para ahli adalah memberikan perlindungan terhadap hak asasi manusia yang dirugikan oleh orang lain dan perlindungan tersebut diberikan baik kepada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum. Dengan demikian perlindungan hukum adalah berbagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.

Perlindungan hukum konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* adalah sebagai kumpulan peraturan atau kaidah yang akan dapat melindungi suatu hal dari hal lainnya dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Jika dilihat dari definisi perlindungan hukum dalam arti sempit lebih kepada perlindungan oleh hukum saja. Perlindungan yang diberikan oleh hukum, terkait pula dengan manusia sebagai subjek hukum dalam interaksinya dengan sesama manusia serta lingkungannya. Sebagai subyek hukum manusia memiliki hak dan kewajiban untuk melakukan suatu tindakan hukum dengan adanya hak dan kewajiban.

Demi terwujudnya keseimbangan perlindungan hukum dalam rangka mewujudkan keamanan bertransaksi melalui internet. Dimana internet merupakan media yang paling efektif saat ini.⁷³ Hal ini tentunya dalam rangka keamanan dalam bertransaksi menggunakan media *platform marketplace* dan secara yuridis terkait pula dengan jaminan kepastian hukum dalam rangka terwujudnya keadilan dalam bertransaksi di masyarakat.

Dalam konteks perlindungan hukum yang seimbang antara para pihak dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, maka makna kata keseimbangan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yang lebih mendekati, yaitu sama berat atau sama kuat, setimpal, sebanding.⁷⁴ Menurut pendapat para ahli diantaranya Herlien Budiono mendefinisikan Asas Keseimbangan lebih kepada adanya keseimbangan hubungan antara kepentingan perseorangan dan kepentingan umum, atau adanya keseimbangan antara kedua belah pihak sebagaimana diharapkan. Oleh karena itu apabila terjadi sebaliknya yaitu kondisi yang tidak layak dan tidak nalar, berarti telah terjadi ketidakseimbangan karena tidak sesuai dengan bayangan yang diharapkan.⁷⁵ Dengan demikian asas keseimbangan mendapat daya dukung dari asas keterbukaan agar dapat dikatakan sebagai

⁷³ Yapiter Marp, *loc. cit.*

⁷⁴ W.J.S. Purwadarminta, *loc. cit.*

⁷⁵ Herlien Budiono, *loc. cit.*

berkeadilan.⁷⁶ Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa asas keseimbangan menyeimbangkan antara hak dan kewajiban yang diwujudkan secara nyata dalam bentuk norma-norma baik hukum maupun non hukum.

1. Hubungan Hukum antara Konsumen, Pelaku Usaha dan *Marketplace* pada Transaksi Jual Beli

Hubungan hukum antara konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace* dalam transaksi jual beli melibatkan berbagai peran dan tanggung jawab dalam transaksi *online*. Konsumen sebagai individu atau perusahaan yang membeli produk atau jasa melalui transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Hukum yang berlaku mengatur hak dan kewajiban konsumen, termasuk hak untuk mendapatkan informasi yang akurat tentang produk atau jasa, hak untuk memilih produk atau jasa, dan hak untuk mendapatkan pengembalian atau penggantian jika produk atau jasa tidak memenuhi kualitas yang dijanjikan. Sedangkan pelaku usaha individu atau perusahaan yang menjual produk atau jasa melalui *platform marketplace*.

Hukum yang berlaku mengharuskan pelaku usaha untuk mematuhi standar keamanan dan privasi data, memberikan informasi yang akurat

⁷⁶ Ilhami Bisri, *loc. cit.*

tentang produk atau jasa dan memenuhi kualitas yang dijanjikan. Pelaku usaha juga memiliki tanggung jawab untuk menangani klaim dan sengketa yang mungkin muncul dari konsumen. *Marketplace* adalah *platform* digital yang memfasilitasi penjualan produk atau jasa antara pelaku usaha dan konsumen. Hukum yang berlaku mengharuskan *marketplace* untuk menyediakan lingkungan yang aman dan adil, mematuhi standar keamanan dan privasi data, dan memfasilitasi proses pembayaran yang transparan dan aman. *Marketplace* juga memiliki tanggung jawab untuk mengawasi dan mengelola kualitas produk atau jasa yang ditawarkan, serta menangani klaim dan sengketa yang mungkin muncul antara pelaku usaha dan konsumen.

Antara pelaku usaha dengan penyedia *platform marketplace* tentunya juga ada hubungan hukum. Hubungan hukum tersebut sebenarnya dapat dikategorikan sebagai hubungan hukum kontraktual. Pelaku usaha dan *marketplace* saling mengikatkan dan membuat kesepakatan untuk menggunakan layanan *platform* perdagangan *online*. Kontrak ini biasanya meliputi banyak aspek, termasuk syarat dan ketentuan yang akan diterapkan, hak dan kewajiban para pihak, biaya yang harus dibayar, dan sebagainya. Kontrak yang dibuat antara pelaku usaha dan penyedia *platform marketplace* harus memenuhi syarat-syarat

hukum yang berlaku di negara tempat kontrak tersebut dibuat. Sebelum menandatangani kontrak, para pihak harus memastikan bahwa kontrak tersebut memenuhi semua persyaratan hukum. Jika terjadi pelanggaran hukum yang berhubungan dengan kontrak, maka pelaku usaha dan penyedia *platform marketplace* harus memenuhi semua persyaratan hukum yang berlaku. Kontrak yang dibuat antara pelaku usaha dan penyedia *platform marketplace* juga harus mengakomodasi hak dan kewajiban para pihak. Pelaku usaha harus memahami hak serta kewajiban yang tercantum dalam kontrak, termasuk hak untuk memutuskan kontrak jika salah satu pihak tidak memenuhi persyaratan. Pelaku usaha juga harus memahami konsekuensi hukum yang dapat terjadi jika terjadi pelanggaran dalam kontrak.

Selain itu, pelaku usaha dan penyedia *platform marketplace* harus benar-benar mengetahui bahwasannya mereka telah memenuhi semua persyaratan perlindungan data yang berlaku pada *platform* tersebut. Kedua belah pihak harus benar-benar memahami bahwa data pribadi yang dikumpulkan dan digunakan tidak akan disalahgunakan dan bahwa hak privasi setiap pengguna akan dihormati. Hubungan hukum antara pelaku usaha dan *marketplace* sangat penting. Melalui kontrak yang memenuhi persyaratan hukum, kedua

belah pihak dapat secara aman menggunakan layanan *platform marketplace*. Kontrak ini juga menetapkan hak-hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh kedua belah pihak, serta menjamin bahwa hak privasi dan perlindungan data pribadi para pengguna akan dihormati.⁷⁷

Dengan demikian hubungan hukum antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* dalam transaksi jual beli mencakup berbagai aspek, termasuk hak dan kewajiban, tanggung jawab, dan peran dalam memastikan transaksi yang adil dan aman.

2. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace*

Urgensi pentingnya perlindungan hukum kepada konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, hal ini dikarenakan konsumen seringkali berada dalam posisi tawar yang lemah, sehingga sejak adanya UUPK, diharapkan upaya perlindungan konsumen yang selama ini dianggap kurang diperhatikan menjadi lebih diperhatikan. Karena pada dasarnya setiap warga negara berhak atas perlindungan hukum, salah satunya perlindungan terhadap konsumen.

⁷⁷ Bunga Andjani dan Abraham Ferry Rosando, "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha dalam E-Commerce yang Dirugikan Akibat Dugaan Order Fiktif", *Bureaucracy Journal: Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya* 3, no. 1 (Januari - April 2023): 709-710.

Selain itu, PBB juga telah mengeluarkan pedoman yang mengatur Prinsip utama konsumen, UUPK dan membantu negara anggota untuk merumuskan dan menegakkan hukum, peraturan dan regulasi domestik perlindungan konsumen.⁷⁸ Perlindungan hukum bagi konsumen pada dasarnya merupakan perlindungan terhadap hak-hak konsumen. Dimana terdapat 3 (tiga) hak dasar dalam melindungi konsumen, yaitu:⁷⁹

1. Hak untuk mencegah konsumen dari kerugian, baik dari kerugian personal dan kerugian harta kekayaan;
2. Hak untuk memperoleh barang dan/atau jasa dengan harga wajar; dan
3. Hak untuk memperoleh penyelesaian yang patut terhadap permasalahan yang dihadapi.

Dari hak dasar tersebut, jika konsumen benar-benar akan dilindungi, maka hak konsumen harus dipenuhi oleh negara maupun pelaku usaha, karena pemenuhan hak tersebut akan melindungi konsumen dari kerugian berbagai aspek.

Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* meliputi hak-hak konsumen seperti hak atas informasi yang jelas, hak atas pengembalian barang yang cacat atau tidak sesuai dengan deskripsi, serta hak atas kompensasi jika terjadi kerusakan atau kehilangan barang selama pengiriman. Konsumen juga dilindungi oleh undang-undang perlindungan barang yang cacat atau tidak sesuai dengan deskripsi, serta hak atas kompensasi jika terjadi kerusakan atau kehilangan barang selama pengiriman. Konsumen juga

⁷⁸ Renata Christha Auli, *loc. cit.*

⁷⁹ *Ibid.*

dilindungi oleh undang-undang perlindungan barang yang cacat atau tidak sesuai dengan deskripsi, serta hak atas kompensasi jika terjadi kerusakan atau kehilangan barang selama pengiriman.

Konsumen juga dilindungi oleh undang-undang perlindungan konsumen yang mengatur praktik bisnis yang tidak etis seperti penipuan dan penjualan barang palsu. Jika konsumen tidak menerima barang yang telah dibayar, maka konsumen dapat mengajukan komplain dan meminta pengembalian dana atau pengiriman ulang barang yang sesuai. Oleh karena itu, konsumen harus selalu berhati-hati saat bertransaksi jual beli melalui *platform marketplace* dan memastikan bahwa mereka bertransaksi dengan situs *web platform marketplace* yang terpercaya dan memiliki sistem keamanan yang kuat. Konsumen juga harus memeriksa deskripsi produk dengan cermat dan membaca ulasan dari pelanggan sebelum membeli.

Dengan demikian perlindungan konsumen merupakan prasyarat mutlak dalam mewujudkan perekonomian yang sehat melalui keseimbangan antara perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha. Hanya melalui keberadaan dan keberdayaan perlindungan konsumen yang memadai, Indonesia mampu membangun kualitas manusia yang berharkat, bermartabat, cerdas, sehat, kuat, inovatif dan produktif, untuk membawa Indonesia memiliki ketahanan nasional, dan jauh lebih berdaya saing di berbagai bidang dikancah internasional.

Aturan hukum yang efektif dalam perlindungan hukum *pada platform marketplace* harus memastikan bahwa konsumen dilindungi dari praktik bisnis yang merugikan, penipuan, dan produk yang cacat. Aturan ini harus mencakup ketentuan tentang informasi yang akurat dan jelas mengenai produk, kebijakan pengembalian barang, dan penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha.

3. Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha dalam Transaksi Jual Beli *melalui Platform Marketplace*

Pentingnya pemberian perlindungan hukum kepada pelaku usaha tidak lain asas keseimbangan hukum memainkan peran penting dalam menjamin bahwa pelaku usaha memiliki hak-hak dan kewajiban yang jelas dan dapat dipahami, serta terhindar dari ketidakpastian dan ketidakadilan dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Apabila terjadi pelanggaran privasi pada *platform marketplace*, maka *marketplace* harus memastikan bahwa data pelanggan dan pelaku usaha dijaga dengan baik dan menindaklanjuti dengan cepat untuk mengatasi masalah privasi yang terjadi.

Pelaku usaha juga dilindungi oleh undang-undang, termasuk hak atas kepemilikan intelektual dan hak atas perlindungan dari persaingan

yang tidak sehat. Mereka juga harus mematuhi undang-undang dan regulasi yang berlaku untuk memastikan bahwa produk dan layanan yang mereka tawarkan sesuai dengan standar kualitas dan keamanan yang ditetapkan. Dilihat dari sisi aspek perlindungan hukum bagi pelaku usaha. Dalam perjanjian, pelaku usaha berhak untuk memperoleh pembayaran dari konsumen atas produk yang dibeli oleh konsumen tersebut. Jika konsumen tidak melakukan pembayaran dalam waktu yang ditentukan, maka penjual dapat membatalkan pembelian barang tersebut dan menjualnya kepada calon pembeli lain. Dengan adanya aturan jelas mengenai jangka waktu pembayaran, maka akan memberikan perlindungan bagi pelaku usaha, dimana pelaku tidak dapat disalahkan jika memberikan barang tersebut kepada calon pembeli / konsumen lain dalam hal pembeli tidak melakukan pembayaran hingga batas waktu yang telah ditentukan.

Terdapatnya kerugian yang dialami oleh pelaku usaha yang disebabkan oleh konsumen. Kerugian yang dialami oleh pelaku usaha disebabkan diantaranya pembeli / konsumen yang mengklaim tidak menerima barang padahal sebenarnya telah menerimanya atau pelaku usaha yang ditipu oleh konsumen, maka pelaku usaha dapat melaporkan masalah ini kepada *platform marketplace* yang digunakan dan meminta bantuan untuk menyelesaikan masalah ini, terjadi perilaku dengan iktikad

tidak baik yang dilakukan konsumen, seperti melakukan pemesanan tetapi melakukan pembatalan tanpa penjelasan, hal ini sering disebut dengan istilah *hit and run*.

Dalam menghargai hak dari konsumen, pelaku usaha penting memberikan informasi akan keakuratan suatu barang jasa, sehingga permasalahan tersebut berpedoman pada UUPK. Dalam menjalankan bentuk tanggung jawab hukum terhadap konsumen, lebih memilih menggunakan tanggung jawab hukum secara perdata yaitu melalui tindakan ganti rugi yang dapat berupa barang yang sama, dan juga uang, sesuai dengan kesepakatan antara konsumen dan pemilik toko atau pelaku usaha.⁸⁰ Bahkan sesuai dengan UUPK, Pelaku Usaha dilarang menyatakan pengalihan tanggung jawabnya kepada konsumen.⁸¹ Selanjutnya berdasarkan UUPK, Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas atau yang pengungkapannya sulit dimergerti.⁸²

Dengan menerapkan asas keseimbangan hukum dalam perlindungan pelaku usaha pada transaksi jual beli pada *platform marketplace*, diharapkan pelaku

⁸⁰ I Nyoman Putu Budiarta & Ni Made Puspasutari Ujianti Gde Nanda Radithya Kresnantara Sanjaya, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Tiruan Pada Transaksi E-Commerce (Studi Kasus Pada Toko Stridewear.ID Bali)," *Jurnal Interpretasi Hukum* 3, no. 2 (2022): 332, <https://doi.org/10.22225/juinhum.3.2.5076.332-338>.

⁸¹ Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821.

⁸² *Ibid.*, Pasal 18 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

usaha dapat melakukan transaksi jual beli pada *platform marketplace* dengan lebih tenang dan memperoleh perlindungan yang cukup dari pihak yang berwenang. Hal ini juga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi di sektor *platform marketplace* dengan menumbuhkan kepercayaan dan ketertiban dalam dunia bisnis *online*. Dimana Salah satu tujuan dari asas kepastian hukum dalam perlindungan pelaku usaha pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* adalah untuk menciptakan transaksi yang adil dan seimbang (*fairness*). Dalam hal ini, *fairness* dapat diartikan sebagai keadilan dalam transaksi yang melibatkan pelaku usaha dalam dunia bisnis *online*. Pelaku usaha diharapkan mendapatkan perlindungan yang cukup dari hukum dalam setiap transaksi yang mereka lakukan secara *online*, termasuk dalam hak-hak dan kewajiban mereka sebagai penjual atau pembeli.

Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, *fairness* dapat dicapai dengan cara memastikan bahwa pelaku usaha memiliki hak-hak yang jelas dan terlindungi oleh hukum, serta menjamin bahwa pelaku usaha tidak merugikan pihak lain dalam transaksi tersebut. Sebagai contoh, asas kepastian hukum dapat menjamin hak-hak pelaku usaha dalam hal kepemilikan dan penggunaan data pribadi dan informasi bisnia yang dihasilkan dari transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Pelaku usaha juga dapat memperoleh kepastian hukum terkait dengan hak dan kewajiban mereka dalam hal pengiriman dan pengembalian barang,

pembayaran, dan penyelesaian sengketa. Selain itu, asas keseimbangan perlindungan hukum juga dapat membantu mendorong terciptanya lingkungan bisnis *online* yang fair dan sehat, dengan mencegah praktik bisnis yang merugikan dan melanggar hak-hak pelaku usaha dan konsumen. Misalnya, adanya hukum dan regulasi yang jelas dan tegas terhadap praktik bisnis yang tidak etis seperti penipuan, pemalsuan, dan tindakan diskriminatif dapat menjamin adanya keadilan dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

Dengan menerapkan asas keseimbangan hukum dalam perlindungan pelaku usaha pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, diharapkan akan tercipta lingkungan bisnis *online* yang *fair* dan sehat, di mana pelaku usaha dapat menjalankan bisnis mereka dengan tenang dan terhindar dari praktik bisnis yang tidak etis. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan pelaku usaha dan konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, sehingga dapat memacu pertumbuhan sektor bisnis *online* secara positif.

4. **Perlindungan Hukum Terhadap *Marketplace* dalam Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace***

Pemberian perlindungan hukum kepada *marketplace* tidak lain untuk mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Asas keseimbangan hukum yang memiliki tujuan untuk menjamin keseimbangan perlindungan hukum dan keamanan bagi para pengguna

marketplace, baik itu pelaku usaha maupun konsumen. *Marketplace* juga harus mematuhi undang-undang yang berlaku dan memastikan bahwa pelaku usaha yang terdaftar di *platform* mereka mematuhi standar dan regulasi yang sama. Mereka juga harus memastikan bahwa konsumen dilindungi dari penipuan dan penjualan barang palsu melalui mekanisme perlindungan pembeli seperti sistem pembayaran yang aman dan program perlindungan pembeli.

Asas kepastian hukum dalam perlindungan *marketplace* pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* memiliki tujuan untuk menjamin kepastian hukum dan keamanan bagi para pengguna *marketplace*, baik itu penjual maupun pembeli. Dalam hal ini, *marketplace* dapat diartikan sebagai *platform* yang mempertemukan antara penjual dan pembeli dalam sebuah transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Salah satu cara untuk menerapkan asas kepastian hukum dalam perlindungan *marketplace* pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* adalah dengan memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai produk atau layanan yang ditawarkan di dalam *marketplace*. Hal ini dapat meminimalkan risiko penipuan dan membantu para pengguna *marketplace* untuk membuat keputusan yang tepat dalam membeli atau menjual produk atau layanan di dalamnya. Selain itu, asas kepastian hukum dapat menjamin hak-hak pengguna *marketplace*, seperti hak atas keamanan data pribadi dan informasi transaksi yang dihasilkan dari transaksi perdagangan melalui *platform marketplace*.

Misalnya, *marketplace* harus memastikan bahwa data pribadi dan informasi transaksi para pengguna dijaga kerahasiaannya dan tidak disalahgunakan oleh pihak yang tidak berwenang.

Asas keseimbangan hukum juga dapat membantu dalam menyelesaikan sengketa yang terjadi dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. *Marketplace* harus memberikan aturan dan mekanisme yang jelas dan adil untuk menyelesaikan sengketa tersebut, seperti melalui sistem penyelesaian sengketa *online* atau melalui jalur hukum yang ada. Dalam hal ini, *marketplace* juga harus memberikan perlindungan hukum yang cukup bagi para pengguna jika terjadi sengketa yang melibatkan tindakan melanggar hukum, seperti penipuan, pemalsuan, atau tindakan diskriminatif. Dengan menerapkan asas keseimbangan hukum dalam perlindungan *marketplace* pada transaksi *e-commerce*, diharapkan dapat tercipta lingkungan bisnis *online* yang aman, adil dan sehat, di mana para pengguna *marketplace* dapat melakukan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dengan tenang dan nyaman tanpa khawatir terkena tindakan melanggar hukum atau penipuan. Hal ini juga dapat meningkatkan kepercayaan para pengguna *marketplace* dalam menggunakan *platform* tersebut dan memacu pertumbuhan sektor bisnis *online* secara positif.

Asas keseimbangan hukum dalam perlindungan *marketplace* pada transaksi jual beli pada *platform marketplace* memiliki tujuan utama untuk menciptakan keamanan dan keadilan dalam melakukan transaksi di dalam *marketplace*. Dalam hal ini, transaksi *fairness* atau keadilan transaksi dapat diartikan sebagai transaksi yang dilakukan dengan prinsip keadilan dan keseimbangan bagi semua pihak yang terlibat. Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, asas keseimbangan hukum dapat memberikan perlindungan hukum bagi para pengguna *marketplace*, baik itu penjual maupun pembeli. Dengan adanya asas keseimbangan hukum, para pengguna *marketplace* akan mendapatkan perlindungan yang cukup dalam melindungi hak-hak mereka, seperti hak atas keamanan data pribadi, hak atas informasi yang akurat dan jelas, serta hak atas penyelesaian sengketa yang adil dan cepat.

Salah satu cara untuk mencapai tujuan asas keseimbangan hukum dalam perlindungan *marketplace* pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* terhadap transaksi *fairness* adalah dengan menerapkan prinsip-prinsip transaksi yang adil dan seimbang. Prinsip-prinsip ini dapat mencakup berbagai hal, seperti transparansi dalam informasi produk atau layanan, kesetaraan antara penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi, serta pengaturan hukum yang jelas dan tegas dalam mengatasi masalah yang timbul dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Dalam hal ini, *marketplace* juga harus memberikan perlindungan yang memadai bagi para pengguna yang menjadi korban transaksi yang tidak

adil atau tidak seimbang. Misalnya, jika terjadi penipuan atau kecurangan dalam transaksi pada *platform* perdagangan *online*, maka *marketplace* harus memberikan bantuan dan penyelesaian yang cepat dan adil bagi para korban. Selain itu, *marketplace* juga harus memberikan fasilitas yang memadai untuk melindungi hak-hak pengguna, seperti mekanisme penyelesaian sengketa yang transparan dan mudah diakses, serta perlindungan data pribadi yang ketat. Dengan cara ini, para pengguna *marketplace* akan merasa aman dan nyaman dalam melakukan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* tersebut. Dengan menerapkan asas keseimbangan hukum dalam perlindungan *marketplace* pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, diharapkan dapat tercipta lingkungan bisnis *online* yang sehat dan adil, di mana semua pihak dapat bertransaksi dengan tenang dan nyaman tanpa khawatir terjadi tindakan tidak adil atau penipuan. Hal ini juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap *marketplace* dan memacu pertumbuhan bisnis *online* secara positif.

Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, perlindungan hukum yang seimbang untuk semua pihak sangat penting untuk menciptakan lingkungan perdagangan elektronik yang adil dan menguntungkan bagi semua pihak yang terlibat. Selain itu, asas keseimbangan hukum dapat menjamin hak-hak pengguna *marketplace*, seperti hak atas keamanan data pribadi dan informasi transaksi yang dihasilkan dari transaksi jual beli melalui

platform marketplace. Misalnya, *marketplace* harus memastikan bahwa data pribadi dan informasi para pengguna dijaga kerahasiaannya dan tidak disalahgunakan oleh pihak yang tidak berwenang.

Asas kepastian hukum juga dapat membantu dalam menyelesaikan sengketa yang terjadi dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. *Marketplace* harus memberikan aturan dan mekanisme yang jelas dan adil untuk menyelesaikan sengketa tersebut. Dalam hal ini, *marketplace* juga harus memberikan perlindungan hukum yang cukup bagi pengguna jika terjadi sengketa yang melibatkan tindakan melanggar hukum, seperti penipuan, pemalsuan data atau tindakan diskriminatif.

Dengan menerapkan asas keseimbangan hukum dalam perlindungan *marketplace* pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, diharapkan dapat tercipta lingkungan bisnis *online* yang aman, adil dan sehat, dimana para pengguna *marketplace* dapat melakukan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dengan tenang dan nyaman tanpa khawatir terkena tindakan melanggar hukum atau penipuan. *Marketplace* bertindak sebagai pihak yang bertanggung jawab untuk memastikan bahwa pelaku usaha yang terdaftar di *platformnya* mematuhi ketentuan-ketentuan yang diatur dalam UUPK, seperti memberikan informasi yang jelas, benar, dan tidak menyesatkan kepada konsumen.

Selain itu, *marketplace* juga bertanggung jawab untuk menjaga keamanan data dan informasi pribadi konsumen yang dihasilkan dari transaksi jual beli pada *platform marketplace* yang terjadi di *platformnya*. Namun demikian, dalam beberapa kasus, terkadang muncul perdebatan mengenai tanggung jawab *marketplace* dalam mengatasi sengketa atau masalah yang terjadi antara pelaku usaha dan konsumen yang menggunakan *platformnya*. Oleh karena itu, diperlukan peraturan yang lebih detail dan jelas mengenai kewajiban dan tanggung jawab *marketplace* dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* untuk memastikan perlindungan yang lebih baik bagi pelaku usaha dan konsumen.

Jika terjadi penipuan di *platform marketplace*, baik oleh pembeli atau penjual, maka *marketplace* dapat membantu dalam menyelesaikan sengketa dan memastikan bahwa semua pihak terlibat dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* mendapat penyelesaian yang adil. Penggunaan *illegal platform marketplace*. Jika ada pelaku usaha yang menggunakan *platform marketplace* untuk menjual barang atau jasa yang ilegal, maka *marketplace* harus memastikan bahwa akun tersebut dihapus dan memberikan penjelasan yang jelas kepada publik mengenai tindakan yang diambil. *Marketplace* harus memastikan bahwa mereka mematuhi standar keamanan dan privasi yang berlaku serta memberikan kebijakan perlindungan yang jelas kepada para pelaku usaha dan konsumen. *Marketplace* juga dapat bekerja sama dengan pihak berwenang untuk

menyelesaikan masalah yang lebih serius yang terjadi pada *platform marketplace* mereka.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* kedudukan para pihak, yaitu konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*, masing-masing memiliki potensi yang lemah. Dimana persepsi kebanyakan masyarakat bahwa konsumenlah yang kerap kali berada pada posisi yang lemah, namun pada kenyataannya pelaku usaha dan *marketplace* juga pada posisi yang juga perlu dilindungi, sehingga terwujud keseimbangan perlindungan hukum antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berdasarkan asas kepastian hukum.

BAB II

MITIGASI RISIKO SEBAGAI BENTUK PERLINDUNGAN HUKUM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MELALUI *PLATFORM MARKETPLACE*

A. Hubungan Hukum Para Pihak dalam Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace*

Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* para pihak yang terlibat dalam transaksi tersebut memiliki hak dan kewajiban.

1. Konsumen

Konsumen, Kata konsumen berasal dari bahasa Inggris yaitu *consumer*. Dalam bahasa Belanda, istilah konsumen disebut dengan *consument*. Konsumen secara harfiah adalah “orang yang memerlukan, membelanjakan atau menggunakan; pemakai atau pembutuh.”¹ Istilah lain yang dekat dengan konsumen adalah “pembeli” (Inggris: *buyer*, Belanda: *koper*). Istilah koper ini dapat dijumpai dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Pengertian konsumen secara hukum tidak hanya terbatas kepada pembeli. Bahkan, jika disimak secara cermat pengertian konsumen sebagaimana di dalam Pasal 1 angka 2 UUPK, di dalamnya tidak ada disebut kata pembeli.² Peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang perlindungan konsumen di Indonesia, menjelaskan istilah “konsumen” sebagai definisi yuridis formal ditemukan pada pasal 1 angka 2 UUPK.

¹ N.H.T. Siahaan, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Cetakan ke-1 (Bogor: Grafika Mardi Yuana, 2005): 24.

² *Ibid.*

UUPK menyatakan “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”³

Kamus Umum Bahasa Indonesia mendefinisikan konsumen sebagai lawan produsen, yakni pemakai barang-barang hasil industri, bahan makanan dan sebagainya. Jadi berdasarkan pengertian di atas, maka menurut penulis konsumen merupakan setiap orang pemakai barang/jasa yang dibeli pada perdagangan pada *platform marketplace*.

Menurut UUPK, maka hak dan kewajiban konsumen, yaitu:⁴

1.1 Hak Konsumen:

Hak Konsumen meliputi:

- Atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan
- Memilih/mendapatkan barang &/jasa sesuai harga & kondisi yang dijanjikan
- Informasi yang benar, jelas dan jujur
- Didengar & komplain
- Advokasi, perlindungan, & *dispute resolution*
- Pembinaan & edukasi
- Dilayani secara tidak diskriminatif
- *Redress*
- Dll.

1.2 Kewajiban Konsumen:

Kewajiban Konsumen meliputi:

- Membaca dan mengikuti informasi/prosedur

³ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan ke-1 (Jakarta: Kencana Prenadan Media Group, 2013), hlm. 15.

⁴ Pasal 4 dan 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

- Beritikad baik
- Membayar sesuai harga
- Mengikuti *dispute resolution* secara patut

Dilihat dari Penjelasan UUPK, diketahui bahwa Piranti hukum yang melindungi konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha pelaku usaha, tetapi justru sebaliknya perlindungan konsumen dapat mendorong iklim berusaha yang sehat yang mendorong lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan jasa yang berkualitas.

Menurut Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan mengatur bahwa:⁵

1. Hak Konsumen: mendapatkan keamanan; memilih produk dan/atau layanan; mendapatkan produk dan/atau layanan sesuai penawaran yang dijanjikan; memperoleh informasi yang jelas, akurat, benar, mudah diakses dan tidak berpotensi menyesatkan; didengar pendapat dan pengaduannya atau produk yang digunakan; mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa konsumen sesuai dengan ketentuan Undang-Undang; mendapatkan edukasi keuangan; dilakukan atau dilayani dengan benar; mendapatkan ganti rugi apabila produk dan/atau layanan yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan; dan hal lain sesuai ketentuan.

⁵ Pasal 235 Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan. Lembaran Negara RI Tahun 2023 Nomor 4, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6845. Sekretariat Negara. Jakarta.

2. **Kewajiban konsumen** : mendengarkan penjelasan informasi mengenai produk/layanan; membaca, mamahami, dan melaksanakan dengan benar perjanjian dan/atau dokumen penggunaan perодук/layanan; beritikad baik dalam penggpunaan produk dan/atau layanan; memberikan informasi dan/atau dokumen yang jelas, akurat, benar, dan tidak menyesatkan; membayar sesuai dengan nilai/harga dan/atau biaya produk/layanan yang disepakati; dan mengikuti upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen sesuai dengan ketentuan.

2. Pelaku Usaha

Pengertian Pelaku usaha diatur dalam UUPK, yaitu setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.⁶ Menurut pengertian Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen, Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun berama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan

⁶ Pasal 1 Butir 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.⁷ Dalam penjelasan Pasal 1 angka 3 Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen tersebut, Pelaku usaha yang dimaksud adalah perusahaan, korporasi, koperasi, BUMN, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain. Jadi menurut penulis, pelaku usaha adalah pihak yang memiliki barang dan jasa yang dijual kepada konsumen dalam perdagangan jual beli melalui *platform marketplace*. Dimana pelaku usaha dapat berupa perseorang maupun perusahaan / korporasi, koperasi, BUMN, distributor, dan lain-lain.

Menurut UUPK, maka hak dan kewajiban konsumen, yaitu:⁸

2.1 Hak Pelaku Usaha:

Hak Pelaku Usaha meliputi:

- Menerima pembayaran
- Perlindungan hukum dari konsumen beritikad tidak baik
- Pembelaan diri dalam sengketa hukum
- Rehabilitasi nama baik bila terbukti tidak bersalah
- Hak sesuai peraturan lain
- Dll.

2.2 Kewajiban Pelaku Usaha:

Kewajiban Pelaku Usaha meliputi:

- Beritikad baik
- Informasi yang jelas dan jujur

⁷ Pasal 1 Angka 3 Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 2001 Nomor 103, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 4126. Sekretariat Negara. Jakarta.

⁸ Pasal 6 dan 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

- Melayani konsumen secara benar dan tidak diskriminatif
- Menjamin mutu sesuai standar
- Memberi kesempatan menguji dan garansi
- Memberikan redress atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa
- Memberikan *redress* bila wanprestasi
- Dll.

3. Marketplace

3.1 Pengertian Marketplace

Banyak definisi *marketplace* yang diberikan oleh para ahli, yaitu seperti definisi *marketplace* menurut Judy Strauss dan Raymond Frost adalah penggunaan data elektronik dan aplikasi untuk perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, distribusi dan harga sebuah ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi.⁹ Selanjutnya M. Smith dan C. Graves memberikan pengertian daripada *marketplace* sebagai mencapai tujuan pemasaran melalui penerapan teknologi digital.¹⁰ Selain itu, Opiida yang mengdefinisikan *marketplace* sebagai media *online* berbasis internet tempat melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. Pembeli dapat mencari *supplier* sebanyak mungkin dengan kriteria yang diinginkan, sehingga memperoleh sesuai harga pasar.¹¹

Pengertian mengenai *marketplace* ini tidak dapat ditemukan

⁹ Judy Strauss dan Raymond Frost, *E-Marketing, 2nd Edition* (Upper Saddle River New Jersey Amerika Serikat.: Prentice Hall, 2001): 822-945.

¹⁰ M. Smith dan C. Graves, "Corporate Turnaround and Financial distress," *Managerial Auditing Journal*, no. 20 (2005): 304.

¹¹ Oplida, "Pengertian E-Marketplace," Diakses pada tanggal 18 April 2014 Pukul 14.25 WIB., <https://tokokhalista.wordpress.com>.

ditemukan dalam peraturan UU ITE. UU ITE lebih mengatur secara umum terkait dengan penyelenggara Sistem Elektronik adalah setiap Orang, penyelenggara negara, Badan Usaha, dan masyarakat yang menyediakan, mengelola, dan/atau mengoperasikan Sistem Elektronik, baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama kepada pengguna Sistem Elektronik untuk keperluan dirinya dan/atau keperluan pihak lain,¹² sedangkan sesuai dengan UU ITE mendefinisikan Penyelenggaraan Sistem Elektronik adalah pemanfaatan Sistem Elektronik oleh penyelenggara negara, Orang, Badan Usaha, dan/atau masyarakat.¹³

Selain itu, sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang mengatur bahwa yang dimaksudkan dengan pengertian Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE) adalah pelaku usaha penyedia sarana komunikasi elektronik yang digunakan untuk transaksi perdagangan.¹⁴ Sebagai sebuah *platform digital* yang mempertemukan antara penjual dan pembeli dalam sebuah transaksi jual beli melalui *platform* perdagangan *online, marketplace* memiliki sistem keamanan yang baik, tetapi masih terdapat celah untuk dapat melakukan kecurangan, salah satunya

¹² Pasal 1 Butir 6a Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024. Lembaran Negara RI Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 4843 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Lembaran Negara RI Tahun 2024 Nomor 1, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6905. Sekretariat Negara. Jakarta.

¹³ *Ibid.*, Pasal 1 Butir 6.

¹⁴ Pasal 1 Butir 7 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Berita Negara RI Tahun 2020 Nomor 498. Sekretariat Negara. Jakarta.

dengan menjual barang yang tidak sesuai gambar. Kerugian yang menimpa *marketplace* terjadi tuntutan ganti rugi dari konsumen yang mengalami kerugian akibat kesalahan atau kelalaian *marketplace* dalam menyediakan layanan mereka.

Dari pendapat para ahli tersebut di atas dan sesuai dengan ketentuan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, maka dapat disimpulkan menurut penulis bahwa *marketplace* dalam transaksi *e-commerce* adalah *platform* atau tempat di mana penjual dan pembeli dapat bertemu dan melakukan transaksi jual-beli secara *online*. *Marketplace* merupakan platform berupa aplikasi atau website sebagai tempat terjadinya transaksi jual beli secara mudah dan cepat serta tidak perlu bertemu langsung. Pemilik *marketplace* tidak bertanggung jawab atas produk maupun jasa yang diperjual belikan. Proses transaksi jual beli yang dilakukan saat ini banyak menggunakan sebuah perangkat dengan memanfaatkan jaringan internet, sehingga, proses pembayaran maupun pengiriman barang dapat dilakukan hanya dengan menggunakan perangkat elektronik. *Marketplace* adalah salah satu peran utama dalam bisnis pada *platform e-commerce* saat ini. *Marketplace* memiliki model bisnis yang fokus pada menghubungkan pembeli dengan banyak penjual yang menawarkan produk dan layanan mereka di satu *platform*. *Marketplace* menyediakan infrastruktur dan layanan yang memungkinkan penjual untuk memasarkan produk atau layanan mereka kepada calon pembeli, dan memungkinkan pembeli untuk mencari dan membeli produk atau layanan yang mereka butuhkan. Contoh perusahaan yang termasuk kategori *marketplace* adalah Amazon, Tokopedia, Shopee dan lainnya yang sejenis.

Dalam *marketplace*, penjual dapat membuat toko *online* mereka sendiri di *platform* tersebut, dengan menyajikan informasi produk, harga, deskripsi dan gambar produk. Pembeli dapat menjelajahi berbagai toko dan produk yang tersedia, membandingkan harga dan fitur, membaca ulasan dari pembeli lain, dan melakukan pembelian secara *online*. *Marketplace* juga menyediakan berbagai fitur dan layanan tambahan, seperti sistem pembayaran yang aman, dukungan pembeli (konsumen), pengiriman dan logistik, serta penanganan masalah pengembalian barang. *Marketplace* juga dapat menyediakan fitur promosi dan iklan untuk membantu penjual meningkatkan visibilitas dan penjualan produk mereka. Contoh *marketplace* Shopee, dan Lazada. *Marketplace* telah menjadi model bisnis yang sukses dalam industri *pada platform marketplace* karena memberikan keuntungan bagi penjual dengan meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas, sementara bagi pembeli, *marketplace* menyediakan kemudahan dalam mencari dan membeli produk dengan harga yang kompetitif.

3.2 Pengaturan *Marketplace*

Sebagai pihak ketiga, *platform marketplace* sesungguhnya memiliki peran penting dalam menengahi sengketa dan memfasilitasi ganti rugi antara konsumen dengan pelaku usaha. Walaupun secara regulasi, belum diakuinya pihak ketiga dalam UUPK. Namun, *marketplace* telah diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang selanjutnya disingkat dengan PPMSE.

Dalam *marketplace*, penjual dapat membuat toko *online* mereka sendiri di *platform* tersebut, dengan menyajikan informasi produk, harga, deskripsi, dan gambar produk. Pembeli dapat menjelajahi berbagai toko dan produk yang tersedia, membandingkan harga dan fitur, membaca ulasan dari pembeli lain, dan melakukan pembelian secara *online*. *Marketplace* juga menyediakan berbagai fitur dan layanan tambahan, seperti sistem pembayaran yang aman, dukungan pembeli (konsumen), pengiriman dan logistik, serta penanganan masalah pengembalian barang. *Marketplace* juga dapat menyediakan fitur promosi dan iklan untuk membantu penjual meningkatkan visibilitas dan penjualan produk mereka. Contoh *marketplace* Shopee, dan Lazada. *Marketplace* telah menjadi model bisnis yang sukses dalam industri *e-commerce* karena memberikan keuntungan bagi penjual dengan meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas, sementara bagi pembeli, *marketplace* menyediakan kemudahan dalam mencari dan membeli produk dengan harga yang kompetitif.

3.3 Jenis-Jenis dan Contoh Produk *Marketplace*

Marketplace sebagai suatu *platform digital* yang memungkinkan penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli produk secara elektronik.

Terdapat beberapa macam jenis *marketplace*, antara lain: ¹⁵

1. ***Marketplace Horizontal***

Marketplace Horizontal adalah *marketplace* yang dapat memperjual-belikan beberapa jenis produk yang masih saling berkaitan satu dengan yang lainnya. Umumnya, horizontal *marketplace* dapat menampilkan dirinya sebagai toko serba ada sehingga mampu mengangkat kenyamanan sebagai *selling pointnya*. Contohnya pada sebuah *marketplace* yang dapat menjual produk komputer dan asesorisnya. Didalam media *marketplace* tersebut tidak hanya menjual berbagai merek komputer tetapi juga *marketplace* tersebut menjual asesoris pendukung, *sparepart* komputer dan lain-lain

¹⁵ Dosen Ekonomi, "Marketplace Adalah", Diakses pada tanggal 20 November 2023 Pukul 12.05 WIB., <https://sarjana.ekonomi.co.id/marketplace/>.

2. **Marketplace Vertikal**

Marketplace Vertikal adalah sebuah media *marketplace* yang dapat memperjual-belikan satu jenis produk yang didapatkan dari berbagai sumber. Dengan kata lain, produk yang dijual berasal dari banyak *supplier* namun jenis produknya harus satu jenis. Contohnya sebuah *marketplace* yang hanya menjual produk mobil dari yang bekas hingga mobil baru.

3. **Marketplace Global**

Marketplace global adalah sebuah media *marketplace* yang dapat memperjual-belikan beragam jenis produk yang berbeda dan didapatkan dari banyak sumber. Barang yang dijual tidak harus berhubungan satu dengan lainnya. Contohnya Bukalapak, Tokopedia, Shoppe dan OLX.

4. **Marketplace Konsinyasi** : *Marketplace* konsinyasi adalah jenis *marketplace* dimana penjual hanya menyerahkan hal-hal penting kepada *marketplace* seperti detail produk dan informasi lainnya kepada pihak *marketplace*. Jenis *marketplace* ini berperan sebagai perantara antara penjual dan pembeli. Penjual hanya perlu menyediakan produk dan informasi produk ke *marketplace*, sedangkan *marketplace* bertanggung jawab atas penjualan, pengiriman barang, dan pengelolaan toko. Contoh *marketplace* konsinyasi di Indonesia antara lain Zalora dan Berrybenka. Selain itu terdapat juga beberapa *marketplace* terbesar di Indonesia, seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee, Lazada, JD.ID, dan Orami. Masing-masing *marketplace* memiliki keunikan dan kelebihan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan bisnis.

5. **Marketplace Murni** : *Marketplace* murni adalah *marketplace* yang hanya berfungsi sebagai penyedia tempat bagi penjual untuk mempromosikan produknya sekaligus memberikan fasilitas pembayaran. Jenis *marketplace* ini menyediakan fasilitas berjualan, pembayaran, dan transaksi. Penjual memiliki kebebasan dalam mengelola toko mereka, seperti mengatur tampilan, mengategorikan produk dan memilih jasa pengiriman. Contoh: *marketplace* murni yang populer di Indonesia adalah Tokopedia, Bukalapak, Shopee, Amazon, Blibli dan Elevenia.

Marketplace merupakan salah satu *platform* yang dapat membantu pebisnis khususnya pebisnis UKM untuk menjangkau target pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan mereka. Perusahaan *marketplace* adalah menyediakan *platform* bertemunya penjual dan pembeli, di mana pembeli bisa melihat produk apa saja yang dijual, lalu perusahaan *marketplace* mengambil keuntungan melalui komisi dari setiap penjualan. *Platform* dalam *marketplace* adalah bisa berbentuk

website maupun aplikasi. Semua operasional *marketplace*, termasuk pengelolaan *website* hingga metode pembayaran difasilitasi oleh perusahaan penyedia *marketplace*.¹⁶ Layaknya model bisnis, *marketplace* juga terdiri dari berbagai macam jenis. Tiap-tiap jenis memiliki ciri khas dan manfaatnya masing-masing, tinggal disesuaikan dengan produk yang dijual dan tujuan bisnis. Dari masing-masing jenis *marketplace* tersebut, cara dan strategi penjualan di tiap *platform* juga berbeda-beda.

Selain dari jenis *marketplace* tersebut di atas, berikut beberapa jenis *marketplace* yang dapat pilih sebagai *platform* untuk berjualan serta hal-hal yang bisa dipertimbangkan sebelum berjualan di *marketplace*, yang terdiri dari:¹⁷

1. ***Business to Business (B2B)***

Marketplace B2B merupakan *platform* yang memungkinkan terjadinya penjualan antara pelaku bisnis yang satu dengan yang lainnya. Jadi konsumen dari bisnis B2B biasanya sebuah kelompok atau organisasi dan bukan perorangan. Misalnya jika seseorang menjual peralatan kantor. Artinya, konsumennya bukan individu tetapi perusahaan-perusahaan yang baru mempunyai kantor sendiri atau pindah kantor. Contoh lainnya adalah apabila menjual material dasar yang dibutuhkan perusahaan lain, misalnya menjual kain kepada perusahaan manufaktur baju. Apabila menjalankan bisnis model seperti di atas, terdapat beberapa *marketplace* B2B yang bisa dimanfaatkan untuk berjualan di antaranya Mbiz dan Ralali.com. Karena dalam bisnis B2B klien merupakan bisnis lain, maka reputasi menjadi sangat penting.

Berikan pelayanan yang baik agar bisa meyakinkan mereka untuk berbisnis dengan dalam jangka panjang dan membangun hubungan baik dengan mereka. Semakin banyak *feedback* dan *review* positif pada lapakmu di *marketplace*, maka calon klien pun akan semakin yakin. Berikan pilihan pembayaran yang efisien dan praktis, misalnya melalui bank transfer dan kartu kredit dengan cicilan 0%.

¹⁶ Muhammad Idris, "Apa Itu Marketplace dan Bedanya dengan Toko Online Maupun E-Commerce", Diakses pada tanggal 29 Juli 2023 Pukul 08.35 WIB., <https://money.kompas.com/>

¹⁷ Sirclo, "Kenali Jenis-Jenis Marketpplace untuk Meningkatkan Penjualan di 2020," Diakses pada tanggal 2 Juni 2020 Pukul 16.35 WIB., <https://www.Sirclo.com/>.

3. *Business to Consumer (B2C)*

Berbeda dengan B2B, dalam model bisnis *business to consumer* (B2C) pebisnis menjual produk atau jasanya langsung kepada individu atau konsumen akhir. Pada dasarnya bisnis B2C sama seperti toko ritel yang menjual produk eceran. Bedanya, penjualan lewat *web* jualan *online* maupun *marketplace* lebih fleksibel dan dinamis.

Pada *marketplace* B2C, logistik dan pengiriman barang dikendalikan oleh *marketplace* dan bukan penjual. Oleh karena itu, *marketplace* B2C memiliki gudang sendiri dan proses untuk menjadi *seller*-nya pun biasanya lebih rumit. Keuntungannya, tidak perlu repot mengurus *packing* dan pengiriman. Contoh *marketplace* B2B adalah Lazada dan Zalora. Apabila memiliki *website* toko *online* sendiri, itu juga merupakan contoh dari B2C.

Karena proses transaksi pada dasarnya ditangani oleh *marketplace*, bisa lebih fokus untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk yang kamu jual. Selain itu, rata-rata *marketplace* B2C juga menawarkan fitur promosi baik di *website* toko *online*-nya maupun media sosial yang bisa kamu manfaatkan untuk mengoptimalkan penjualan.

4. *Consumer to Consumer (C2C)*

Salah satu jenis *marketplace* yang paling umum adalah C2C, dimana bisa bertransaksi sebagai penjual maupun pembeli dengan konsumen lainnya. Artinya, *marketplace* hanya berfungsi sebagai penengah untuk proses transaksi antara penjual dan pembeli. Contoh dari *marketplace* C2C adalah Tokopedia dan Lazada.

Namun, saat ini terjadi peleburan antara *marketplace* B2C dan C2C dimana sejumlah *marketplace* menyediakan pilihan kepada penjual apakah ingin sepenuhnya menangani penjualan sendiri ataupun dibantu oleh *marketplace*. Salah satu contohnya adalah Tokopedia lewat fitur Toko Cabang.

Agar penjualan di *marketplace* C2C bisa maksimal, pastikan penjual memiliki profil dan deskripsi toko maupun produk yang jelas serta foto produk yang berkualitas. Selain itu, berikan juga respons yang cepat dan ramah kepada calon pembeli, sehingga reputasi lapak bagus. Konsumen juga bisa mempromosikan lapakmu di media sosial.

5. *Consumer to Business (C2B)*

Kebalikan dari 2BC, dalam model bisnis C2B konsumen atau individu yang menyediakan produk atau jasanya kepada perusahaan. Biasanya *platform* C2B kebanyakan menawarkan jasa dibandingkan produk. Contoh dari *platform* C2B adalah situs *freelancer* seperti *Sribulancer* atau *istockphoto.com* yang merupakan *platform* fotografer untuk menjual foto-foto mereka. Untuk bisa sukses berbisnis melalui *platform* C2B, pastikan telah memiliki portofolio yang *update* dan benar-benar menunjukkan keahlianmu sehingga bisnis yang sedang mencari jasa bisa yakin dengan dengan hasil kerja kamu. Bangun komunikasi yang baik dengan klien mulai dari detail pekerjaan, durasi, hingga *budget*. Penuhi *deadline* yang sudah disepakati agar reputasimu baik.

5. *Online to Offline (O2O)*

Marketplace O2O merupakan *platform* yang menggunakan saluran *online* maupun *offline*. Misalnya, konsumen bisa memesan barang secara *online* tetapi juga bisa mengecek barang tersebut secara langsung di toko *offline* atau mengambil barangnya di toko setelah memesan secara *offline*. Melalui model ini, pebisnis UMKM menjadi semakin mudah untuk melebarkan jangkauannya dengan lebih efisien.

Sejumlah *marketplace* B2C dan C2C pun telah merambah ke model O2O ini. Contohnya JD.id lewat toko fisiknya JD.id X Mart di PIK Avenue dan Blibli lewat Blibli Instore. Contoh *platform* O2O lainnya adalah MatahariMall dan Alfacart dimana konsumen bisa memesan barang secara *online* kemudian mengambilnya di toko terdekat.

Karena berjualan secara *online* maupun *offline*, usahakan untuk menggunakan foto produk yang asli sehingga pembeli pun tahu betul tampilan dari produk yang mereka pesan dan tidak merasa kecewa saat menerima barang tersebut.

Adapun contoh produk *Marketplace*, yaitu:

- **Lazada Indonesia**

Lazada Indonesia adalah salah satu situs belanja *online* yang dapat menawarkan berbagai macam jenis produk, mulai dari mainan anak, elektronik, buku dan perlengkapan bayi, alat kesehatan dan produk kecantikan, peralatan rumah tangga, serta perlengkapan *traveling* dan olahraga.

- **Blibli.com**
Blibli.com adalah salah satu situs *web* yang memperdagangkan elektronik di Indonesia. Blibli juga termasuk produk pertama PT Global Digital Niaga yang merupakan anak dari perusahaan Djarum di bidang digital yang didirikan pada tahun 2010.
- **Shopee**
Shopee adalah salah satu *platform* perdagangan elektronik yang berkerja pada pusat di Singapura di bawah SEA Group (sebelumnya dikenal sebagai Garena), yang didirikan pada 2009 oleh Forrest Li.
- **Buka Lapak**
Bukalapak adalah salah satu pusat perbelanjaan *daring (online marketplace)* di Indonesia yang biasanya dikenal juga dengan jaringan toko (*daring*) yang dapat dimiliki dan dijalankan oleh PT. Bukalapak.
- **Tokopedia**
Tokopedia adalah salah satu perusahaan teknologi Indonesia dengan misi mencapai pemerataan ekonomi secara digital.

3.4 Tujuan *Marketplace*

Tujuan dari *marketplace* adalah sebagai tempat berkumpulnya toko-toko *online* untuk menjual produknya dengan mudah kepada pelanggan. Penjual dapat memasang produk yang dijual, baik berupa foto atau video, lalu selanjutnya mereka hanya perlu menunggu dan melayani pembeli dari wilayah manapun.

3.5 Kelebihan dan Kekurangan Berjualan di *Marketplace*

Marketplace sebagai sebuah *platform* digital perdagangan *online*, selain memiliki kelebihan juga terdapat kekurangan, yaitu sebagai berikut:¹⁸

¹⁸ *Ibid.*

1. Kelebihan *Marketplace*

Adapun kelebihan *marketplace*, yaitu:

- Potensi *market* jauh lebih besar dan luas
- Lebih dapat meyakinkan pembeli
- Tidak memerlukan strategi pemasaran
- Tidak perlu lagi mengeluarkan biaya yang lebih untuk dapat menjual maupun membeli barang
- Situs *marketplace* pengelolaannya jauh lebih mudah
- Sistem telah tersedia

Adapun kelebihan lain dari *marketplace*, yaitu: ¹⁹

- Jangkauan yang lebih luas
- Memiliki banyak relasi antarpedagang
- Merupakan tempat berkumpulnya para pembeli
- Ongkir gratis
- Promosi tidak dipungut biaya
- Dapat bertukar informasi & strategi

2. Kekurangan *Marketplace*

Adapun kekurangan *marketplace*, yaitu:

- *Brand awareness* yang lemah
- *Feature* pencarian yang tidak tertarget
- Persaingan yang ketat
- Kontrol *marketplace* yang lemah
- Pasar Terbatas

Dengan menjajakan produk atau jasa melalui *marketplace*, konsumen bisa menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, konsumen pun juga dimudahkan untuk berjualan dengan banyaknya fitur yang bisa membantu proses transaksi antara kamu dan pembeli. Biaya yang dibutuhkan untuk membuat lapak di *marketplace* juga relatif murah atau bahkan tanpa biaya.

Di sisi lain, di *marketplace* ada begitu banyak penjual lainnya. Artinya, kamu harus bisa bersaing dengan mereka mulai dari harga, kualitas,

¹⁹ Dosen Ekonomi, *loc. cit.*

reputasi, pelayanan dan sebagainya. Selain itu, fitur pencariannya juga tidak bisa dipastikan akan selalu mengarah ke produk yang kamu jual ataupun lapak *online* konsumen. Oleh karena itu, sebaiknya k tetap memiliki *website* toko *online* sebagai *platform* utama untuk berjualan. Dengan memiliki *web* jualan *online*, penjual memiliki *platform* sendiri untuk menjual produk dan membagikan konten-konten yang berhubungan dengan *brand* penjual. Penjual bisa membuat *website* toko *online* dengan menggunakan jasa pembuatan *website ecommerce*. Sementara untuk mengelola lapak toko *online*-mu di beberapa *marketplace*, penjual bisa memanfaatkan layanan manajemen *multichannel e-commerce* untuk memudahkan memantau penjualan di tiap *platform* untuk mengembangkan bisnis.

B. Perlindungan Konsumen Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace*

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Penjelasan mengenai perlindungan konsumen yang ditemukan di dalam berbagai literatur dan dikemukakan oleh para pakar atau ahli hukum. Menurut Mochtar Kusumaatmadja, definisi perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas serta kaidah-kaidah hukum yang mengatur mengenai hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu dengan yang lain, dan berkaitan dengan barang atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup manusia.²⁰

²⁰ Mochtar Kusumaatmadja, *Asas dan Perlindungan Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika, 2009): 89.

Menurut Az Nasution mendefinisikan perlindungan konsumen merupakan upaya penting untuk menjamin adanya kepastian hukum yang melindungi konsumen, karena kedudukan konsumen cenderung menjadi sasaran itikad buruk dari pelaku usaha. Az. Nasution berpendapat bahwa hukum perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen, sedangkan hukum konsumen adalah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang atau jasa konsumen. Hukum perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia memiliki dasar hukum yang telah ditetapkan oleh pemerintah.²¹

Selain itu terdapat juga pengertian perlindungan konsumen menurut Sidobalok yang mendefinisikan perlindungan konsumen adalah keseluruhan peraturan dan hukum yang mengatur hak dan kewajiban konsumen dan produsen yang timbul dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dan mengatur upaya-upaya untuk menjamin terwujudnya perlindungan hukum terhadap kepentingan konsumen.²²

Menurut *Business English Dictionary* mendefinisikan perlindungan konsumen adalah *protecting consumers against unfair or illegal traders*.²³ Sementara itu *Black's Law Dictionar* mendefinisikan *a statute that safe guards consumers in the use good and services*.²⁴ Perlindungan Konsumen

²¹ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar* (Jakarta: Diadit Media, 2001).

²² Janus Sidabolok, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Bandung: . PT Citra Aditya Bakti, 2014): 39.

²³ Peter Colin, *Business English Dictionary* (London, Linguaphone, 2006): 61.

²⁴ Bryan A. Garner, *Black's Law Dictionary, Eight Edition*, St. Paul Minnesota (St. Paul Minnesota, 2004): 335.

adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya sendiri terhadap permasalahan-permasalahan yang merugikan konsumen itu sendiri. Tujuan hukum adalah untuk mewujudkan keadilan, Adam Smith melahirkan ajaran mengenai keadilan (*justice*) yang menyatakan *the end of the justice source from the injury*.²⁵ Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengertian perlindungan adalah hal memperlindungi atau memproteksi, sedangkan konsumen adalah pemakai barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan, dan sebagainya), penerima pesan iklan dan pemakai jasa.²⁶

Dengan demikian perlindungan konsumen menurut perlindungan konsumen menurut KBBI adalah melindungi atau memproteksi terhadap pemakai barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan, dan sebagainya), penerima pesan iklan dan pemakai jasa. Dari Wikipedia Bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas Perlindungan konsumen adalah perangkat hukum yang diciptakan untuk melindungi dan terpenuhinya hak konsumen. Sebagai contoh, para penjual diwajibkan menunjukkan tanda harga sebagai tanda pemberitahuan kepada konsumen. Hak konsumen mencakup hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan atau jasa, hak untuk memilih jasa serta mendapatkan barang dan atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, dan hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian, apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak

²⁵ Zulham, *op. cit.*, hlm. 54.

²⁶ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*.

sebagaimana mestinya.²⁷

Dilihat secara yuridis, pengertian perlindungan konsumen terdapat dalam UUPK, yaitu “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen”.²⁸ Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas yang meliputi perlindungan konsumen dalam memperoleh barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga ke akibat-akibat dari pemakaian barang dan jasa tersebut. Perlindungan konsumen merupakan gerakan yang relatif baru di Indonesia dibandingkan dengan di negara lain.

Selanjutnya berdasarkan Pasal 1 Poin 4 Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 6/POJK.07/2022 Tanggal 14 April 2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan mendefinisikan Perlindungan Konsumen dan Masyarakat sebagai upaya untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman atas produk dan/atau layanan Penyelenggaran Usaha Jasa Keuangan (PUJK) yang akan digunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen dan/atau masyarakat dan upaya memberikan kepastian hukum untuk dan / atau masyarakat, dan upaya memberikan kepastian hukum untuk melindungi konsumen dalam pemenuhan hak dan kewajiban konsumen di sektor jasa keuangan.

²⁷ Wikipedia Ensiklopedia Bebas, “Perlindungan Konsumen”, Diakses pada tanggal 13 Maret 2023 Pukul 21.30 WIB., <https://www.id.wikipedia.org/>.

²⁸ Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 3 Tahun 2023 tentang Perlindungan Konsumen Bank Indonesia terkait sistem pembayaran, maka yang dimaksud dengan Pelindungan Konsumen Bank Indonesia yang selanjutnya disebut Perlindungan Konsumen adalah “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan pelindungan kepada Konsumen terkait sistem pembayaran”.²⁹ Dimana Sistem Pembayaran adalah suatu sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga, mekanisme, infrastruktur, sumber dana untuk pembayaran dan akses ke sumber dana untuk pembayaran, yang digunakan untuk melaksanakan pemindahan dana guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi. Penyedia Jasa Pembayaran adalah bank atau lembaga selain bank yang menyediakan jasa untuk memfasilitasi transaksi pembayaran kepada pengguna jasa. Dalam transaksi *e-commerce*, konsumen melakukan pembayaran dengan menggunakan akses ke sumber dana untuk pembayaran berupa instrumen yang meliputi meliputi, seperti dengan mempergunakan jasa. Dalam transaksi *e-commerce*, konsumen melakukan pembayaran dengan menggunakan akses ke sumber dana untuk pembayaran berupa instrumen yang meliputi meliputi, seperti dengan mempergunakan:

- Uang elektronik
- Perintah transfer;
- Alat pembayaran menggunakan kartu atau bentuk virtual yang memiliki karakteristik seperti alat pembayaran menggunakan kartu; dll.

²⁹ Pasal 1 Butir 3 Peraturan Bank Indonesia Nomor 3 Tahun 2023 tentang Perlindungan Konsumen Bank Indonesia. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

Pada proses transaksi *online* mempunyai karakteristik yang khas, dimana media yang digunakan adalah internet, sehingga antara pelaku usaha dengan konsumen tidak bertemu secara langsung. Kondisi tersebut di satu sisi sangat menguntungkan konsumen, karena konsumen mempunyai banyak pilihan untuk mendapatkan barang yang dibeli tetapi di sisi lain pelanggaran terhadap hak-hak konsumen sangat riskan terjadi, untuk itu diperlukan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *online*.³⁰ Rumusan pengertian perlindungan konsumen sesuai ketentuan tersebut di atas cukup memadai. Kalimat yang menyatakan “Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum”, diharapkan sebagai benteng untuk meniadakan tindakan sewenang-wenang yang merugikan pelaku usaha hanya demi untuk kepentingan perlindungan konsumen.³¹ pelaku usaha hanya demi untuk kepentingan perlindungan konsumen.³²

Dengan demikian dari pengertian tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas serta kaidah-kaidah hukum yang mengatur mengenai hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu dengan yang lain dan berkaitan dengan barang atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup manusia. Sebagai upaya penting untuk menjamin adanya kepastian hukum yang melindungi konsumen, karena kedudukan konsumen cenderung menjadi sasaran itikad buruk dari pelaku usaha, karena

³⁰ Jamaluddin Mukhtar, dkk., “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Online”, *Jurnal Serambi Hukum* 08, no. 02 (2015): 91–102.

³¹ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2007): 308.

³² *Ibid.*

konsumen kadang berada dalam posisi yang lemah. Perlindungan konsumen adalah keseluruhan peraturan dan hukum yang mengatur hak dan kewajiban konsumen dan produsen yang timbul dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dan mengatur upaya-upaya untuk menjamin terwujudnya perlindungan hukum terhadap kepentingan konsumen perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas meliputi perlindungan konsumen dalam memperoleh barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga ke akibat-akibat dari pemakaian barang dan jasa tersebut. Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri. Dalam bidang hukum istilah ini masih relatif baru khususnya di Indonesia sedangkan di negara maju, hal ini mulai dibicarakan bersamaan dengan berkembangnya industri dan teknologi.

2. Hukum Perlindungan Konsumen

Hukum Perlindungan Konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk konsumen antara penyedia dan penggunaannya dalam bermasyarakat. Hukum perlindungan konsumen adalah serangkaian hukum dan regulasi yang bertujuan untuk melindungi hak dan kepentingan konsumen dalam transaksi jual beli barang dan jasa. Menurut Prof. Dr. Mochtar Kusumaatmadja, hukum konsumen adalah: keseluruhan

asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk barang dan / atau jasa, antara penyedia dan penggunaannya, dalam kehidupan bermasyarakat.³³

Dasar Hukum Perlindungan Konsumen pada hakekatnya, terdapat 2 (dua) instrumen hukum penting yang menjadi landasan kebijakan perlindungan konsumen di Indonesia, yakni:

- Pertama, Undang-Undang Dasar 1945 yang selanjutnya disebut dengan UUD 1945, sebagai sumber dari segala sumber hukum di Indonesia, mengamanatkan bahwa pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan masyarakat adil dan makmur. Tujuan pembangunan nasional diwujudkan melalui sistem pembangunan ekonomi yang demokratis sehingga mampu menumbuhkan dan mengembangkan dunia yang memproduksi barang dan jasa yang layak dikonsumsi oleh masyarakat.
- Kedua, UUPK. Lahirnya Undang-undang ini memberikan harapan bagi masyarakat Indonesia, untuk memperoleh perlindungan atas kerugian yang diderita atas transaksi suatu barang dan jasa. UUPK menjamin adanya kepastian hukum bagi konsumen.

Batasan hukum perlindungan konsumen, sebagai bagian khusus dari hukum konsumen, dan dengan penggambaran masalah yang telah diberikan di muka, adalah “keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk konsumen antara penyedia dan penggunaannya, dalam kehidupan bermasyarakat”.³⁴ Jadi pada umumnya, hukum umum yang berlaku dapat pula merupakan hukum konsumen, sedang bagian-bagian tertentu yang mengandung sifat-sifat membatasi, mengatur syarat-syarat tertentu perilaku kegiatan usaha dan atau melindungi

³³ Sayap Bening, “Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen”, Diakses tanggal 24 April 2021 Pukul 09.11 WIB., <https://www.bantuanhukum-sbm.com/>.

³⁴ *Ibid.*

kepentingan konsumen, merupakan hukum perlindungan konsumen. Kegiatan perlindungan konsumen, seperti halnya juga pengaturan perilaku persaingan tidak wajar, monopoli atau oligopoli dari pengusaha, diakui berfungsi sebagai dorongan efisiensi dalam kegiatan usaha dan kesejahteraan masyarakat. Karena itu seharusnya upaya perlindungan konsumen mendapat porsi yang seimbang dengan perlindungan pada pengusaha yang jujur dan beritikad baik serta pencegaham berbagai perilaku kegiatan usaha yang menimbulkan dampak negatif terhadap kesejahteraan masyarakat. Purba dalam menguraikan konsep hubungan pelaku usaha dan konsumen mengemukakan bahwa kunci pokok perlindungan hukum bagi konsumen adalah bahwa konsumen dan pelaku usaha saling membutuhkan. Produksi tidak ada artinya kalau tidak ada yang mengkonsumsinya dan produk yang dikonsumsi secara aman dan memuaskan, pada gilirannya akan merupakan promosi gratis bagi pelaku usaha.

3. Asas, Prinsip dan Tujuan Hukum Perlindungan Konsumen

3.1 Asas Perlindungan Konsumen

Asas Perlindungan konsumen adalah asas-asas yang dirancang untuk melindungi hak-hak dan kepentingan konsumen dalam transaksi jual beli atau penggunaan produk dan layanan. Menurut Pasal 2 UUPK mengatur bahwa asas perlindungan konsumen yang relevan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagai usaha bersama dalam pembangunan nasional berdasarkan pada :

- 1. Asas manfaat,** merupakan segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

2. **Asas keadilan**, dimaksudkan agar seluruh rakyat Indonesia agar dapat berpartisipasi secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
3. **Asas keseimbangan**, dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual.

- **Pengertian Asas Keseimbangan**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata keseimbangan mengandung makna :

- a. Keadaan seimbang, sama berat atau sama kuat, setimpal, sebanding;
- b. keadaan yang terjadi apabila semua gaya dan kecenderungan yang ada tepat diimbangi atau dinetralkan oleh gaya dan kecenderungan yang sama, tetapi berlawanan.³⁵

Menurut pendapat para ahli diantaranya Herlien Budiono mendefinisikan Asas Keseimbangan lebih kepada tuntutan etis dalam melakukan perjanjian. Janji para pihak hanya akan dianggap mengikat sepanjang adanya keseimbangan hubungan antara kepentingan perseorangan dan kepentingan umum, atau adanya keseimbangan antara kedua belah pihak sebagaimana diharapkan. Oleh karena itu

³⁵ W.J.S. Purwadarminta, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007): 263.

apabila terjadi sebaliknya yaitu kondisi yang tidak layak dan tidak nalar, berarti telah terjadi ketidakseimbangan karena tidak sesuai dengan bayangan yang diharapkan.³⁶ Menurut Ilhami Bisri mengartikan Asas Keseimbangan dalam Hukum Perdata. Dimana berdasarkan asas keseimbangan dapat dimunculkan kriteria atau norma kontrak dengan kualifikasi bahwa semua kontrak dilakukan secara terbuka. Dengan demikian asas keseimbangan mendapat daya dukung dari asas keterbukaan agar dapat dikatakan sebagai berkeadilan.³⁷

Perlindungan hukum bagi konsumen pada dasarnya merupakan perlindungan terhadap hak-hak konsumen. Dengan demikian terdapat 3 (tiga) hak dasar dalam melindungi konsumen, yaitu:³⁸

1. Hak untuk mencegah konsumen dari kerugian, baik dari kerugian personal dan kerugian harta kekayaan;
2. Hak untuk memperoleh barang dan/atau jasa dengan harga wajar; dan
3. Hak untuk memperoleh penyelesaian yang patut terhadap permasalahan yang dihadapi.

Dari hak dasar tersebut, jika konsumen benar-benar akan dilindungi, maka hak konsumen harus dipenuhi oleh Negara maupun oleh pelaku usaha, karena pemenuhan hak tersebut akan melindungi konsumen dari kerugian berbagai aspek.³⁹

³⁶ Herlien Budiono, *Asas Keseimbangan bagi Hukum Perjanjian Indonesia: Hukum Perjanjian Berlandaskan Asas-asas Wigati Indonesia*, Cetakan Ke-1 (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2006): 304-307.

³⁷ Ilhami Bisri, *Sistem Hukum Indonesia: Prinsip-Prinsip dan Implementasi Hukum di Indonesia*, Cetakan Ke-2 (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014): 124-134.

³⁸ Abdul Halim Barkatullah, *Framework Sistem Perlindungan Hukum bagi Konsumen di Indonesia* (Bandung: Nusa Media, 2016): 15.

³⁹ *Ibid.*

Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa asas keseimbangan menyeimbangkan antara hak dan kewajiban yang diwujudkan secara nyata dalam bentuk norma-norma baik hukum maupun non hukum.

- **Penerapan Asas Kepastian Hukum dalam Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace***

Penerapan asas keseimbangan dalam perlindungan hukum pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* mencakup beberapa prinsip utama yang bertujuan untuk melindungi para pihak, baik itu, konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Berikut adalah beberapa aspek penting dari penerapan asas keseimbangan dalam konteks ini:⁴⁰

1. Peran *Marketplace* yang berfungsi sebagai perantara antara penjual dan konsumen dalam transaksi *online*. Mereka memiliki peran penting dalam memberikan perlindungan konsumen dengan menyediakan sarana untuk pengaduan konsumen, sehingga konsumen dapat memilih penjual yang dapat dipercaya dan terhindar dari penjual nakal. *Marketplace* juga dapat membuat kebijakan terhadap penjual untuk tidak menawarkan barang dagangan yang dilarang oleh UUPK di *platform* mereka.
2. Tanggung Jawab Pelaku Usaha menurut UUPK, pelaku usaha, termasuk *marketplace*, memiliki tanggung jawab terhadap konsumen. Hal ini mencakup perlindungan konsumen sebelum dan setelah menggunakan produk. *Marketplace*, sebagai pelaku usaha, bertanggung jawab untuk memastikan bahwa transaksi yang terjadi di *platform* mereka mematuhi hukum dan perlindungan konsumen.

⁴⁰ Hendra Adi Saputra, "Peran *Marketplace* dalam Memberikan Perlindungan Terhadap Konsumen Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen", *Jurnal Ganec Swara* 17, no. 4 (2023): 2200.

1. Pasal-Pasal UUPK, diantaranya Pasal 6 sampai dengan Pasal 27 UUPK menjelaskan tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen. *Marketplace* harus memastikan bahwa semua transaksi yang terjadi di *platform* mereka mematuhi ketentuan ini, termasuk perlindungan konsumen dari penipuan, penjualan produk yang tidak sesuai dengan deskripsi, dan penyediaan informasi yang akurat tentang produk.
2. Perlindungan konsumen dalam transaksi *online* mencakup perlindungan terhadap konsumen sebelum dan setelah menggunakan produk. *Marketplace* harus memastikan bahwa konsumen dilindungi dari segala bentuk penipuan dan transaksi yang tidak adil. Hal ini mencakup memberikan informasi yang akurat tentang produk, memastikan kualitas produk, dan memberikan sarana untuk konsumen untuk mengadukan keluhan atau klaim.

Dengan memahami dan menerapkan asas keseimbangan dalam perlindungan hukum pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, *marketplace* dapat memastikan bahwa transaksi yang terjadi di *platform* mereka adil dan transparan, dengan melindungi hak konsumen dan penjual secara bersamaan.

- **Asas keamanan dan keselamatan konsumen** untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
- **Asas kepastian hukum**, agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen serta negara menjamin kepastian hukum:

- **Pengertian Asas Kepastian Hukum**

Asas Kepastian Hukum sebagai suatu prinsip hukum yang mendasari bahwa setiap orang harus memiliki keyakinan yang

cukup mengenai apa yang dapat atau tidak dapat dilakukan dalam situasi tertentu, dan bahwa hukum harus jelas dan dapat dipahami oleh semua orang. Banyak ahli yang mendefinisikan mengenai Asas Kepastian Hukum, diantaranya, yaitu menurut LJ Van Apeldoorn, kepastian hukum mempunyai 2 (dua) segi. Pertama, mengenai soal dapat dibentuknya (*bepaalbaarheid*) hukum dalam hal-hal yang konkret. Artinya pihak-pihak yang mencari keadilan ingin mengetahui hukum dalam hal yang khusus sebelum memulai perkara. Kedua, kepastian hukum berarti keamanan hukum. Artinya perlindungan bagi para pihak terhadap kesewenangan hakim.⁴¹ Sedangkan menurut Utrecht kepastian hukum mengandung 2 (dua) pengertian yaitu : pertama adanya aturan yang bersifat umum membuat individu mengetahui perbuatan apa yang boleh atau tidak boleh dilakukan dan kedua berupa keamanan hukum bagi individu dari kesewenangan pemerintah karena dengan adanya aturan yang bersifat umum itu individu dapat mengetahui apa saja yang boleh dibebankan atau dilakukan oleh negara terhadap individu.⁴² Sifat umum dari aturan-aturan hukum membuktikan bahwa hukum tidak bertujuan untuk mewujudkan keadilan atau kemanfaatan, melainkan semata-mata untuk kepastian hukum.

⁴¹ L.J. Van Aveloorn dalam Shidarta, *Moralitas Profesi Hukum Suatu Tawaran Kerangka Berfikir* (Bandung, PT Revika Aditama, 2006): 82-83.

⁴² E. Utrecht, *Pengantar dalam Hukum Indonesia, Cetakan Keenam* (Jakarta, Penerbit Balai Buku Ichtiar, 1959): 134-137.

Selain itu Sudikno Mertokusumo mendefinisikan kepastian hukum merupakan sebuah jaminan bahwa hukum tersebut harus dijalankan dengan cara yang baik. Kepastian hukum menghendaki adanya upaya pengaturan hukum dalam perundang-undangan yang dibuat oleh pihak yang berwenang dan berwibawa, sehingga aturan-aturan itu memiliki aspek yuridis yang dapat menjamin adanya kepastian bahwa hukum berfungsi sebagai suatu peraturan yang harus ditaati.⁴³ Demi terwujudnya kepastian hukum dalam mewujudkan keamanan bertransaksi melalui internet. Dimana internet merupakan media yang paling efektif saat ini.⁴⁴ Hal ini tentunya dalam rangka keamanan dalam bertransaksi menggunakan media *platform marketplace* dan secara yuridis terkait pula dengan jaminan kepastian hukum dalam rangka terwujudnya keadilan dalam bertransaksi di dalam masyarakat.

Menurut Yusuf Shofie sebagaimana yang dikutip oleh Rhey A. Karinda, maka yang dimaksud dengan Asas kepastian hukum agar, baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum. Artinya, undang-undang ini mengharapkan bahwa aturan-aturan tentang hak dan kewajiban yang terkandung di dalam undangundang ini harus diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari, sehingga

⁴³ Zainal Asikin, *Pengantar Tata Hukum Indonesia* (Jakarta: Rajawali Press, 2012): 30.

⁴⁴ Yapiter Marp, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Keabsahan Kontrak Elektronik dalam Transaksi E-Commerce* (Tasikmalaya: PT Zona Media Mandiri, 2010): 1.

masing-masing pihak memperoleh keadilan.⁴⁵ Sedangkan menurut Puteri Asyifa Octavia Apandy, dkk. mengartikan asas kepastian hukum sebagai sebuah pemberian kepastian hukum bagi produsen maupun konsumen dalam mematuhi dan menjalankan peraturan hukum dengan apa yang menjadi hak dan kewajibannya. Hal ini dilakukan tanpa membebankan tanggung jawab kepada salah satu pihak, serta negara menjamin kepastian hukum.⁴⁶

Asas Kepastian Hukum merupakan salah satu asas dari Hukum Perdata. Asas kepastian hukum atau disebut juga dengan *asas pacta sunt servanda* merupakan asas yang berhubungan dengan akibat perjanjian. Asas *pacta sunt servanda* merupakan asas bahwa hakim atau pihak ketiga harus menghormati substansi kontrak yang dibuat oleh para pihak, sebagaimana layaknya sebuah undang-undang. Mereka tidak boleh melakukan intervensi terhadap substansi kontrak yang dibuat oleh para pihak. Asas *pacta sunt servanda* dapat disimpulkan dalam Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdata. Dimana terjadinya suatu perjanjian bila ada kesepakatan antar pihak yang melakukannya dan dikuatkan dengan sumpah. Dalam perkembangan selanjutnya asas *pacta sunt servanda* diberi arti sebagai *pactum* yang berarti sepakat yang tidak perlu dikuatkan dengan sumpah dan tindakan formalitas lainnya. Sedangkan istilah *nudus pactum* sudah cukup dengan kata sepakat

⁴⁵ Rhey A. Karinda, dkk., "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Bisnis Pembiayaan Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999," *Jurnal Lex Privatum* VIII, no. 04 (Okt-Des 2020): 49.

⁴⁶ Puteri Asyifa Octavia Apandy, dkk., "Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli," *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 03, no. 01 (Juli 2021): 16.

saja.⁴⁷ *Asas Pacta Sunt Servanda* sebagai salah satu asas Hukum Perdata dalam hal perjanjian. Muhammad Syaifuddin mengemukakan bahwa salah satu kebebasan yang dimaksud dalam asas kebebasan berkontrak yaitu kebebasan untuk menentukan bentuk suatu kontrak. Berdasarkan hal tersebut, maka perjanjian dapat dilakukan baik secara tertulis atau secara lisan.⁴⁸

- **Penerapan Asas Kepastian Hukum dalam Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace***

Dalam hubungannya dengan perlindungan hukum terhadap konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berdasarkan Asas Kepastian Hukum dalam transaksi jual beli, maka yang dimaksud dengan Hukum dalam transaksi jual beli, maka yang dimaksud dengan pengertian dari Asas Kepastian Hukum di sini adalah prinsip hukum yang menjamin bahwa hukum harus jelas, pasti dan dapat dipahami oleh semua pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Prinsip ini mencakup menjamin bahwa hukum harus jelas, pasti dan dapat dipahami oleh semua pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Prinsip ini mencakup beberapa aspek, termasuk kejelasan mengenai hak dan kewajiban setiap pihak, serta sanksi yang akan diterapkan jika terjadi pelanggaran.

⁴⁷ Moch Syarifuddin, "Asas-Asas Hukum Perdata", Diakses pada tanggal 6 Mei 2023 Pukul 08.45 WIB, <https://academia.edu/>

⁴⁸ Muhammad Syaifuddin, *Hukum Kontrak Memahami Kontrak Dalam Perspektif Filsafat, Teori Dogmatik, Dan Praktik Hukum (seri Pengayaan Hukum Perikatan)* (Bandung: CV. Mandar Maju, November 2012): 1.

Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, asas kepastian hukum menjadi sangat penting karena sifatnya yang berbasis teknologi dan seringkali melintasi batas wilayah dan yurisdiksi. Dalam hal ini, asas kepastian hukum memastikan bahwa undang-undang dan regulasi yang berlaku dalam suatu negara dapat diterapkan secara efektif dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

Asas kepastian hukum memegang peranan penting dalam mitigasi risiko yang seimbang pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Dalam hal ini, penting bagi konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* untuk memahami dan mematuhi peraturan dan regulasi yang berlaku dan menerapkan asas kepastian hukum dalam perlindungan konsumen dan *marketplace*. Dengan adanya asas kepastian hukum, konsumen, pelaku usaha dan para pengguna *marketplace* akan mendapatkan perlindungan yang cukup dalam melindungi hak-hak dan kewajiban mereka.

Dengan menerapkan asas kepastian hukum dalam perlindungan *marketplace* pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Dalam hal ini, penting bagi konsumen, diharapkan dapat tercipta lingkungan bisnis *online* yang aman, adil dan sehat, dimana para pengguna *marketplace* dapat melakukan transaksi jual beli dengan tenang dan nyaman tanpa khawatir terkena tindakan melanggar hukum atau penipuan.

- **Kaitan antara Asas Kepastian Hukum dengan Aturan Jual Beli melalui *Platform Marketplace***

Sesuai dengan Penjelasan UUPK, mendefinisikan Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.⁴⁹ Dalam perlindungan konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, asas kepastian hukum berarti bahwa konsumen harus memiliki keyakinan yang cukup bahwa hak-hak mereka akan dilindungi oleh hukum, dan bahwa aturan-aturan yang mengatur transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, harus jelas dan mudah dipahami oleh semua orang yang terlibat dalam transaksi tersebut. Tujuan asas kepastian hukum dalam perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* adalah untuk menciptakan lingkungan yang adil dan teratur bagi konsumen dalam melakukan transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. UUPK mendefinisikan hak dan kewajiban konsumen dalam bertransaksi. Undang-undang ini memberikan perlindungan kepada konsumen dari penyalahgunaan oleh penjual dan produsen termasuk

⁴⁹ Penjelasan Pasal 2 Butir 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

penyalahgunaan dalam harga, kualitas produk dan informasi. Dalam konteks jual beli melalui *platform marketplace*, ini berarti bahwa konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang jelas dan akurat tentang produk yang mereka beli, dan mereka memiliki hak untuk mendapatkan pengembalian atau penggantian jika produk tidak sesuai dengan deskripsi atau tidak diterima dalam keadaan yang baik. Asas kepastian hukum dalam konteks perlindungan konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, berarti bahwa konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang jelas dan akurat tentang produk yang mereka beli, mereka memiliki hak untuk mendapatkan pengembalian atau penggantian jika produk tidak sesuai dengan deskripsi atau tidak diterima dalam keadaan yang baik, dan mereka memiliki hak untuk mengontrol informasi pribadi mereka.

Dilihat dari UU ITE mendefinisikan perlindungan hukum dan tindakan yang dapat diambil terhadap pihak yang melakukan transaksi elektronik. Ini termasuk perlindungan terhadap konsumen, penjual, dan penyedia layanan, dan mencakup isu-isu seperti privasi data, keamanan transaksi, dan penggunaan teknologi. Misalnya, UU ITE mengatur "transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak".⁵⁰ Selanjutnya UU ITE juga mengatur bahwa "setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan

⁵⁰ Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024. Lembaran Negara RI Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 4843 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Lembaran Negara RI Tahun 2024 Nomor 1, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6905). Sekretariat Negara. Jakarta.

berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik".⁵¹ Perbuatan sebagaimana dijelaskan di dalam UU ITE diancam dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1 miliar. Asas kepastian hukum dalam konteks perlindungan konsumen transaksi jual beli melalui *platform marketplace* berarti konsumen juga memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan hukum jika mereka menjadi korban penyalahgunaan dalam transaksi elektronik.

Penerapan Asas Kepastian Hukum dikaitkan dengan Undang-Undang Perdagangan, dimana undang-undang ini mencakup berbagai aspek perdagangan, termasuk penjualan, pemasaran, dan distribusi. Dalam konteks transaksi jual beli melalui *platform marketplace* undang-undang ini dapat berlaku terhadap penjual yang melakukan perdagangan secara *online*, termasuk penjualan produk secara langsung kepada konsumen atau melalui *platform marketplace*.

Selain itu dikaitkan dengan UU PDP, dimana undang-undang ini mendefinisikan perlindungan hukum terhadap pengumpulan, penggunaan dan penyebaran data pribadi. UU PDP mengatur bahwa orang perorangan termasuk yang melakukan kegiatan bisnis atau transaksi jual beli melalui

⁵¹ Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024. Lembaran Negara RI Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 4843 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Lembaran Negara RI Tahun 2024 Nomor 1, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6905. Sekretariat Negara. Jakarta.

platform marketplace di rumah dapat dikategorikan sebagai pengendali data pribadi. Dalam konteks transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, ini berarti bahwa konsumen memiliki hak untuk mengontrol informasi pribadi mereka, dan penjual dan produsen harus menghormati privasi konsumen. Dengan demikian, asas kepastian hukum dalam konteks perlindungan konsumen transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, berarti bahwa konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang jelas dan akurat tentang produk yang mereka beli, mereka memiliki hak untuk mendapatkan pengembalian atau penggantian jika produk tidak sesuai dengan deskripsi atau tidak diterima dalam keadaan yang baik, dan mereka memiliki hak untuk mengontrol informasi pribadi mereka.

Berikut adalah beberapa asas dan prinsip perlindungan konsumen yang umum:⁵²

1. **Asas Keadilan:** Prinsip ini menekankan pentingnya perlakuan yang adil dan setara terhadap semua konsumen, tanpa diskriminasi berdasarkan kelamin, usia, ras, agama, atau faktor lainnya. Konsumen memiliki hak yang sama untuk mendapatkan produk dan layanan yang berkualitas dan aman.
2. **Asas Kebebasan Memilih:** Konsumen memiliki hak untuk memilih produk atau layanan yang mereka inginkan, tanpa adanya tekanan atau manipulasi dari pihak penjual. Prinsip ini juga mencakup hak konsumen untuk membandingkan harga, kualitas, dan fitur produk sebelum membuat keputusan pembelian.
3. **Asas Informasi:** Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang jelas, akurat, dan lengkap tentang produk atau layanan yang mereka beli. Prinsip ini mencakup kewajiban pihak penjual untuk memberikan informasi mengenai harga, komposisi, manfaat, risiko dan syarat-syarat penggunaan produk atau layanan.

⁵² Anis Mashdurohatun, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teori dan Praktek)* (Semarang, Unissula Press 2019): 27-30.

4. **Asas Keamanan:** Konsumen memiliki hak untuk menggunakan produk atau layanan tanpa menghadapi risiko yang tidak perlu terhadap keselamatan dan kesehatan mereka. Prinsip ini mencakup perlindungan terhadap produk yang cacat atau berbahaya, serta perlindungan terhadap praktik bisnis yang merugikan konsumen.
5. **Asas Ganti Rugi:** Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan ganti rugi atau kompensasi jika mereka mengalami kerugian akibat dari produk atau layanan yang cacat, penipuan, atau pelanggaran hak-hak konsumen lainnya. Prinsip ini mencakup perlindungan hukum dan mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif bagi konsumen.

3.2 Prinsip Perlindungan Konsumen

Prinsip Perlindungan Konsumen menurut UUPK adalah prinsip-prinsip yang dirancang Prinsip perlindungan konsumen adalah seperangkat aturan dan kebijakan yang bertujuan untuk melindungi hak-hak dan kepentingan konsumen dalam transaksi jual beli barang dan jasa. Prinsip ini didasarkan pada prinsip-prinsip berikut: ⁵³

1. **Keadilan:** Prinsip keadilan menekankan perlunya perlakuan yang adil dan setara terhadap semua konsumen. Konsumen memiliki hak yang sama untuk mendapatkan produk atau layanan yang berkualitas, informasi yang jujur dan transparan, serta perlindungan dari praktik bisnis yang merugikan.
2. **Keselamatan:** Prinsip keselamatan menekankan pentingnya melindungi konsumen dari produk atau layanan yang berbahaya atau tidak aman. Konsumen memiliki hak untuk menggunakan produk atau layanan tanpa membahayakan kesehatan atau keselamatan mereka. Pemerintah dan produsen bertanggung jawab untuk memastikan bahwa produk atau layanan yang disediakan memenuhi standar keselamatan yang ditetapkan.

⁵³ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

3. **Informasi:** Prinsip informasi menekankan pentingnya memberikan informasi yang jujur, akurat, dan lengkap kepada konsumen. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang memadai tentang produk atau layanan yang mereka beli, termasuk informasi tentang harga, kualitas, manfaat, risiko, dan hak-hak mereka sebagai konsumen. Informasi ini memungkinkan konsumen untuk membuat keputusan yang cerdas dan informasi tentang hak-hak mereka sebagai konsumen.
4. **Privasi:** Prinsip privasi menekankan pentingnya melindungi privasi dan kerahasiaan konsumen. Konsumen memiliki hak untuk menjaga kerahasiaan informasi pribadi mereka dan untuk menentukan bagaimana informasi tersebut digunakan. Penyedia layanan harus menjaga kerahasiaan informasi konsumen dan hanya menggunakan informasi tersebut sesuai dengan persetujuan konsumen.
5. **Penyelesaian sengketa:** Prinsip penyelesaian sengketa menekankan pentingnya memiliki mekanisme yang efektif untuk menyelesaikan sengketa antara konsumen dan penyedia layanan. Konsumen memiliki hak untuk mengajukan keluhan dan mendapatkan kompensasi jika mereka merasa dirugikan. Mekanisme penyelesaian sengketa harus adil, transparan, dan efisien.

Sedangkan pada perlindungan konsumen di sektor keuangan menurut Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan menerapkan prinsip-prinsip, yaitu: ⁵⁴

- a. Edukasi yang memadai;
- b. Keterbukaan dan transparansi informasi;
- c. Perlakuan yang adil dan perilaku bisnis yang bertanggung jawab;
- d. Perlindungan aset, privasi, dan data konsumen;
- e. Prinsip penanganan pengaduan dan penyelesaian sengketa yang efektif dan efisien;
- f. Prinsip penegakan kepatuhan dan persaingan yang sehat.

Sesuai dengan PBI Nomor 3 Tahun 2023, Prinsip Perlindungan Konsumen dalam penyelenggaraan Sistem Pembayaran pada transaksi perdagangan

⁵⁴ Pasal 2 Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 4 Tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 7/OJK, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 32/OJK. Sekretariat Negara. Jakarta.

pada *platform marketplace*, penyelenggara dalam menyelenggarakan kegiatan usahanya wajib menerapkan Prinsip Perlindungan Konsumen yang meliputi, yaitu: ⁵⁵

- a. kesetaraan dan perlakuan yang adil;
- b. keterbukaan dan transparansi;
- c. edukasi dan literasi;
- d. perilaku bisnis yang bertanggung jawab;
- e. perlindungan aset Konsumen terhadap penyalahgunaan;
- f. perlindungan data dan/atau informasi Konsumen;
- g. penanganan dan penyelesaian pengaduan yang efektif; dan
- h. penegakan kepatuhan.

Penerapan prinsip tersebut dilaksanakan dengan memperhatikan bentuk produk dan/atau jasa penyelenggara.

Prinsip-prinsip perlindungan konsumen ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang adil dan seimbang antara konsumen dan penyedia layanan. Penerapan prinsip tersebut dilaksanakan dengan memperhatikan bentuk produk dan/atau jasa Penyelenggara.

Dengan adanya prinsip ini, diharapkan konsumen dapat memperoleh produk atau layanan yang berkualitas, aman, dan sesuai dengan harapan mereka, serta memiliki mekanisme untuk melindungi hak-hak mereka jika terjadi masalah atau sengketa. Prinsip-prinsip ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang adil dan seimbang antara konsumen dan pihak penjual, serta mendorong praktik bisnis yang bertanggung jawab dan transparan. Perlindungan konsumen juga dapat diatur oleh undang-undang dan regulasi yang berlaku di setiap negara.

⁵⁵ Pasal 7 ayat (1) Peraturan Bank Indonesia Nomor 3 Tahun 2023 tentang Perlindungan Konsumen Bank Indonesia. Lembaran Negara RI Nomor 13/BI, 2023, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 38/BI, 2023), Sekretariat Negara. Jakarta.

3.3 Tujuan Perlindungan Konsumen

Sesuai dengan Pasal 3 UUPK tujuan dari adanya perlindungan konsumen di Indonesia, yaitu untuk meningkatkan kesadaran, kemampuan dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen, menciptakan sistem perlindungan konsumen yang memberikan keamanan dan mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi, menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen, sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha dan juga untuk meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan dan keamanan serta keselamatan konsumen.⁵⁶ Dengan demikian tujuan perlindungan konsumen, yaitu:

- **Di sisi konsumen:**

Meningkatkan kesadaran, kemandirian, harkat dan martabat konsumen dalam menuntut haknya serta sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan transparansi.

- **Di sisi pelaku usaha:**

Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen, sehingga dapat meningkatkan kualitas barang dan jasa yang dapat menjamin kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.

⁵⁶ Denico Doly, "Upaya Penguatan Perlindungan Konsumen di Indonesia Terkait dengan Klausula Baku", *Jurnal Negara Hukum: Membangun Hukum untuk Keadilan dan Kesejahteraan* 3, no. 1 (2016): 41–58, <https://jurnal.dpr.go.id/index.php/hukum/article/view/223/164%0Ahttps://jurnal.dpr.go.id/index.php/hukum/article/view/223>.

Sedangkan perlindungan konsumen di sektor keuangan menurut Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan bertujuan : menciptakan ekosistem yang berkepastian hukum, penanganan pengaduan dan penyelesaian sengketa yang efektif dan efisien, menumbuhkan kesadaran PUSK mengenai perilaku bisnis yang bertanggung jawab, adil, melindungi aset, privasi dan data, sertameningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen serta meningkatkan pemberdayaan konsumen. Dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen di bidang sistem pembayaran sesuai dengan Peraturan Bank Indonesia Nomor 3 Tahun 2023 tentang Perlindungan Konsumen Bank Indonesia bertujuan untuk: ⁵⁷

- a. menciptakan ekosistem Pelindungan Konsumen yang mewujudkan kepastian hukum serta penanganan pengaduan dan penyelesaian sengketa yang efektif dan efisien;
- b. menumbuhkan kesadaran Penyelenggara mengenai perilaku bisnis yang bertanggung jawab, perlakuan yang adil, memberikan perlindungan aset, privasi, dan data Konsumen, serta meningkatkan kualitas produk dan/atau layanan Penyelenggara; dan
- c. meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian Konsumen mengenai produk dan/atau layanan Penyelenggara serta meningkatkan pemberdayaan Konsumen.

4. Klausula Baku dalam Transaksi Jual Beli melalui Platform Marketplace

Membahas mengenai klausula baku, terlebih dahulu perlu mengetahui pengertian mengenai perjanjian baku. Dimana pengertian perjanjian baku banyak diberikan oleh para ahli diantaranya, yaitu Mariam Darus

⁵⁷ Pasal 8 Peraturan Bank Indonesia Nomor 3 Tahun 2023 tentang Perlindungan Konsumen Bank Indonesia. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

Badruzaman mendefinisikan perjanjian standar atau baku sebagai perjanjian yang isinya dibakukan dan dituangkan dalam bentuk formulir.⁵⁸ Asser Rutten mengatakan pula bahwa setiap orang yang menandatangani perjanjian bertanggung jawab pada isi dan apa yang ditandatanganinya. Jika ada orang yang membubuhkan tanda tangan pada suatu formulir perjanjian baku atau standar, tanda tangan itu membangkitkan kepercayaan bahwa yang bertanda tangan mengetahui dan menghendaki isi formulir yang ditandatanganinya. Tidak mungkin seseorang menandatangani apa yang tidak diketahui isinya.⁵⁹

Selanjutnya Sutan Remi Sjahdeni mengartikan perjanjian standar atau baku sebagai perjanjian yang hampir seluruh klausul-klausulnya dibakukan oleh pemakainya dan pihak yang lain pada dasarnya tidak mempunyai peluang untuk merundingkan atau meminta perubahan.⁶⁰ Menurut Abdul Kadir Muhammad, istilah perjanjian baku dialihbahasakan dari istilah yang dikenal dalam bahasa Belanda, yaitu “*standart contract*”. Kata baku atau standar artinya tolak ukur yang dipakai sebagai patokan atau pedoman bagi setiap konsumen yang mengadakan hubungan hukum dengan pengusaha, yang dibakukan dalam perjanjian baku ialah meliputi model, rumusan dan ukuran.⁶¹ Ada juga yang

⁵⁸ Mariam Darus Badruzaman, *Pembentukan Hukum Nasional dan Permasalahannya*, (Bandung: Alumni, 1981): 49.

⁵⁹ Asser Rutten, dalam Purwahid Patri, *Asas Itikad Baik dan Keputusan dalam Perjanjian* (Semarang: Penerbit FH UNDIP, 1982): 3-6.

⁶⁰ Sultan Remy Sjahdeini, *Sejarah, Asas dan Teori Hukum Kepailitan : Memahami Undang-Undang Nomor 37 Tahun 2004 Tentang Kepailitan dan Penundaan Kewajiban Pembayaran* (Jakarta, Prenadamedia Group, 2018): 1.

⁶¹ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perikatan* (Bandung, PT Citra Aditya Bakti, 2006): 87.

menyebutkan bahwa kontrak standar atau *contract*". Kata baku atau standar artinya tolak ukur yang dipakai sebagai patokan atau pedoman bagi setiap konsumen yang mengadakan hubungan hukum dengan pengusaha, yang dibakukan dalam perjanjian baku ialah meliputi model, rumusan dan ukuran.⁶² Ada juga yang menyebutkan bahwa kontrak standar atau baku itu dikatakan perjanjian atau persetujuan yang dibuat oleh para pihak mengenai sesuatu hal yang telah ditentukan secara baku standar serta dituangkan secara tertulis.

Adapun dalam perjanjian baku terdapat 2 (dua) jenis klausula, yaitu :

1. Klausula baku

Dalam UUPK tentang Perlindungan Konsumen menggunakan istilah klausula baku sebagaimana yang telah diatur dalam UUPK. Pasal tersebut menyatakan bahwa "klausula baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen".⁶³ Walaupun pasal tersebut telah menekankan pada prosedur pembuatan klausul baku di dalam suatu perjanjian pada prosedur pembuatan pembuatan klausula baku didalam suatu perjanjian, akan tetapi tidak dapat dihindari bahwa prosedur pembuatan klausul baku tersebut ikut mempengaruhi isi

⁶² *Ibid.*

⁶³ Pasal 1 Angka 10 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Nomor 13/BI, 2023, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 38/BI, 2023), Sekretariat Negara. Jakarta.

perjanjian. Isi perjanjian sepenuhnya ditentukan secara sepihak oleh pelaku usaha dan konsumen hanya ditetapkan aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi. Jadi yang ditekankan pada klausula baku adalah prosedur pembuatannya yang bersifat sepihak, bukan mengenai isinya. Sebagai contoh Klausula pelaku usaha dilarang apabila:

- **Aspek Materiil:** menyatakan:
 - Pengalihan tanggung jawab pelaku usaha (*liability dumping*)
 - Berhak menolak retur uang konsumen
 - Pemberian kuasa konsumen untuk melakukan tindakan sepihak
 - Menyatakan tunduknya konsumen pada aturan baru, tambahan, lanjutan, dll.

- **Aspek Formil,** yaitu Klausula Baku
 - Letak atau bentuknya sulit dilihat, dibaca, atau pengungkapannya sulit dimengerti
 - Klausula Baku bila ada batal → dinyatakan demi hukum

Sesuai dengan perkembangan kebutuhan masyarakat, maka ciri-ciri perjanjian baku mengikuti dan menyesuaikan dengan perkembangan tuntutan masyarakat, yang antara lain adalah sebagai berikut: ⁶⁴

⁶⁴ H. Treitel, *loc. cit.*

- 1) Bentuk perjanjian tertulis;
- 2) Format perjanjian distandarsasikan;
- 3) Syarat-syarat perjanjian ditentukan oleh pengusaha;
- 4) Konsumen hanya mempunyai 2 (dua) pilihan yaitu menerima atau menolak;
- 5) Penyelesaian sengketa melalui musyawarah/Peradilan;
- 6) Perjanjian baku menguntungkan pengusaha.

2. Klausula Eksonerasi

Perjanjian baku merupakan perjanjian yang dibuat secara sepihak, sehingga terjadi nyaris tanpa ada negosiasi, maka klausula baku yang terkandung didalamnya cenderung berisi klausula eksonerasi atau klausula eksemsi (*exoneration clauses* atau *exemption clauses*). Istilah klausul baku beraneka ragam, ada yang menggunakan klausul eksemsi, *klausul eksenorasi*, *onredelijk bezwarend* (Belanda), *unreasonably* (Inggris), *exemption clause* (Inggris), *exculpatory clause* (Amerika). Mariam Darus Badruzaman menyatakan bahwa klausula eksonerasi adalah klausul yang berisi pembatasan pertanggung jawaban dari kreditur. Dimana klausula eksonerasi adalah klausula yang dicantumkan dalam suatu perjanjian dengan mana satu pihak menghindarkan diri untuk memenuhi kewajibannya.

Badruzaman menyatakan bahwa klausula eksonerasi adalah klausul yang berisi pembatasan pertanggung jawaban dari kreditur. Dimana klausula eksonerasi adalah klausula yang dicantumkan dalam suatu perjanjian dengan mana satu pihak menghindarkan diri untuk memenuhi kewajibannya membayar ganti rugi seluruhnya atau terbatas yang terjadi karena ingkar janji atau perbuatan melanggar hukum (Mariam Darus Badruzaman, 1994: 47).⁶⁵

⁶⁵ Mariam Darus Badruzaman, *Aneka Hukum Bisnis* (Bandung, Alumni, 1994): 47.

Sutan Remy Sjahdeini menyatakan bahwa klausul eksemsi adalah klausul yang bertujuan untuk membebaskan atau membatasi tanggung jawab salah satu pihak terhadap gugatan pihak lainnya dalam hal yang bersangkutan tidak atau tidak dengan semestinya melaksanakan kewajibannya yang ditentukan dalam perjanjian tersebut .⁶⁶

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Klausula eksemsi adalah klausula yang berisikan syarat-syarat yang menghapuskan atau membatasi tanggung jawab seseorang dalam melaksanakan perjanjian. Klausul eksemsi tidak sekedar mempersoalkan prosedur pembuatannya, melainkan juga isinya yang bersifat pengalihan kewajiban tanggung jawab pelaku usaha.

Adapun ciri-ciri klausula eksemsi, yaitu:⁶⁷

1. Isi perjanjian ditetapkan oleh pihak yang posisinya lebih kuat;
2. Pihak lemah pada umumnya tidak ikut menentukan isi perjanjian yang merupakan unsur aksidentalita dari perjanjian;
3. Terdorong oleh kebutuhannya, pihak lemah terpaksa menerima perjanjian tersebut;
4. Bentuknya tertulis;
5. Dipersiapkan terlebih dahulu secara massal atau individual.

Dalam transaksi perdagangan melalui *platform marketplace* dikenal perjanjian jual beli *online*, yaitu dalam bentuk Kontrak Elektronik, dimana sesuai dengan UU ITE adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui Sistem Elektronik. Dimana kontrak elektronik adalah sebuah perjanjian yang dilakukan secara elektronik antara 2 (dua) pihak atau lebih untuk melakukan transaksi atau

⁶⁶ Sutan Remy Sjahdeini, *Kebebasan Berkontrak dan Perlindungan yang Seimbang Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Kredit Bank Di Indonesia*, Institut Bank Indonesia, (Jakarta, Institut Bank Indonesia, 1993): 75.

⁶⁷ Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *loc. cit.*

pertukaran barang, jasa atau hak-hak lainnya.⁶⁸

Kontrak ini menggunakan teknologi informasi, seperti komputer, internet, atau media elektronik lainnya, untuk membuat, menyimpan, dan mengirimkan dokumen dan informasi terkait kontrak tersebut.⁶⁹

C. Transaksi *E-Commerce* di Era Digital

1. Pengertian Transaksi *E-Commerce*

Perjanjian jual beli secara *online* dalam transaksi *e-commerce* dikenal dengan istilah lain kontrak *online* atau transaksi *e-commerce* atau transaksi jual beli secara *online* atau perdagangan elektronik (*electronic commerce*). Namun terdapat perbedaan arti antara perdagangan elektronik dan transaksi elektronik dapat dilihat jelas dari ruang lingkungannya. Seperti yang telah dijelaskan sedikit di atas, ruang lingkup perdagangan elektronik ruang lingkungannya hanya sebatas perdagangan. Transaksi elektronik merupakan istilah yang digunakan untuk setiap perbuatan hukum yang dilakukan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Kehadiran teknologi yang berbasis komputer dan jaringan internet ini telah membuat pelaku usaha untuk melakukan jual beli dengan tanpa dibatasi ruang dan waktu. Dengan adanya *e-commerce* maka penjual dan pembeli tidak perlu untuk bertemu langsung secara tatap

⁶⁸ Pasal 1 Butir 17 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024. Lembaran Negara RI Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 4843 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Lembaran Negara RI Tahun 2024 Nomor 1, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6905). Sekretariat Negara. Jakarta.

⁶⁹ Wikipedia, "Kontrak Elektronik," Diakses pada tanggal 12 Juni 2023 Pukul 17.45 WIB., <https://www.id.wikipedia.org/>.

perlu untuk bertemu langsung secara tatap muka untuk melaksanakan transaksi.

Banyak pendapat para ahli yang mendefinisikan mengenai *e-commerce*. Berikut akan dipaparkan pengertian *e-commerce* menurut para ahli:

a. Menurut Kalakota dan Whinston mendefinisikan *e-commerce* adalah aktivitas belanja *online* dengan menggunakan jaringan internet serta cara. Transaksinya melalui transfer uang secara digital. Keduanya meninjau pengertian *e-commerce* dari 4 (empat) perspektif, yaitu:

1. Perspektif Komunikasi

E-Commerce adalah sebuah proses pengiriman barang, layanan, informasi, atau pembayaran melalui jaringan komputer ataupun peralatan elektronik lainnya.

2. Perspektif Proses Bisnis

E-Commerce adalah aplikasi dari sebuah teknologi menuju otomatisasi dari transaksi bisnis dan aliran kerja.

3. Perspektif Layanan

E-Commerce adalah alat yang dapat memenuhi keinginan perusahaan, manajemen, dan konsumen untuk mengurangi biaya layanan (*service cost*) ketika meningkatkan kualitas barang dan meningkatkan kecepatan layanan pengiriman.

4. Perspektif Online

E-Commerce menyediakan kemudahan untuk menjual dan membeli produk serta informasi melalui layanan internet maupun sarana *online* yang lainnya.

b. Menurut Loudon mendefinisikan *e-commerce* adalah suatu proses transaksi yang dilakukan oleh pembeli dan penjual dalam membeli dan menjual berbagai produk secara elektronik dari perusahaan ke perusahaan lain dengan menggunakan komputer sebagai perantara transaksi bisnis yang dilakukan.⁷⁰

⁷⁰ Kenneth C. Laudon dan Jane P. Laudon, Sistem Informasi Manajemen Mengelola Perusahaan Digital, Edisi 8 (Yogyakarta : Andi Offset, 2005): 65.

- c. Menurut Shely Cashman, *e-commerce* atau kependekan dari elektronik *commerce* (perdagangan secara *electronic*), merupakan transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik, seperti internet. Siapapun yang dapat mengakses komputer, memiliki sambungan ke internet dan memilikicara untuk membayar barang-barang atau jasa yang mereka beli, dapat berpartisipasi dalam *e-commerce*.⁷¹
- d. McLeod Pearson, mendefinisikan perdagangan elektronik atau yang disebut juga *e-commerce*, adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis. Pandangan populer dari *e-commerce* adalah penggunaan internet dan komputer dengan *browser Web* untuk membeli dan menjual produk.⁷²
- e. Menurut Jony Wong, *e-commerce* adalah proses jual beli dan memasarkan barang serta jasa melalui sistem elektronik, seperti radio, televisi dan jaringan komputer atau internet.⁷³
- f. Menurut Kotler & Amstrong, *e-commerce* adalah saluran *online* yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer, yang digunakan oleh pebisnis dalam melakukan aktifitas bisnisnya dan digunakan konsumen untuk mendapatkan informasi dengan menggunakan bantuan komputer yang dalam prosesnya diawali dengan memberi jasa informasi pada konsumen dalam penentuan pilihan.⁷⁴

⁷¹ Shelly, Cashman dan Vermaat, *Discovery Computers : Menjelajah Dunia Komputer Fundamental, Edisi 3* (Jakarta: . Salemba Infotek, 2007): 83.

⁷² McLeod Pearson, *Sistem Informasi Manajemen* (Jakarta: Salemba. 2008): 59.

⁷³ Jony Wong, *Internet Marketing for Beginners* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010): 33.

⁷⁴ Gary Amstrong & Philip Kotler. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan (Jakarta: Penerbit Prenhalindo, 2012): 33.

- g. Menurut Vermaat, *e-commerce* adalah transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik seperti internet. Dengan kata lain, siapapun yang memiliki jaringan internet dapat berpartisipasi dalam kegiatan *e-commerce*.⁷⁵
- g. Menurut Sidharta, *Elektronic commerce* atau yang umum dikenal sebagai *e-commerce* merupakan pembelian dan penjualan produk atau jasa melalui sistem elektronik seperti internet dan jaringan komputer lainnya. Istilah ini dapat mencakup seluruh proses *online*, seperti penjualan, pengiriman, pelayanan, pemasaran serta pembayaran.
- h. Menurut Triton, *e-commerce* adalah perdagangan elektronik dimana bentuk perdagangan membeli maupun menjual dilakukan melalui elektronik pada jaringan internet dengan mudah diakses dimanapun sehingga memberikan kemudahan kepada penggunanya.⁷⁶
- i. Pengertian *e-commerce* menurut Riswandi adalah satu set dinamis ekonomi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan / jasa dan informasi yang dilakukan secara elektronik.⁷⁷
- j. Angreni Gayatri Rawit, pengertian *e-commerce* merupakan aktivitas perdagangan (pembelian, penjualan, pemasaran) barang dan jasa melalui sistem elektronik / *online* dengan menggunakan jaringan elektronik, seperti internet, televisi, www.,

⁷⁵ M.E. Vermaat dan Shelly, Cashman, *Discovering computers :: Digital Technology, Data and Devices*. (Australia: Cengage Learning, 2018): 664.

⁷⁶ Triton, *Mengenal E-Commerce dan Bisnis di Dunia Cyber* (Yogyakarta: Argo Publisher, 2006): 16.

⁷⁷ Dedi Riswandi, "Transaksi On-Line (E-Commerce) : Peluang dan Tantangan dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Econetica Universitas Nahdlatul Ulama Nusa Tenggara Barat* 1, no. 1, p-ISSN : 2685-1016 (Mei 2019): 1.

\

- dimana transaksinya melalui transfer uang secara digital. *E-commerce* dapat melibatkan pertukaran data elektronik, sistem pengumpulan data otomatis, sistem manajemen inventori otomatis, hingga transfer dana secara elektronik.⁷⁸
- k. Menurut Muchlisin Riadi yang dimaksud dengan perdagangan elektronik atau *e-commerce* adalah suatu mekanisme dan proses bisnis secara elektronik, yang menghubungkan perusahaan, komunitas dan konsumen tertentu dalam menyediakan barang, jasa, pengambil alih hak, kontrak dan pembayaran melalui transaksi digital / elektronik. *E-commerce* mencakup distribusi, penjualan, pembelian, *marketing* dan service dari sebuah produk yang dilakukan dalam sebuah sistem elektronika seperti internet atau bentuk jaringan internet yang lain.⁷⁹
- l. Definisi *e-commerce* menurut Harmayani, dkk. adalah penyebaran, penjualan, pemasaran, pembelian barang atau jasa dengan sarana elektronik seperti jaringan komputer, televisi, www, dan jaringan internet lainnya. *E-commerce* juga melibatkan transfer dana elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, pertukaran data elektronik dan sistem pengumpulan data otomatis.⁸⁰

⁷⁸ Angreni, *loc. cit.*

⁷⁹ Muchlisin Riadi, "E-Commerce - Pengertian, Karakteristik, Jenis, Manfaat dan Permasalahan", Diakses pada tanggal 15 Januari 2022 Pukul 08.05 WIB., <https://Beranda/Informatika/Pemasaran>.

⁸⁰ Harmayani, dkk., *E-Commerce : Suatu Pengantar Bisnis Digital* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020): 2.

- m. Menurut Akbar & Alam, *e-commerce* merupakan pembelian, penjualan dan pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik. Seperti televisi, radio, dan komputer atau jaringan internet. Transaksi bisnis yang terjadi di jaringan elektronik seperti internet. Setiap orang yang memiliki koneksi internet dapat berpartisipasi dalam kegiatan *e-commerce*.⁸¹
- n. *Elektronic commerce* yang umum dikenal sebagai *e-commerce* merupakan pembelian dan penjualan produk atau jasa melalui sistem elektronik, seperti internet dan jaringan komputer.⁸²
- o. Pingkan Audrine mendefinisikan perdagangan elektronik atau *E-Commerce* adalah suatu mekanisme dan proses bisnis secara elektronik, yang menghubungkan perusahaan, komunitas dan konsumen tertentu dalam menyediakan barang, jasa, pengambil alih hak, kontrak dan pembayaran melalui transaksi digital/elektronik. *E-Commerce* mencakup distribusi, penjualan, pembelian, *marketing* dan *service* dari sebuah produk yang dilakukan dalam sebuah sistem elektronika seperti internet atau bentuk jaringan internet yang lain.⁸³
- p. Istilah kontrak *online* digunakan oleh Dekan Fakultas Hukum Universitas Indonesia dan Dosen bidang Hak Kekayaan Intelektual & Telematika, Edmon Makarim yang artinya sama dengan kontrak elektronik yaitu ikatan atau hubungan hukum yang dilakukan secara elektronik yang menggabungkan jaringan dari sistem informasi berbasis komputer dengan sistem.

⁸¹ Mohammad Adrin Akbar dan Sitti Nur Alam, *E-Commerce : Dasar Teori dalam Bisnis Digital* (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020): 49.

⁸² Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* (Jakarta: Grasindo, 2000): 9.

⁸³ Pingkan Audrine, "Transformasi Digital dan Urgensi Revisi UU Perlindungan Konsumen," Diakses pada tanggal 13 Februari 2022 Pukul 13.35 WIB., <https://cips-indonesia-org/post/opini>.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), jual beli adalah persetujuan saling mengikat antara penjual, yakni pihak yang menyerahkan barang dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual.⁸⁴ Menurut Rahmat Syafe'i, secara bahasa jual beli adalah pertukaran sesuatu dengan sesuatu yang lain.⁸⁵ Kata *Online* terdiri dari 2 (dua) kata, yaitu *On* (Inggris) yang berarti hidup atau di dalam dan *Line* (Inggris) yang berarti garis, lintasan, saluran atau jaringan. Secara bahasa *online* bisa diartikan “di dalam jaringan” atau dalam koneksi. *online* adalah keadaan terkoneksi dengan jaringan internet. Dalam keadaan *online*, kita dapat melakukan kegiatan secara aktif, sehingga dapat menjalin komunikasi, baik komunikasi satu arah seperti membaca berita dan artikel dalam *website* maupun komunikasi 2 (dua) arah seperti *chatting* dan saling berkiriman *e-mail*. *Online* bisa diartikan sebagai keadaan dimana sedang menggunakan jaringan, satu perangkat dengan perangkat lainnya saling terhubung, sehingga dapat saling berkomunikasi.

Selain pendapat para ahli dan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yang mendefinisikan mengenai *e-commerce* tersebut di atas, definisi *e-commerce* juga dapat ditemukan pada UU ITE jo. Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik mendefinisikan Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer dan/atau media

⁸⁴ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi IV (Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2008): 589.

⁸⁵ Rahmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Pustaka Setia, 2004): 73.

elektronik lainnya.⁸⁶ Transaksi jual beli secara elektronik merupakan salah satu perwujudan ketentuan di atas. Sekalipun terdapat berbagai definisi dari *electronic commerce*, tetapi pada dasarnya semua definisi memiliki kesamaan, yaitu:⁸⁷

1. Adanya penawaran melalui Internet;
2. Transaksi antara 2 (dua) belah pihak; (apabila terjadi kata sepakat);
3. Adanya pertukaran barang, jasa atau informasi;
4. Internet merupakan media utama dalam proses transaksi.

Pada dasarnya, jual beli secara *online* adalah salah satu media yang digunakan dalam melakukan transaksi jual beli. Namun, sifat dari transaksi tersebut adalah jual beli sehingga tetap merujuk pada aturan mengenai jual beli yang diatur dalam KUHPerdara. Dalam kontrak elektronik atas transaksi jual beli *online* atau bisnis *e-commerce*, penjual memiliki hak dan tanggung jawab masing-masing. Menurut seorang penulis buku dan dosen hukum ekonomi, Gunawan Widjaja, kewajiban penjual dalam transaksi jual beli adalah:

1. Menyerahkan hak milik atas barang yang diperjualbelikan.
2. Menanggung kenikmatan serta menanggung cacat tersembunyi.
3. Memberi informasi tentang barang dan atau jasa yang dijual secara benar, jujur, jelas, dan sebagainya.

⁸⁶ Pasal 1 Butir 2 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024. Lembaran Negara RI Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 4843 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Lembaran Negara RI Tahun 2024 Nomor 1, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6905. Sekretariat Negara. Jakarta. jo. Pasal 1 Butir 2 Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara RI Tahun 2019 Nomor 185, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6400. Sekretariat Negara. Jakarta.

⁸⁷ I Made Sara and I Wayan Jaya Utama, *Aspek Hukum Ekonomi dan Bisnis* (Sidoarjo: Indonesia Pustaka, 2020): 1-156.

Selain itu Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan jo. Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik diatur bahwa yang dimaksudkan dengan pengertian Perdagangan Melalui Sistem

Elektronik yang selanjutnya yang selanjutnya disingkat PMSE adalah perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik.⁸⁸

Dimana sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan tersebut dijelaskan bahwa yang dimaksudkan dengan Sistem Elektronik adalah serangkaian perangkat dan prosedur elektronik yang berfungsi mempersiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan dan /atau menyebarkan informasi elektronik.⁸⁹

Transaksi adalah kesepakatan antara penjual (pelaku usaha) dan pembeli (konsumen) yang dibuat secara elektronik melalui *platform e-commerce*. Kontrak ini mencakup informasi tentang produk atau layanan yang ditawarkan, harga, syarat dan ketentuan, dan informasi pengiriman. Dalam hal ini *e-commerce* memiliki konten yang melibatkan data/sistem/manajemen yang dijalankan secara otomatis. Industri ini akan melibatkan transaksi seperti transfer dana, pemasaran *online*, jual beli, dan lain sebagainya. *E-commerce* adalah bagian dari *e-business*, di mana cakupan *e-business* lebih luas, tidak hanya sekadar perniagaan tetapi mencakup juga pengolaborasian mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan dll.

Selain teknologi jaringan *www*, *e-commerce* juga memerlukan teknologi basis data atau pangkalan data (databases), *e-mail*, dan bentuk teknologi non-komputer yang lain seperti halnya sistem pengiriman barang, dan alat pembayaran untuk

⁸⁸ Pasal 1 Butir 24 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Lembaran Negara RI Tahun 2014 Nomor 45, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 5512 jo. Pasal 1 Butir 40 Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan. Lembaran Negara RI Tahun 2021 Nomor 39, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6641 dan Pasal 1 Butir 2 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik. Berita Negara RI Tahun 2020 Nomor 498. Sekretariat Negara. Jakarta.

⁸⁹ Pasal 1 Butir 3 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik. Berita Negara RI Tahun 2020 Nomor 498. Sekretariat Negara. Jakarta.

e-commerce ini. Dalam *e-commerce*, aktivitas penjualan, pemasaran, dan pembelian dilakukan semua menggunakan internet. Hampir setiap barang atau jasa bisa diperdagangkan lewat *e-commerce*, seperti *gadget*, tiket transportasi, desain dan sebagainya.⁹⁰ *E-commerce* juga melibatkan transfer informasi, produk, jasa atau pembayaran melalui jaringan elektronika sebagai media. Melalui media tersebut barang dan jasa yang bernilai ekonomi yang dirancang, dihasilkan, diiklankan, dikatalogkan, diinventarisasi, dibeli atau dikirimkan.⁹¹

Dengan mengacu pada beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa *electronic commerce (e-commerce)* merupakan suatu transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet. Jadi, proses pemesanan barang, pembayaran transaksi sampai dengan barang pengiriman dikomunikasikan melalui internet.⁹² Pada transaksi *e-commerce*, umumnya kerugian yang sering dialami oleh konsumen adalah tidak mendapatkan barang sesuai informasi yang diberikan oleh pelaku usaha sebelumnya, dan tidak sedikit konsumen memilih untuk pasrah dan tidak berusaha untuk memperjuangkan hak-haknya yang telah dirugikan oleh pihak pelaku usaha dalam transaksi elektronik.⁹³

E-commerce adalah perdagangan elektronik, sebuah sistem pemasaran barang atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik melalui internet termasuk dalam definisi ini jual beli melalui *platform marketplace*. Dimana dalam melakukan

⁹⁰ Zulfikar Hardiansyah, "Pengertian E-Commerce Beserta Jenis, Contoh dan Manfaatnya", Diakses pada tanggal 26 September 2022 Pukul 16.35 WIB., <https://Kompas.com/Tekno/e-Business>.

⁹¹ Muchlisin Riadi, "E-Commerce - Pengertian, Karakteristik, Jenis, Manfaat dan Permasalahan", Diakses pada tanggal 8 Januari 2022 Pukul 11.20 WIB., <https://Beranda/Informatika/Pemasaran>.

⁹² I Made Sara and I Wayan Jaya Utama, *loc. cit.*

⁹³ Sukarmi, Yudhi Tri Permono, "Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi Secara Online", *Jurnal Hukum Unissula* 35, no. 1 (2019): 93–94.

jual beli barang maupun jasa melalui media elektronik yang memberikan kemudahan transaksi baik untuk penjual dan pembeli. Dalam *e-commerce*, jual beli *online* adalah persetujuan saling mengikat melalui internet antara penjual sebagai pihak yang menjual barang dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual. Jual beli secara *online* menerapkan sistem jual beli di internet. Tidak ada kontak secara langsung antara penjual dan pembeli. Jual beli dilakukan melalui suatu jaringan yang terkoneksi dengan menggunakan *handphone*, komputer, tablet, dan lain-lain.⁹⁴

Adapun sejarah *e-commerce* di Indonesia bermula pada tahun 1994 dengan hadirnya IndoNet sebagai *Internet Service Provider (ISP)* komersial pertama, dimana kehadirannya menjadi pembuka kesempatan peluang pemanfaatan teknologi telekomunikasi dan informasi besar-besaran dalam segala bidang, termasuk perdagangan. Pada tahun 1996 dengan berdirinya *Dyviacom Intrabum* atau *D-Net* sebagai perintis transaksi *online* pertama di Indonesia. Pada saat itu, transaksi *online* banyak dilakukan melalui *mall online* yang disebut *D-Mall*.⁹⁵

Pada awalnya internet hanya digunakan sebagai media komunikasi dan perpanjangan promosi bukan sebagai *platform* tempat untuk melakukan transaksi. Dengan berjalannya waktu layanan internet digunakan sebagai etalase digital, dimana konsumen dapat melihat barang yang diinginkan, tetapi tidak untuk melakukan transaksi atau tawar-menawar, karena proses tawar-menawar dan pembayaran dilakukan manual seperti pada pasar.

⁹⁴ Gayatri Rawit Angreni, *op. cit.*, hlm. 12.

⁹⁵ *Ibid.*, hlm. 13.

Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi dan kemajuan zaman, bermunculan ide baru untuk memaksimalkan pemanfaatan teknologi layanan internet, begitu juga pada perdagangan yang beralih pada sistem *online* atau perdagangan elektronik dan komunikasi *virtual*. Pada saat ini banyak *marketplace* yang hadir meramalkan fenomena jual beli *online* ini dan keunggulan yang beragam diberikan oleh masing-masing *e-commerce*, mulai dari metode pembayaran yang cukup beragam seperti dengan debit atau kredit akan tetapi ini terbatas akan tetapi sekarang dapat menggunakan *smartphone* sendiri dan sekarang juga tidak sedikit *marketplace* yang menyediakan *e-wallet* sebagai sarana pengganti untuk pembayaran, selain itu interaksi antara pelanggan dan penjual juga dapat lebih mudah dengan *live chat* dan fitur menarik lainnya. Hal tersebut yang membuat *e-commerce* tersebut sangat diminati oleh masyarakat jaman sekarang, selain mudah gampang dan tidak memakan waktu lebih untuk melakukan transaksi jual beli seperti pada jual beli umumnya di pasar *offline*. Masyarakat juga dapat mengakses *marketplace* cukup menggunakan aplikasi yang tersedia pada perangkat seluler.

E-commerce adalah lahan baru industri perdagangan di era globalisasi ini. Industri *e-commerce* di Indonesia mulai menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. Eksistensi *e-commerce* di Indonesia sudah sangat terasa, sehingga ketat kompetisi untuk menjadi *top of mind* di mata masyarakat. *Associate of High Tech, Property and Consumer Industry of MarkPlus Inc.* Irfan Setiawan, mengatakan bahwa beberapa merek atau *brand e-commerce*

saat ini sudah masuk usia matang. Menurut Kepala Badan Pusat Statistik (BPS) Suhariyanto mengatakan bahwa *e-commerce Indonesia* akan terus tumbuh sekitar 17% dalam 10 tahun terakhir dengan total sekitar 26,2 juta usaha. Perkembangan *e-commerce* di Indonesia sendiri sudah ada sejak tahun 1994. *E-commerce* pertama di Indonesia adalah *Internet Service Provider (ISP)* komersial pertama di Indonesia, yaitu Indosat Indonesia menjadi salah satu negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tertinggi di dunia karena makin banyaknya pelaku usaha yang mengembangkan usahanya ke arah digital dalam beberapa tahun belakangan. Tingginya pertumbuhan *e-commerce* juga dilatarbelakangi oleh penggunaan internet di Indonesia yang terus bertambah.⁹⁶

2. Kelebihan dan Kekurangan Transaksi *E-Commerce*

2.1 Kelebihan Transaksi *E-Commerce*

Transaksi *e-commerce* memiliki beberapa kelebihan bagi konsumen, antara lain :⁹⁷

1. Praktis dan Efisien

Konsumen hanya membutuhkan *smartphone* untuk mulai bertransaksi. Selain praktis, *online shop* juga menawarkan efisiensi waktu yang sangat cepat. Hanya dengan beberapa menit pun, konsumen sudah bisa melakukan transaksi dan tinggal menunggu barangnya dikirim sampai ke rumah, sehingga memudahkan transaksi jual beli. Memudahkan dalam berkomunikasi antara konsumen dan pelaku usaha.

⁹⁶ Tips Keuangan, "Kelebihan dan Kekurangan Belanja Online," Diakses pada tanggal 28 Juli 2024 Pukul 15.48 WIB., <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/>.

⁹⁷ Liputan6.com, "E-Commerce Adalah Perdagangan Elektronik, Pengertian Menurut Ahli dan Contohnya di Indonesia," Diakses pada tanggal 31 Januari 2021 Pukul 13.15 WIB., <https://www.liputan6.com/>.

2. Pilihan yang Bervariasi dan bisa disesuaikan dengan gaya hidup bahkan isi kantong konsumen. Kemudahan dalam mendapatkan barang yang diinginkan, merupakan salah satu fitur yang diberikan pada aplikasi belanja *online*. Selain itu, Konsumen juga bisa lebih mudah mendapatkan barang yang murah/ terjangkau dan kualitas barang yang baik dengan membandingkan barang yang sama dari beberapa situs *online shop*.

3. Banyak promo/diskon dan *cashback*.

Banyak aplikasi belanja *online* yang menyediakan promo/ diskon dan bahkan *cashback*. Strategi *marketing* seperti ini terbukti ampuh untuk menarik minat pelanggan terhadap suatu *brand*.

4. Sistem Pembayaran Lebih Mudah

Sistem pembayaran yang mudah menjadi kelebihan belanja *online* yang disukai pelanggan. Mulai dari transfer ke beberapa rekening bank, menggunakan *credit card*, *payment voucher* dan sebagainya.

Selain kelebihan tersebut di atas, kelebihan lain transaksi *e-commerce* bagi konsumen, yaitu: ⁹⁸

1. Dapat meningkatkan *market exposure* (pangsa pasar). Transaksi *online* yang membuat semua orang di seluruh dunia dapat memesan dan membeli produk yang dijual hanya dengan melalui media komputer dan tidak terbatas jarak dan waktu.
2. Melebarkan jangkauan (*global reach*)/*global marketplace* dapat akses untuk menjangkau *pasar ke* berbagai negara. Transaksi *online* yang dapat diakses oleh semua orang di dunia tidak terbatas tempat dan waktu bisa melakukan transaksi selama 24 jam karena semua orang dapat mengaksesnya hanya dengan menggunakan media perantara komputer.
3. Konsumen lebih mudah mendapatkan referensi dan informasi tentang produk yang akan di beli.
4. Meningkatkan *customer loyalty*. Ini disebabkan karena sistem transaksi *e-commerce* menyediakan informasi secara lengkap dan informasi tersebut dapat diakses setiap waktu selain itu dalam hal pembelian juga dapat dilakukan setiap waktu bahkan konsumen dapat memilih sendiri produk yang dia inginkan. Konsumen dapat melakukan berbagai pertimbangan antar satu produk di toko A dan toko lainnya untuk mencapai keputusan pembelian. Baik dalam melihat kualitas ataupun harga terbaik.
5. Proses pembayaran menjadi lebih mudah dan cepat.

⁹⁸ Muchlisin Riadi, *loc. cit.*

Dari kelebihan *e-commerce* tersebut di atas, *e-commerce* juga memiliki banyak kelebihan tidak hanya bagi konsumen tetapi juga bagi pelaku usaha.

Kelebihan *e-commerce* bagi pelaku usaha, yakni: ⁹⁹

- a. Tidak perlu toko, untuk menjual barang atau jasa secara *online*, pelaku usaha tidak perlu membangun atau menyewa toko fisik.
- b. Dapat mengurangi biaya sewa dan biaya tenaga kerja penjaga toko. Selain itu, pelaku usaha juga tidak perlu mengeluarkan biaya listrik, air, dan biaya perawatan untuk toko. Cukup memiliki tempat atau gudang untuk menyimpan barang, dan kantor kecil untuk keperluan administrasi. Hal inilah yang menjadi alasan kenapa barang atau jasa yang dijual secara *online* di *electronic commerce* sering kali memiliki harga yang lebih murah daripada toko *offline*. Memangkas biaya pemasaran dan biaya tempat usaha. Menurunkan biaya operasional (*operating cost*). Transaksi *e-commerce* adalah transaksi yang sebagian besar operasionalnya diprogram di dalam komputer, sehingga biaya-biaya seperti *showroom*, beban gaji yang berlebihan, dan lain-lain tidak perlu terjadi. ¹⁰⁰
- c. Mudah berkembang. Menjual barang di *e-commerce* artinya kamu memiliki kesempatan untuk mengembangkan bisnismu melalui *platform electronic commerce* yang pelaku usaha pilih. Dapat menjangkau target *market* yang lebih luas.

2.2 Kekurangan Transaksi *E-Commerce*:

Selain dari beberapa manfaat tersebut di atas, transaksi *online* (*e-commerce*) juga memiliki kekurangan, walaupun meskipun transaksi *on-line* (*e-commerce*) merupakan sistem yang menguntungkan karena dapat mengurangi biaya transaksi bisnis dan dapat memperbaiki kualitas pelayanan kepada pelanggan, namun sistem *e-commerce* beserta infrastruktur pendukungnya mudah sekali disalah-gunakan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab dan juga bisa terkena kesalahan-kesalahan

⁹⁹ Khairina F. Hidayati, "E-Commerce: Definisi, Jenis, Contoh, Kelebihan dan Kekurangannya", Diakses pada tanggal 27 April 2024 Pukul 17.06 WIB., <https://glints.com/id/>.

¹⁰⁰ Muchlisin Riadi, *loc. cit.*

kesalahan yang mungkin timbul melalui berbagai cara. Kerusakan hebat bisa terjadi pada semua elemen yang berkaitan dengan sistem ini, baik itu dalam sistem perdagangan komersial, *institusi financial*, *service provider*, bahkan konsumen sekalipun. Harus diakui bahwa sesuatu yang dibuat manusia itu memang tidak ada yang sempurna.¹⁰¹

Dari segi pandangan bisnis, penyalah-gunaan dan kegagalan sistem (kelemahan sistem) yang terjadi, terdiri atas:¹⁰²

1. Kehilangan segi finansial secara langsung karena kecurangan. Seorang penipu yang berasal dari dalam ataupun dari luar, yang mentransfer sejumlah uang dari rekening yang satu ke rekening yang lainnya, atau dia telah menghancurkan/mengganti semua data *financial* yang ada.
2. Pencurian informasi rahasia yang berharga.
3. Kehilangan kesempatan bisnis karena gangguan pelayanan. Kesalahan ini bersifat kesalahan non teknis, seperti aliran listrik tiba-tiba padam, atau jenis-jenis gangguan yang tak terduga lainnya.
4. Penggunaan akses ke sumber oleh pihak yang tidak berhak dan menggunakan hal itu untuk kepentingan pribadi. Misalnya, seorang *hacker* yang berhasil membobol sebuah sistem perbankan. Setelah itu dia memindahkan sejumlah rekening orang lain ke dalam rekeningnya sendiri.
5. Kehilangan kepercayaan dari para konsumen. Kepercayaan konsumen terhadap sebuah perusahaan/ lembaga/ institusi tertentu, dapat hilang karena berbagai macam faktor, seperti gangguan terhadap transaksi bisnis, yang disebabkan oleh gangguan dari luar yang dilakukan dengan sengaja, ketidakjujuran, praktik bisnis yang tidak benar, kesalahan faktor manusia, kesalahan sistem elektronik. Hal ini dapat mengakibatkan kerugian akibat kesalahan-kesalahan fatal yang dilakukan oleh perusahaan itu. Hal ini dikarenakan konsumen tidak bisa langsung melihat barang.
6. Kerugian-kerugian yang tidak terduga. Gangguan terhadap transaksi bisnis, yang disebabkan oleh gangguan dari luar yang dilakukan dengan sengaja, ketidakjujuran, praktik bisnis yang tidak benar, kesalahan faktor manusia, kesalahan sistem elektronik, mengakibatkan kerugian.

¹⁰¹ Anastasia Diana, *Mengenal E-Business* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2001): 57-58.

¹⁰² *Ibid.*

Selain itu, kelemahan *e-commerce*, yaitu : Kekurangan yang dialami oleh pada pelaku usaha: ¹⁰³

- a. Persaingan harga yang tidak sehat antar pedagang karena kemudahan informasi, sehingga menimbulkan adanya fenomena penjiplakan atau peniruan ide dan terjadi perang harga antar pedagang.
- b. Keamanan sistem yang terkadang diserang oleh orang yang tidak bertanggung jawab.
- c. Gangguan sistem yang sewaktu-waktu ada.
- d. Kerusakan barang saat perjalanan yang mengakibatkan produsen harus mengganti, karena jika tidak penilaian toko akan buruk.

Kekurangan yang dialami oleh konsumen :

- Penipuan oleh oknum yang berpura-pura menjual barang. Kerusakan barang disaat pengiriman.
- Risiko bocornya privasi atau data pribadi pengguna, karena dalam mengakses internet untuk memakai *e-commerce* dibutuhkan beberapa validasi data pribadi untuk masuk dan menggunakan aplikasi tersebut.
- Waktu perjalanan barang sampai ke tangan pembeli tergantung jasa kirim, jadi tidak dapat dipastikan kapan.

Terhadap kelemahan-kelemahan tersebut jika dikaitkan dengan isu keamanan sistem dan kebocoran data pribadi, maka dapat terlebih dahulu dapat dilihat dari kontrak digital antara pelaku usaha dan *marketplace*. Dimana *marketplace* selaku pihak yang memfasilitasi *platform* perdagangan *online*. Jika memang terbukti terdapat kelemahan pada *platform* sistem penyelenggaraan perdagangan *online* tersebut, maka *marketplace* yang berkewajiban untuk mengganti kerugian. Namun jika itu terkait kerusakan barang saat pengiriman barang, maka seyogyanya yang dipermasalahkan adalah kurir pengiriman barang atau dapat juga pelaku usaha yang

¹⁰³ *Ibid.*

melakukan pengiriman barang. Dimana berkemungkinan barang yang dikirimkan memang kondisinya sudah rusak pada saat masih pada pelaku usaha. Namun dalam *cases* tertentu justru *marketplace* yang dipersalahkan. Namun beban tanggung jawab ganti kerugian akibat penipuan atau kondisi lain yang menang dapat dibuktikan secara yuridis karena terdapatnya unsur kesalahan/kelalaian dari konsumen sendiri, maka baik pelaku usaha maupun *marketplace* dapat dibebaskan dari pertanggungjawaban untuk mengganti kerugian yang ditimbulkan dalam penyelenggaraan transaksi jual beli pada *platform marketplace* tersebut.

3. Jenis-Jenis Transaksi *E-Commerce*

Adapun jenis-jenis transaksi *online (e-commerce)* dalam dataran praktis *e-commerce* hanya dikenal 2 (dua) macam, yaitu:¹⁰⁴

1. *Business to Business E-Commerce (B2B E-Commerce)*, bentuk transaksi perdagangan ini melalui internet yang dilakukan oleh 2 (dua) perusahaan atau beberapa perusahaan.
2. *Business to Consumer (B2C E-Commerce)*, yang merupakan transaksi jual beli melalui internet antara penjual barang konsumsi dengan konsumen (*end user*).

Secara faktual model transaksi *online (e-commerce)* mempunyai banyak ragam. Dari segi sifatnya transaksi *e-commerce* dapat diklasifikasikan sebagai berikut:¹⁰⁵

¹⁰⁴ Associate Marketbiz Research, EPayment Jual Beli (Indonesia: Internet Marketing Center), Diakses pada tanggal 4 Mei 2022 Pukul 16.40 WIB., <https://www.marketbiz.net/ci/id>.

¹⁰⁵ Mekari Jurnal (Desra), "*Jenis-Jenis E-Commerce*," Diakses pada tanggal 28 Juli 2024 Pukul 20.51 WIB., <https://www.jurnal.id/>.

1. **Business to Business (B2B)**, model transaksi *E-Commerce* ini merupakan yang paling besar karena meliputi transaksi yang dilakukan antar perusahaan atau jenis usaha. Hal ini meliputi *Inter Organisational system (IOS)* transaksi dengan segera dari transaksi pasar elektronik antar organisasi. B2B adalah transaksi baik secara digital maupun fisik antara bisnis yang satu dengan bisnis lainnya. Konsumen dari penjualan barang dan jasa ini merupakan sebuah grup atau kelompok yang menjalankan bisnis dan bukan konsumen perorangan. Salah satu contoh mudahnya adalah jika bisnis menjadi produsen bahan baku kulit sintetis untuk usaha pembuatan tas dan sepatu. Jenis B2B menyediakan volume kebutuhan barang dan jasa yang besar sehingga pelakunya membutuhkan banyak biaya untuk menjalankan bisnisnya dan tentu saja resikonya juga cukup besar. Oleh karena itu, pelaku bisnis B2B biasanya menggunakan EDI (*Electronic Data Interchange*) dan email dalam proses transaksi, pemberian informasi serta konsultasi yang berkaitan dengan barang atau jasa yang ditawarkan. Selain itu, tersedia juga integrasi *marketplace* serta aplikasi kasir *online* maupun *point of sales (POS)* yang bisa membantu dalam transaksi bisnis. B2B memasarkan barang dan jasa kepada perusahaan lain.
2. **Business to Consumer (B2C)**, dalam kategori ini konsumen menjual dengan langsung untuk konsumen. B2C adalah jenis bisnis *e-commerce* yang paling umum dan paling dikenal oleh masyarakat. *Consumer to Business (C2B)*, kategori ini meliputi individu yang menjual produk atau jasa untuk organisasi. Selama individu yang menjual mempengaruhi (*intereract*) dengan mereka dan penutupan transaksi. B2C adalah proses transaksi yang dilakukan antara produsen barang atau jasa langsung kepada konsumen akhir. *Business-to-Consumers* layaknya toko ritel yang memiliki produk eceran untuk dijual dan gudang untuk stok barang. Yang membedakannya dengan toko ritel biasa adalah proses transaksi ini dilakukan secara *online*. B2C lebih mudah dan dinamis sehingga mampu berkembang dengan sangat cepat. Kemudahan membangun *website* membuat banyak sekali toko virtual yang tersebar di dunia maya. Hal ini yang menyebabkan persaingan di dalam bisnis *e-commerce* jenis ini sangat ketat dan cenderung tidak merata. Akan tetapi, jika dibandingkan dengan toko ritel biasa, B2C memberikan informasi yang lebih banyak, harga yang lebih murah, serta proses jual beli dan pengiriman yang cepat kepada konsumen. Contoh bisnis B2C yang cukup populer di Indonesia adalah Lazada, Amazon, Ebay, Traveloka, Berrybenka dan lain sebagainya.
3. **Consumer to Business (C2B)**, adalah transaksi yang memungkinkan individu menjual barang pada perusahaan yang membutuhkan. kategori ini meliputi individu yang menjual produk atau jasa untuk organisasi. Selama individu yang menjual mempengaruhi (*intereract*) dengan mereka dan penutupan transaksi. Contohnya *EBay* (www.ebay.com) dan lapak kaskus (www.kaskus.co.id).

4. Consumer-to-Consumer (C2C) E-Commerce, C2C adalah transaksi barang atau jasa yang dilakukan dari konsumen kepada konsumen. C2C terbagi atas 2 (dua) model, yakni:

4.1. Marketplace; dan

Di dalam model *marketplace*, konsumen sebagai penyedia barang dan jasa membutuhkan sebuah *platform* sebagai wadah transaksi. Di dalam *platform* tersebut, konsumen yang bertindak sebagai penjual dapat mem-*posting* berbagai produk untuk dibeli oleh konsumen lainnya. Contoh *platform* C2C yang sudah terkenal di Indonesia adalah Tokopedia, Bukalapak, Shopee dan sebagainya.

4.2. Classified.

Untuk model *classified* yang memberikan kebebasan terhadap penjual dan pembeli untuk bertransaksi secara langsung. *Website* yang tersedia hanya berfungsi untuk mempertemukan antara penjual dan pembeli namun tidak memfasilitasi transaksi jual beli *online*. Metode transaksi yang kerap dilakukan ada melalui *cash on delivery* atau COD. *Website* untuk model *classified* yang terkenal di Indonesia yakni OLX dan Kaskus.

5. Consumer to Business (C2B), kategori ini meliputi individu yang menjual produk atau jasa untuk organisasi. Selama individu yang menjual mempengaruhi (*intereract*) dengan mereka dan penutupan transaksi. Di dalam jenis C2B transaksi jual beli produk atau jasa dilakukan dari konsumen kepada perusahaan. Ini adalah kebalikan penuh dari jenis B2C yang telah dijelaskan sebelumnya. Dalam jenis ini individu menawarkan produk atau jasa terhadap perusahaan yang membutuhkan dan siap untuk membelinya. Contoh mudahnya adalah para *content writer* yang menawarkan kemampuannya untuk menulis kepada perusahaan yang membutuhkan. Situs *e-commerce-commerce* pengadopsi jenis C2B yang populer adalah *freelancer.com*. ini adalah *website* yang menjadi wadah bagi para *freelance* dari berbagai bidang untuk menawarkan keahlian masing-masing. Pada *website* ini perusahaan akan menyebutkan kebutuhan mereka, memberikan kualifikasi yang diperlukan dan upah yang disediakan. Setelah itu para *freelance* yang memenuhi kualifikasi dapat melakukan promosi tentang kemampuan mereka dan melakukan penawaran upah. Selanjutnya perusahaan memilih siapapun yang menarik bagi mereka.

4. ***Business-to-Administration (B2A) dan Consumer-to-Administration (C2A) E-Commerce, Business-to-Administration (B2A)*** atau yang bisa dikenal sebagai *Business-to-Government (B2G)* adalah jenis *e-commerce* yang menjual produk atau jasa kepada lembaga pemerintah. Nantinya pihak bisnis akan menawarkan berbagai jenis produk yang dibutuhkan untuk operasionalisasi dan proyek pemerintah dan transaksi jenis ini dilakukan dengan mengajukan tender. *Selain itu ada pula jenis Consumer-to-Administration (C2A) atau Consumer-to-Government (C2G) yang merupakan proses transaksi elektronik yang dilakukan oleh individu kepada lembaga pemerintah.* Sebagai contoh adalah pembayaran pajak, iuran BPJS dan lain sebagainya dari individu kepada pemerintah. Kedua jenis bisnis *e-commerce* ini mempunyai tujuan yang sama yakni untuk meningkatkan efisiensi dan kemudahan penggunaan layanan baik pemerintah maupun individu dengan dukungan teknologi informasi dan komunikasi.

Terhadap *e-commerce* dengan pemerintah ini, maka dapat juga dilihat penjelasan di bawah ini, yaitu: ¹⁰⁶

1. **Pemerintah ke Bisnis (*Government to Business*)**, adalah bentuk dari *E-Commerce* yang melibatkan pemerintah (*Government*) dengan pihak bisnis (Perusahaan). Contohnya transaksi G2C adalah perusahaan membayar pajak secara *online* kepada pemerintah.
2. ***Government to Citizen (G2C)***, merupakan *e-commerce* yang melibatkan pemerintah (baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah) dengan masyarakat umum (baik pribadi maupun kelompok, namun bukan dalam bentuk perusahaan). Contoh pemerintah suatu wilayah ingin melelang sejumlah peralatan kantor dan beberapa buah gedung kepada masyarakat umum, baik perorangan maupun kelompok (bukan perusahaan).
3. ***Online-to-Offline (O2O) E-Commerce, O2O*** adalah jenis bisnis baru di mana produsen menggunakan dua saluran baik itu toko *online* maupun *offline*. Pihak produsen akan melakukan promosi, menemukan konsumen, menarik konsumen serta meningkatkan kesadaran mereka terhadap produk dan layanan melalui jaringan *online*. Yang kemudian diteruskan dengan melakukan pembelian di toko *offline*. Selain itu, jenis O2O juga berhubungan dengan aktivitas pemesanan secara *online* dan melakukan pengambilan barang di toko *offline*. Jenis ini banyak digunakan pada sektor transportasi seperti Gojek dan Grab serta akomodasi seperti Airbnb, Airy, dan lain sebagainya.

¹⁰⁶ Muchlisin Riadi, *loc. cit.*

Dari jenis-jenis *e-commerce* tersebut di atas, Romindo, dkk. menambahkan 1 (satu) jenis *e-commerce* lagi, yaitu : *Mobile Commerce (m-commerce.)* *M-commerce (mobile commerce)* merupakan pembelian dan penjualan barang dan jasa melalui teknologi nirkabel yaitu, perangkat genggam seperti *Personal Digital Assistant (PDA)*. Jepang merupakan salah satu pemimpin global dalam *m-commerce* ini. Industri yang dapat dipengaruhi oleh *m-commerce* meliputi: ¹⁰⁷

- a. *Financial Services*, termasuk *mobile banking*.
- b. Telekomunikasi, di mana perubahan jasa, pembayaran tagihan dan akun *review* dapat dilakkan dalam satu alat yang sama, *mobile phone*.
- c. Layanan / ritel, konsumen diberikan kemampuan untuk menempatkan dan membayar pesanan *On-the-fly*.
- d. Layanan Informasi, termasuk entertainment, berita finansial, olahraga dan *update traffic* yang dikirimkan ke *mobile phone*.

4. Karakteristik Transaksi *E-Commerce*

Transaksi melalui *e-commerce* memiliki beberapa perbedaan dengan perdagangan konvensional biasa, adapun karakteristik *e-commerce* antara lain yaitu: ¹⁰⁸

a. Transaksi Tanpa Batas

Sebelum era internet, batas-batas geografi menjadi penghalang suatu perusahaan atau individu yang ingin *go* internasional , sehingga hanya perusahaan atau individu dengan modal besar yang dapat memasarkan produknya ke luar negeri. Dewasa ini dengan internet pengusaha kecil dan menengah dapat memasarkan produknya secara internasional cukup dengan hanya membuat situs *web* dengan memasang iklan di situs-situs internet tanpa batas waktu 24 jam, dan tentu saja pelanggan dari seluruh dunia dapat mengakses situs tersebut dan melakukan transaksi secara *online*.

b. Transaksi Anonim

Para penjual dan pembeli dalam transaksi melalui internet tidak harus bertemu muka satu sama lainnya. Penjual tidak memerlukan nama dari pembeli sepanjang mengenai pembayarannya telah diotorisasi oleh penyedia sistem pembayaran yang ditentukan, yang biasanya dengan kartu kredit.

¹⁰⁷ Romindo, *loc. cit.*

¹⁰⁸ Nufansa Wira Sakti, "Perpajakan dalam E-Commerce, Belajar dari Jepang,," *Jurnal Berita Pajak*, no. 1443/Tahun XXXIII (15 Mei 2001): 4.

c. Produk Digital dan Non digital

Produk-produk digital seperti *software* komputer, music dan produk lain yang bersifat digital dapat dipasarkan melalui internet dengan cara *download* secara elektronik. Dalam perkembangannya objek yang ditawarkan melalui internet juga meliputi barang-barang kebutuhan hidup lainnya.

d. Produk Barang Tidak Berwujud

Banyak perusahaan yang bergerak dalam bidang *e-commerce* dengan menawarkan barang tidak berwujud seperti data, *software*, dan ide-ide yang dijual melalui internet.

5. Pihak-Pihak yang Terlibat dalam Transaksi *E-Commerce*

Dalam transaksi *e-commerce*, terdapat beberapa pihak yang terlibat.

Berikut adalah penjelasan mengenai pihak-pihak tersebut: ¹⁰⁹

1. **Pembeli (konsumen) / *card holder*:** Merupakan individu atau organisasi yang melakukan pembelian produk / barang atau jasa / layanan melalui pembelian secara *online / platform e-commerce* berupa media elektronik khususnya internet. Konsumen yang berbelanja di internet dapat berstatus perorangan atau perusahaan. Mereka adalah konsumen akhir yang menggunakan *e-commerce* untuk memenuhi kebutuhan mereka. Dalam konteks *e-commerce*, konsumen bisa melakukan pembelian kapan saja dan di mana saja tanpa batasan waktu dan hambatan geografis.
2. **Penjual (pelaku usaha) / *merchant*:** Merupakan individu atau organisasi yang menjual/menawarkan produk atau layanan melalui internet/*platform e-commerce*. Mereka menyediakan berbagai produk atau layanan yang dapat dibeli oleh pelanggan. Untuk menjadi *merchant*, maka seseorang harus mendaftarkan diri sebagai *merchant account* pada sebuah bank, tentunya ini dimaksudkan agar *merchant* dapat menerima pembayaran dari *customer* dalam bentuk *credit card*.
3. ***Platform e-commerce*:** Merupakan *platform* atau *website* yang menyediakan infrastruktur dan layanan untuk memfasilitasi transaksi jual-beli antara pembeli (konsumen) dan penjual (pelaku usaha). Contoh *platform e-commerce* yang populer adalah *Amazon*, *eBay* dan Tokopedia.

¹⁰⁹ Maulana Rebi, "*Pihak-pihak dalam Transaksi E-Commerce*", Diakses pada tanggal 28 Juli 2024 Pukul 23.08 WIB., <https://maulanarebiblog.wordpress.com/2013/12/05/perkembangan-e-commerce/>.

4. **Penyedia Layanan Pembayaran:** Merupakan pihak yang menyediakan layanan pembayaran *online* untuk memfasilitasi transaksi antara pelanggan dan penjual. Contoh penyedia layanan pembayaran adalah Bank, *PayPal*, *Stripe* dan *GoPay Acquirer*, yaitu pihak perantara penagihan (antara penjual dan penerbit) dan perantara pembayaran (antara pemegang dan penerbit). Perantara penagihan adalah pihak yang meneruskan tagihan kepada penerbit berdasarkan tagihan yang masuk kepadanya yang diberikan oleh penjual barang/jasa. Pihak perantara penagihan inilah yang melakukan pembayaran kepada penjual. Pihak perantara pembayaran adalah bank dimana pembayaran kredit dilakukan dengan kartu kredit/*card holder*, selanjutnya bank yang menerima pembayaran ini akan mengirimkan uang pembayaran tersebut kepada penerbit kartu kredit (*issuer*). Hal ini dikenal dengan istilah *Payment gateway* adalah sebuah sistem yang mengotorisasi proses pembayaran dari pembeli ke penjual.¹¹⁰
5. **Issuer:** yaitu perusahaan penyedia *credit card*.
6. **Certification Authority:** Pihak ketiga yang netral yang memegang hak untuk mengeluarkan sertifikasi kepada *merchant*, kepada *issuer* dan dalam beberapa hal diberikan pula kepada *card holder*.
7. **PLogistik dan Pengiriman:** Merupakan pihak yang bertanggung jawab untuk mengurus proses pengemasan, pengiriman, dan pengantaran produk dari penjual (pelaku usaha) ke pembeli (konsumen). Mereka menyediakan layanan pengiriman yang efisien dan aman. Ini dikenal dengan istilah jasa pengiriman. *Packing/Pengemasan Barang*, Jenis dan kekuatan *packing* sangat berpengaruh terhadap barang yang akan Anda kirim, apakah barang tersebut bisa selamat tanpa kerusakan yang berarti atautidak.¹¹¹
8. **Penyedia Layanan Keamanan:** Merupakan pihak yang menyediakan layanan keamanan untuk melindungi transaksi *e-commerce* dari penipuan dan ancaman keamanan lainnya. Mereka menggunakan teknologi dan metode keamanan untuk menjaga integritas dan kerahasiaan data pembeli (konsumen).
9. **Regulator dan Pemerintah:** Merupakan pihak yang mengatur dan mengawasi aktivitas *e-commerce* untuk memastikan kepatuhan terhadap peraturan dan perlindungan konsumen. Mereka membuat kebijakan dan regulasi yang mengatur transaksi *e-commerce*.

Pihak-pihak ini bekerja sama untuk menciptakan ekosistem *e-commerce* yang aman, efisien dan dapat dipercaya bagi konsumen dan pelaku usaha. *Certification Authorities* dapat merupakan suatu lembaga pemerintah atau lembaga swasta. Apabila transaksi *e-commerce* tidak sepenuhnya dilakukan secara *online* dengan kata lain hanya proses transaksinya saja yang *online*, sementara pembayaran tetap dilakukan secara manual, maka pihak *acquirer*, *issuer*, dan *certification authority* tidak terlibat didalamnya. Adapula pihak yang terlibat tidak secara langsung dalam *e-commerce* yaitu jasa ekspedisi (pengiriman).

¹¹⁰ Kominfo, "Sistem e-Commerce dan Perlindungan Konsumen", Diakses pada tanggal 22 Oktober 2024 Pukul 11.03 WIB., <https://aptika.kominfo.go.id/>.

¹¹¹ *Ibid.*

6. Kerugian dalam Transaksi Jual Beli pada *Platform Marketplace*

Definisi kerugian banyak dikemukakan oleh para ahli, diantaranya yaitu Yahya Harahap yang mendefinisikan ganti rugi ialah “kerugian nyata” atau “*fietelijke nadeel*” yang ditimbulkan perbuatan wanprestasi.

Pengertian kerugian menurut R. Setiawan, adalah kerugian nyata yang terjadi karena wanprestasi. Adapun besarnya kerugian ditentukan dengan membandingkan keadaan kekayaan setelah wanprestasi dengan keadaan jika sekiranya tidak terjadi wanprestasi.¹¹² Pengertian kerugian menurut Abdulkadir Muhammad, bahwa pasal 1243 KUHPerdara sampai dengan pasal 1248 KUHPerdara merupakan pembatasan-pembatasan yang sifatnya sebagai perlindungan undang-undang terhadap debitur dari perbuatan sewenang-wenang pihak kreditur sebagai akibat wanprestasi.¹¹³

Pengertian kerugian menurut Merry Tjoanda, kerugian adalah kerugian adalah suatu pengertian yang relatif, yang bertumpu pada suatu perbandingan antara dua keadaan. selisih (yang merugikan) antara keadaan yang timbul sebagai akibat pelanggaran norma, dan situasi yang seyogyanya akan timbul anadaikata pelanggaran norma tersebut tidak terjadi.¹¹⁴ Pengertian kerugian yang lebih luas dikemukakan oleh Mr. J. H. Nieuwenhuis sebagaimana yang diterjemahkan oleh Djasadin Saragih, pengertian kerugian adalah berkurangnya harta kekayaan pihak yang satu, yang disebabkan oleh perbuatan (melakukan atau membiarkan) yang melanggar norma oleh pihak yang lain. Yang dimaksud dengan pelanggaran norma

¹¹² R. Setiawan, *Pokok-Pokok Hukum Perikatan* (Bandung: Binacipta, 1977): 17.

¹¹³ Abdulkadir Muhammad, *op. cit*, hlm. 41.

¹¹⁴ Merry Tjoanda, “Wujud Ganti Rugi Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata”, *Jurnal Sasi* 16, no. 4 (Oktober-Nopember 2010): 43–50.

oleh Nieuwenhuis di sini adalah berupa wanprestasi dan perbuatan melawan hukum.¹¹⁵ Dengan demikian pengertian kerugian menurut penulis adalah ganti rugi yang ditimbulkan oleh perbuatan wanprestasi dari pihak yang bertindak sewenang-wenang.

Adapun unsur-unsur dari ganti rugi menurut KUHPerdara menyebutkan : “biaya, rugi dan bunga yang oleh si berpiutang boleh dituntut akan penggantiannya, terdiri pada umumnya atas rugi yang telah dideritanya dan untung yang sedianya harus dapat dinikmatinya, dengan tak mengurangi pengecualian-pengecualian serta perubahan-perubahan yang akan disebut di bawah ini.”¹¹⁶ Menurut Abdulkadir Muhammad, dari pasal 1246 KUHPerdara tersebut, dapat ditarik unsur-unsur ganti rugi adalah sebagai berikut:¹¹⁷

- a. Ongkos-ongkos atau biaya-biaya yang telah dikeluarkan (*cost*), misalnya ongkos cetak, biaya meterai, biaya iklan;
- b. Kerugian karena kerusakan, kehilangan atau barang kepunyaan kreditur akibat kelalaian debitur (*damages*); dan
- c. Bunga atau keuntungan yang diharapkan (*interest*).

Satrio melihat bahwa unsur-unsur ganti rugi adalah:¹¹⁸

- a. Sebagai pengganti dari pada kewajiban prestasi perikatannya; untuk mudahnya dapat kita sebut “prestasi pokok” perikatannya, yaitu apa yang ditentukan dalam perikatan yang bersangkutan, atau
- b. Sebagian dari kewajiban perikatan pokoknya, seperti kalau ada prestasi yang tidak sebagaimana mestinya, tetapi kreditur mau menerimanya disertai penggantian kerugian, sudah tentu dengan didahului protes atau disertai ganti rugi atas dasar cacat tersembunyi ;
- c. Sebagai pengganti atas kerugian yang diderita oleh kreditur oleh karena keterlambatan prestasi dari kreditur, jadi suatu ganti rugi yang dituntut oleh kreditur di samping kewajiban perikatannya;
- d. Kedua-duanya sekaligus; jadi sini dituntut baik pengganti kewajiban prestasi pokok perikatannya maupun ganti rugi keterlambatannya.

¹¹⁵ J. H. Nieuwenhuis, Terjemahan Djasadin Saragih, *Pokok-Pokok Hukum Perikatan* (Surabaya: Airlangga University Press, 1985): 54.

¹¹⁶ Pasal 1246 KUHPerdara

¹¹⁷ Abdulkadir Muhammad, *loc. cit.*

¹¹⁸ J. Satrio, *Hukum Perikatan* (Perikatan Pada Umumnya), (Bandung: Alumni, 1999): 147.

Purwahid Patrik lebih memperinci lagi unsur-unsur kerugian. Menurut Patrik, kerugian terdiri dari dua unsur:¹¹⁹

- a. Kerugian yang nyata diderita (*damnum emergens*) meliputi biaya dan rugi
- b. Keuntungan yang tidak diperoleh (*lucrum cessans*) meliputi bunga.

Berikut adalah beberapa contoh kerugian yang dapat dialami oleh masing-masing pihak:

6.1. Kerugian Konsumen

Kerugian yang dapat dialami oleh konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform* perdagangan *online*, yaitu:

- a. **Penipuan:** Transaksi *Online* membawa risiko penipuan yang lebih tinggi, seperti barang yang tidak dikirim oleh pelaku usaha atau pengiriman barang palsu, sehingga berpeluang merugikan konsumen. Hal ini memerlukan ketelitian dan kewaspadaan ekstra dari konsumen.¹²⁰ Untuk memastikan mereka bertransaksi dengan Toko *Online* yang terpercaya.¹²¹
- b. **Ketidaksesuaian Produk:** Konsumen dapat menerima produk yang tidak sesuai dengan yang dipesan, seperti ukuran, warna, atau kualitas yang berbeda. Seringkali barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi atau ekspektasi, karena konsumen tidak dapat melihat atau menyentuh produk secara langsung sebelum membeli.¹²²
- c. **Keterlambatan Pengiriman:** Konsumen dapat mengalami keterlambatan pengiriman produk yang dipesan, sehingga dapat mengganggu aktivitas sehari-hari.¹²³
- d. **Kurangnya Informasi:** Konsumen dapat tidak memperoleh informasi yang jelas tentang produk yang dipesan, seperti deskripsi produk, harga, dan kualitas.

¹¹⁹ Purwahid Patrik, *Dasar-Dasar Hukum Perikatan (Perikatan yang Lahir dari Perjanjian dan Dari Undang-Undang)* (Bandung: Mandar Maju, 1994): 14.

¹²⁰ Union Logistics, "Kelebihan dan Kekurangan e-Commerce Yang Perlu Diketahui", Diakses pada tanggal 30 Juli 2024 Pukul 06.13 WIB., <https://www.unionlogistics.co.id>.

¹²¹ Impulse Digital (Sapx (Express Courier)), "Yuk, Intip Kelebihan dan Kekurangan Belanja Online Berikut Ini!", Diakses pada tanggal 30 Juli 2024 Pukul 08.38 WIB., <https://www.sapx.id/blog/>.

¹²² *Ibid.*

¹²³ Impulse Digital (Sapx (Express Courier)), *loc. cit.*.

- e. **Kesulitan Pengembalian Produk:** Konsumen dapat mengalami kesulitan dalam mengembalikan produk yang tidak sesuai dengan yang dipesan.¹²⁴

Kerugian dalam transaksi jual beli melalui *platform* perdagangan *online* dapat dialami oleh konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Sesuai dengan UUPK, diatur Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Ganti rugi dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi. Pemberian ganti rugi tersebut tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan. Ketentuan tersebut tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.¹²⁵ Selanjutnya sesuai dengan UUPK, maka Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen berwenang menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang menyebabkan kerugian terhadap konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

¹²⁴ *Ibid.*

¹²⁵ Pasal 19 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821).

6.2 Kerugian Pelaku Usaha

Kerugian yang dapat dialami oleh pelaku usaha pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, yaitu:

- a. Kompetensi yang ketat: Di *marketplace*, pelaku usaha menghadapi persaingan usaha yang sangat tinggi. Banyaknya penjual yang menawarkan produk serupa pada *platform* yang sama dapat membuat sulit untuk menarik perhatian konsumen dan mengakibatkan penurunan margin keuntungan.¹²⁶ Hal ini dapat mempengaruhi profitabilitas dan membuat sulit untuk membedakan produk atau menawarkan harga yang bersaing.¹²⁷
- b. Kebijakan *marketplace*: Pelaku usaha harus mematuhi berbagai kebijakan yang ditetapkan oleh *platform marketplace*, seperti biaya administrasi dan batasan jenis produk yang dapat dijual. Hal ini dapat membatasi fleksibilitas dalam menjalankan bisnis.¹²⁸ Hal ini dapat berdampak pada operasional dan keputusan bisnis mereka. Ketika *marketplace* mengalami masalah teknis atau perubahan kebijakan, semua pelaku usaha yang terdaftar di *platform* tersebut akan terpengaruh.
- c. Ketidakpastian penjualan: Meskipun menjangkau lebih banyak konsumen, tidak ada jaminan bahwa produk akan terjual. Banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, sehingga pelaku usaha sering kali mengalami kerugian yang tidak terduga. Ketatnya Persaingan Harga, dimana kemudahan konsumen untuk melakukan perbandingan harga bisa menjadikan antar penjual melakukan persaingan harga secara ketat. Hal tersebut bisa mengakibatkan penjual tak bisa memperoleh keuntungan yang besar.
- d. Kurangnya Keamanan: Pelaku usaha dapat mengalami kerugian karena kurangnya keamanan dalam sistem transaksi *online*, seperti penipuan atau kecurangan.¹²⁹

¹²⁶ Swift, "Wajib Tahu Kelebihan dan Kekurangan Marketplace, Sudah Tahu ?", Diakses pada tanggal 29 Maret 2024 Pukul 13.39 WIB., <https://swifithub.sirclo.com/>.

¹²⁷ Aulia, "Marketplace vs. E-Commerce : Mana yang Lebih Menguntungkan ?", Diakses pada tanggal 30 Juli 2024 Pukul 17.10 WIB., <https://geti.id/>.

¹²⁸ Sasana Digital (*Empowering Digital Transformation*), "10 Poin Kelebihan dan Kekurangan Marketplace, Apa Saja ?", Diakses pada tanggal 30 Maret 2024 Pukul 14.19 WIB., <https://sasanadigital.com/>.

¹²⁹ *Union Logistics, loc. cit.*

- e. Keterlambatan Pengiriman: Pelaku usaha dapat mengalami keterlambatan pengiriman produk yang dapat mengganggu aktivitas bisnis.¹³⁰
- f. Kurangnya Informasi: Pelaku usaha dapat tidak memperoleh informasi yang jelas tentang konsumen, seperti alamat, nomor telepon, dan *email*.
- g. Kesulitan Pengembalian Produk: Pelaku usaha dapat mengalami kesulitan dalam mengembalikan produk yang tidak sesuai dengan yang dipesan.¹³¹
- h. Biaya dan Komisi: *Marketplace* biasanya mengenakan biaya dan komisi atas penjualan yang dilakukan. Ini dapat mengurangi sebagian dari margin keuntungan penjual.¹³²
- i. Keterbatasan *Branding*: Pelaku usaha cenderung memiliki keterbatasan dalam membangun identitas merek mereka sendiri, karena mereka beroperasi di bawah merek *marketplace*. Hal ini dapat membatasi kemampuan pelaku usaha untuk membedakan diri dari pesaing.¹³³
- j. Kurangnya kontrol atas data konsumen: Di dalam *marketplace*, pelaku usaha tidak memiliki akses penuh terhadap data konsumen yang mereka layani. Hal ini membuat sulit bagi pelaku usaha untuk memahami preferensi dan perilaku konsumen mereka dengan baik.¹³⁴
- k. Keterbatasan Inovasi: *Marketplace* dapat membatasi kreativitas pelaku usaha dalam membangun merek dan menciptakan pengalaman berbelanja yang unik. Pelaku usaha harus mengikuti aturan dan kebijakan yang ditetapkan oleh *marketplace* yang dapat mengurangi fleksibilitas mereka dalam mengembangkan strategi pemasaran dan model bisnis.¹³⁵
- l. Kurangnya Kepercayaan: Pelaku usaha dapat mengalami kurangnya kepercayaan dari konsumen karena kurangnya transparansi dalam transaksi *online*.¹³⁶

6.3 Kerugian *Marketplace*

Kerugian yang dapat dialami oleh *marketplace* pada transaksi jual beli melalui *platform* perdagangan *online*, yaitu:

- a. Reputasi dan kepercayaan: *Marketplace* harus menjaga reputasi mereka dengan memastikan bahwa penjual yang terdaftar adalah terpercaya. Kasus penipuan atau ketidakpuasan konsumen dapat merusak citra *marketplace* dan menurunkan kepercayaan pengguna.¹³⁷

¹³⁰ Impulse Digital (Sapx (Express Courier)), *loc. cit.*,

¹³¹ *Ibid.*

¹³² Aulia, *loc. cit.*

¹³³ Nuraini, “*Marketplace : Definisi, Kelebihan, Kekurangan dan Contohnya*”, Diakses pada tanggal 2 November 2022 Pukul 19.35 WIB., <https://entrepreneur.bisnis.com/>.

¹³⁴ Hostnic, “*Kekurangan dan Kelebihan Marketplace: Menyelami Dunia E-Commerce*”, Diakses pada tanggal 30 Juli 2024 Pukul 17.38 WIB., <https://hostnic.id/>.

¹³⁵ *Ibid.*

¹³⁶ Swift, *loc. cit.*,

¹³⁷ Sasana Digital (*Empowering Digital Transformation*), *loc. cit.*,

- b. Biaya operasional: Menyediakan layanan pelanggan yang baik dan sistem keamanan untuk transaksi *online* memerlukan investasi yang signifikan. *Marketplace* harus terus berinovasi dan meningkatkan layanan untuk tetap bersaing.¹³⁸
- c. Tanggung jawab atas transaksi: Meskipun *marketplace* hanya sebagai perantara, mereka sering kali dianggap bertanggung jawab atas masalah yang muncul dalam transaksi, seperti pengembalian barang atau masalah pengiriman, yang dapat menambah beban operasional.
- d. Kurangnya Keamanan: *Marketplace* dapat mengalami kerugian karena kurangnya keamanan dalam sistem transaksi *online*, seperti penipuan atau kecurangan.¹³⁹
- e. Keterlambatan Pengiriman: *Marketplace* dapat mengalami keterlambatan pengiriman produk yang dapat mengganggu aktivitas bisnis.¹⁴⁰
- f. Kurangnya Informasi: *Marketplace* dapat tidak memperoleh informasi yang jelas tentang konsumen, seperti alamat, nomor telepon, dan *email*.
- g. Kesulitan Pengembalian Produk: *Marketplace* dapat mengalami kesulitan dalam mengembalikan produk yang tidak sesuai dengan yang dipesan.
- h. Kurangnya Kepercayaan: *Marketplace* dapat mengalami kurangnya kepercayaan dari konsumen karena kurangnya transparansi dalam transaksi *online*.¹⁴¹
- i. Kerugian Yang Tidak Bisa Diprediksi: Sebuah *e-commerce* tak bisa menjamin semua toko yang tergabung dalam sebuah *e-commerce* terpercaya untuk melakukan transaksi jual beli *online*, maka jika terjadi satu kasus penipuan yang dilakukan salah satu toko *online*, bisa menyebabkan kerugian besar bukan hanya pada *e-commerce* yang menaunginya melainkan semua toko yang ada di *e-commerce* tersebut. Hal tersebut menjadi salah satu kerugian besar yang tidak bisa diprediksi sebelumnya.¹⁴²

Dengan demikian, kerugian dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace*, dapat dialami oleh konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace*. Oleh karena itu, diperlukan strategi mitigasi risiko yang efektif untuk mengurangi potensi kerugian dan meningkatkan keamanan transaksi *online*.

¹³⁸ Aulia, "loc. cit.,

¹³⁹ Hostnic, loc. cit..

¹⁴⁰ Impulse Digital (Sapx (Express Courier), loc. cit.

¹⁴¹ Swift, loc. cit.,

¹⁴² Union Logistics, loc. cit..

BAB III

**PENGATURAN HUKUM TRANSAKSI
JUAL BELI DALAM MEMBERIKAN
PERLINDUNGAN HUKUM YANG SEIMBANG
ANTARA KONSUMEN, PELAKU USAHA DAN *MARKETPLACE***

Suatu aturan dibuat untuk memberikan perlindungan dalam berbagai konteks, termasuk dalam keamanan dan perlindungan konsumen. Sepantasnya bahwa hukum seharusnya didayagunakan sebagai sarana penciptaan ketertiban dalam tata kelola di bidang perlindungan konsumen. Sesungguhnya aturan hukum mengemban beberapa fungsi yang penting, yaitu: ¹ Sedangkan menurut pendapat Sudikno Mertokusumo kaidah adalah : “Pedoman, patokan atau ukuran untuk berperilaku atau bersikap dalam kehidupan bersama”. ²

Aturan hukum berfungsi sebagai alat untuk membagikan hak dan kewajiban di antara para anggota suatu masyarakat secara seimbang dan berkepastian hukum. Aturan hukum tersebut memberikan suatu petunjuk arah kepada tuntutan yang dapat dilaksanakan oleh berbagai peserta dalam lalu lintas sosial satu sama lainnya. Dalam hal ini hukum menggariskan apa yang diizinkan dan apa yang dilarang. Aturan hukum berfungsi untuk mendistribusikan wewenang untuk mengambil keputusan mengenai sosial politik yang disebut “*secondary rule*” dari Hart. ³

¹ Prasetijo Rijadi (2004), “Pembangunan Hukum Penataan Ruang dalam Konsep Kota Berkelanjutan (Studi Hukum Penataan di Kota Surabaya)” *D isertasi, Program Doktor Ilmu Hukum Universitas Diponegoro Semarang*): 165-168.

² Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum*, Yogyakarta: Liberty, 1985): 4.

³ *Ibid.*

Berbagai wewenang yang dapat didistribusikan oleh aturan hukum, seperti:

- a. Wewenang membuat dan mengambil keputusan.
- b. Wewenang untuk memerintah.
- c. Wewenang untuk memaksakan agar suatu aturan dijalankan baik oleh pemerintah melalui lembaga-lembaga hukum maupun masyarakat melalui prosedur hukum yang telah ditetapkan.

Berikut ini adalah penjelasan mengenai aturan di bidang perlindungan yang digunakan untuk mengatur tata tertib dalam masyarakat. Petunjuk itu juga dipakai dalam mengatur kehidupan bangsa dan harus ditaati oleh masyarakat. Jika melanggar, akan ada konsekuensinya.

Berbicara mengenai aturan perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* dalam *e-commerce* dalam Tata Hukum Indonesia, bahwa transaksi jual beli melalui *platform marketplace* adalah suatu bentuk bisnis modern melalui sarana internet. Dimana dibuatnya aturan perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen dan *marketplace* serta untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab. Hari Konsumen Nasional yang diperingati pada 20 April menjadi momentum perlindungan konsumen. Upaya perlindungan konsumen tidak hanya sebatas pada hak-hak konsumen, tetapi juga untuk menjaga kepercayaan konsumen secara keseluruhan. Dimana aturan ketentuan hukum yang melindungi kepentingan konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* di Indonesia belum memadai.

Adapun aturan yang mengatur mengenai perlindungan konsumen dan *marketplace* dapat dicermati dari serangkaian pengaturan di bawah ini, yaitu:

A. Pengaturan Hukum dalam Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace*

Pengaturan yang mengatur perlindungan konsumen mencakup beberapa aspek, seperti yang dijelaskan dalam beberapa sumber yang ditemukan:

1. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses informasi serta menjamin kepastian hukum. Ini bertujuan untuk memberikan kejelasan kepada konsumen mengenai hak-hak mereka dan prosedur yang harus diikuti dalam melindungi diri mereka sebagai konsumen.
2. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha. Hal ini berarti perlindungan konsumen tidak hanya melindungi hak-hak konsumen, tetapi juga memastikan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen.
3. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik usaha yang menipu dan menyesatkan. Ini termasuk melarang pelaku usaha melakukan praktik-praktik yang dapat merugikan konsumen, seperti penipuan, pemalsuan atau pemberian informasi yang tidak akurat.

4. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan, dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa perlindungan konsumen harus diintegrasikan dengan kebijakan dan regulasi di bidang-bidang lain, seperti keamanan dan keselamatan produk, hak-hak kesehatan konsumen, dan lain sebagainya.

Transaksi jual beli melalui *platform marketplace* yang berlaku saat ini memiliki beberapa aturan hukum. Dimana pengaturan tersebut bertujuan untuk memberikan perlindungan terhadap hak-hak dan kepastian hukum bagi semua pihak yang terlibat dalam transaksi tersebut. Dimana secara umum, tujuan pengaturan Perlindungan Konsumen adalah untuk menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya Perlindungan Konsumen. Pelindungan terhadap konsumen pada transaksi dagang melalui sistem elektronik belum dapat dilakukan secara optimal karena pengaturannya masih tersebar dalam beberapa Undang-Undang (UU) yang memerlukan peraturan pelaksanaan.

1. **Pengaturan Hukum Perlindungan Hukum Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace***
 - a. **Pengaturan internasional Perlindungan Konsumen Internasional pada Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace*:**
 - *Guidelines for Consumer Protection,*

Dasar aturan Perlindungan Konsumen internasional, dimana pada dasarnya, *United Nations* atau Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) mengeluarkan *Guidelines for Consumer Protection*, yakni sebuah pedoman yang mengatur prinsip utama konsumen yang efektif, undang-undang perlindungan konsumen, lembaga penegakan dan sistem ganti rugi. Pedoman ini juga membantu negara anggota untuk merumuskan dan menegakkan hukum, peraturan dan regulasi domestik dan regional sesuai dengan keadaan ekonomi, sosial dan lingkungan negara tersebut. Negara anggota juga akan membantu mempromosikan kerjasama internasional di sesama negara anggota, juga berbagi pengalaman dalam hal perlindungan konsumen.⁴

Beberapa prinsip yang diatur dalam pedoman tersebut antara lain adalah:⁵

1. *Fair and equitable treatment*;
2. *Commercial behavior*;
3. *Disclosure and transparency*, dan lain-lain.

- ***United Nations Commission on International Trade Law (UNCITRAL)***,

Dalam penyelesaian sengketa transaksi jual beli pada *platform marketplace* saat ini, transaksi elektronik antar bangsa ini, maka dari itu *United Nations Commission on International Trade Law (UNCITRAL)* oleh

⁴ Pendahuluan *Guidelines for Consumer Protection*

⁵ Pasal 11 huruf a, b dan c *Guidelines for Consumer Protection*

PBB pada tanggal 16 Desember 1996. UNCITRAL sendiri merupakan aturan atau regulasi internasional yang dibentuk dengan tujuan untuk mengelompokkan suatu aturan-aturan hukum agar di dalam penggunaannya transaksi internasional mempunyai dasar hukum yang sudah mengaturnya secara tersendiri. Dimana salah satu produk hukum dari *UNCITRAL* ialah *Model Law on Electronic Commerce* yang bertujuan untuk menggalakkan aturan hukum yang seragam dalam penggunaan jaringan komputer guna transaksi komersial. Terdapat 3 (tiga) tujuan pemilihan *Model Law* (model hukum) ini yakni :⁶

1. Model hukum ini mempunyai elemen-elemen yang dapat dengan mudah diadopsi dan diterima oleh negara-negara dengan suatu sistem sosial, budaya, ekonomi serta hukum berbeda sehingga perkembangan secara signifikan terhadap pengembangan dalam hubungan ekonomi internasional yang harmonis dapat diperoleh;
2. Model hukum ini dijadikan pilihan hukum dalam suatu perdagangan internasional karena memang sudah diusulkan baik oleh negara atau organisasi internasional lainnya;
3. Digunakannya model hukum dapat memberikan bantuan kepada negara lain di dalam membuat suatu peraturan perundang-undangan nasional negara tersebut di bidang elektronik perdagangan (*e-commerce*). (Asyhadie, 2005:120)

Adanya perkembangan dalam transaksi bisnis seperti transaksi jual beli *online*, (*e-commerce*) memerlukan suatu perangkat hukum kontrak nasional yang baru. Sejalan dengan itu, *Unidroit Principles of International Commercial Contract* dan Konvensi Jual Beli Internasional (UNCITRAL CISG 1980) memuat prinsip-prinsip yang dapat diadopsi ke dalam hukum kontrak nasional yang baru nanti.

⁶ Ali Musri Syam, *loc. cit.*

Oleh karena itu seyogyanya dalam pembaharuan hukum kontrak diterapkan prinsip-prinsip yang terdapat dalam ketentuan *UNIDROIT Principle for Intemasional Commercial Contract*, Penerapan prinsip-prinsip dalam CISG yang didasari oleh CERD dan prinsip-prinsip hukum umum yang berlaku di berbagai negara di belahan dunia dapat diadopsi kedalam hukum kontrak Indonesia baru, sehingga hukum kontrak Indonesia yang akan datang dapat mengakomodir kepentingan dan memberikan perlindungan serta kepastian hukum kepada para pelaku usaha. Sebagai contoh, hak untuk mendapatkan ganti rugi atas pelanggaran kontrak memainkan peran penting dalam CISG. Kerugian atau kompensasi moneter dapat menjadi pilihan yang tersedia hanya untuk pihak yang dirugikan. Dapat dikatakan juga bahwa kerugian adalah alasan utama berdasarkan CISG. Menurut Karla C. Shippey, untuk mengendalikan risiko atas kegagalan dan biaya yang muncul akibat kegagalan adalah dengan memasukkan ketentuan ganti rugi (Shippey, 2001). Ganti rugi untuk pelanggaran kontrak oleh salah satu pihak dapat berupa sejumlah uang yang nilainya sama dengan kerugian. Hal ini diatur dalam Pasal 74 sampai Pasal 78 CISG tentang ganti rugi. Ganti rugi itu termasuk kehilangan keuntungan, yang diderita oleh pihak lain akibat pelanggaran kontrak tersebut.

Sebagaimana diketahui bahwa kegiatan jual beli pada *platform marketplace* sepenuhnya bersifat *online*. Oleh karena itu sudah sewajarnya apabila penyelesaian sengketa pun dilakukan secara *online*, mengingat bahwa para pihak berkedudukan di negara yang berbeda yang tentunya bila penyelesaian sengketa dilakukan dengan pertemuan secara fisik akan memakan waktu dan biaya yang banyak. Di Amerika bermunculan situs-situs untuk menyelesaikan permasalahan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* secara *online* seperti *Cybersettle.com*, *E-Resolutions.com*, *iCourthouse* dan *Online Mediators*. Hal tersebut sepenuhnya harus menjadi perhatian oleh negara-negara lain dalam alternatif penyelesaian sengketa dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace*.

b. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821),

UUPK juga memberikan perlindungan kepada konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Namun, UUPK mengatur secara umum mengenai perlindungan konsumen pada perdagangan konvensional dan *e-commerce*. Undang-undang ini memberikan perlindungan kepada hak-hak konsumen dalam hal jaminan kualitas produk, informasi yang akurat dan jelas, hak-hak konsumen, tanggung jawab produsen atau penjual serta penyelesaian sengketa serta perlindungan terhadap data pribadi konsumen.

Dalam undang-undang tersebut telah mengatur hak dan kewajiban penjual dan pembeli, larangan bagi penjual, serta cara penyelesaian sengketa apabila terjadi sengketa antara penjual dan pembeli. UUPK tentang Perlindungan Konsumen belum mampu menjangkau perlindungan konsumen dalam transaksi dagang secara elektronik secara keseluruhan, khususnya dalam hal para pihak memiliki perbedaan yurisdiksi. Sedangkan dalam hal sengketa konsumen, para pihak dapat menempuh jalur pengadilan maupun di luar pengadilan sesuai kesepakatan para pihak, namun alternatif penyelesaian sengketa secara *online* dapat dilaksanakan secara penuh.

Penelitian ini menyarankan kepada pemerintah untuk segera membentuk Peraturan Pemerintah tentang transaksi dagang melalui sistem elektronik dan mengatur mengenai penyelesaian sengketa secara *online*.⁷ Namun *Marketplace* tetap dituntut bertanggung jawab untuk memastikan bahwa penjual yang terdaftar di *platform* mereka mematuhi undang-undang perlindungan konsumen.

UUPK menjadi landasan hukum utama yang mengatur perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Di Indonesia, sejak adanya UUPK, maka diharapkan upaya perlindungan konsumen yang selama ini dianggap kurang diperhatikan dapat menjadi salah satu prioritas negara. Konsumen dapat menggunakan undang-undang ini untuk melindungi kepentingan mereka dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

⁷ Sulasi Rongiyati, "Pelindungan Konsumen dalam Transaksi Dagang Melalui Sistem Elektronik Consumer Protection in E-Commerce", *Jurnal Negara Hukum* 10, no. 1 (Juni 2019): 1.

Perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* menjadi fokus utama dalam aturan hukum yang ada. Konsumen harus diberikan perlindungan khusus karena mereka rentan terhadap berbagai kemungkinan yang dapat merugikan mereka, seperti penipuan atau produk cacat. UUPK memberikan pedoman dan sarana hukum bagi konsumen untuk memperjuangkan hak-hak mereka dan melindungi kepentingan mereka. Di sisi lain, pelaku usaha juga harus memiliki iktikad baik dalam melakukan transaksi jual beli secara *online*. Meskipun telah ada undang-undang yang mengatur perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, masih diperlukan perbaikan dan tambahan substansi peraturan untuk melindungi semua pihak yang terlibat. Dalam menghadapi perkembangan pesat ilmu pengetahuan dan teknologi, peraturan harus mampu mengantisipasi berbagai kemungkinan yang dapat merugikan kepentingan semua pihak.

Undang-undang ini merupakan aturan khusus yang diintegrasikan dan dikhususkan untuk melindungi konsumen dalam menggunakan barang atau jasa. Tujuannya adalah menciptakan kondisi iklim bisnis yang baik antara penjual dan pembeli. Sendi hukum utama yang menjadi dasar pelaksanaan perlindungan konsumen, adalah falsafah Pancasila, sebagai pandangan hidup bangsa dan dasar Negara Republik Indonesia. Oleh karena itu, UUPK sebagai produk dari Dewan Perwakilan Rakyat juga terikat pada pandangan hidup dan dasar Negara

Pancasila. Dimana guna memenuhi butir-butir falsafah tersebut di atas, UUPK menegaskan, bahwa perlindungan konsumen Indonesia berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan, serta kepastian hukum.⁸ Dari penjelasan tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa rasio dari adanya UUPK adalah:⁹

1. Menyeimbangkan daya tawar konsumen terhadap pelaku usaha,
2. Mendorong pelaku usaha untuk bersikap jujur dan bertanggung jawab dalam menjalankan kegiatannya.

Penyeimbangan daya tawar konsumen terhadap pelaku usaha, sejalan dengan sikap jujur dan bertanggung jawab dari pelaku usaha. Sangatlah penting, karena berbagai praktik niaga yang tidak jujur dan mengabaikan tanggung jawab, merupakan pengalaman umum di mana saja.

UUPK menegaskannya sebagai: “Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan hukum kepada konsumen”. Kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen itu antara lain adalah dengan memberikan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen dan pelaku usaha dengan mengatur berbagai aspek dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, seperti hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha dalam melakukan transaksi jual beli barang dan jasa. Dimana UUPK juga telah mengatur permasalahan klausula

⁸ Penjelasan Umum Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

⁹ Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya* (Jakarta: Prenada Media Group, Januari 2011): 39.

Baku dan perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam memasarkan dan memproduksi barang dan jasa. UUPK juga memberikan tanggung jawab kepada pelaku usaha (penjual) terhadap barang yang dipasarkan, yaitu berdaya saing tinggi, bermutu dan bernilai tambah atau berdaya guna tinggi. Hal ini mencakup tanggung jawab hukum (*product liability*) dalam menjaga kualitas produk, penggunaan bahan, dan memenuhi apa yang telah disepakati dalam perjanjian. Penuntutan pidana terhadap pelaku usaha: Bagian ini menjelaskan bahwa pelaku usaha dapat dituntut pidana jika melanggar ketentuan perlindungan konsumen. Sumber menyebutkan bahwa penuntutan pidana dapat dilakukan terhadap pelaku usaha dan/atau pengurusnya.

Bentuk Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* diatur dalam ketentuan Pasal 2 dan Pasal 4 poin 1 dan 3 UUPK. Berdasarkan UUPK, asas perlindungan konsumen bernilai manfaat, terwujudnya keadilan, tercipta keseimbangan antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*, senantiasa memperhatikan aspek keamanan dan keselamatan konsumen serta senantiasa terwujudnya kepastian hukum.¹⁰ Sesuai dengan UUPK, maka konsumen berhak untuk memilih barang dan/atau jasa yang diinginkannya serta mendapatkan barang

¹⁰ Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan harga dan kondisi serta jaminan yang telah disepakati atau diperjanjikan. Selain itu “konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa yang diperjualbelikan”.¹¹

Beberapa pasal dalam UUPK tersebut yang dapat menjadi acuan dalam perlindungan konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, antara lain bahwa konsumen berhak mendapatkan perlindungan pada saat bertransaksi baik terhadap keselamatan, kesehatan dan keamanan dalam mengakses barang dan/atau jasa sebagaimana yang diatur dalam UUPK.¹² Produsen atau pedagang wajib menjamin bahwa barang yang dihasilkan atau diperdagangkan aman bagi konsumen. Dalam bertransaksi, konsumen berhak mendapatkan informasi yang jelas dan benar mengenai barang atau jasa yang akan dibeli, serta berhak mengajukan keluhan atau sengketa jika terjadi masalah dalam transaksi. Sebaliknya juga pelaku usaha berkewajiban memberikan informasi yang benar, jelas dan tidak menyesatkan serta berkewajiban memberikan jaminan atau garansi kepada konsumen mengenai barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Sedangkan berdasarkan Pasal 6 ayat (1) UUPK

¹¹ *Ibid.*, Pasal 4 huruf c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

¹² *Ibid.*, Pasal 4 huruf a Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

mengatur bahwa penjual berhak menentukan dan menerima harga pembayaran atas penjualan barang yang diperdagangkan sesuai dengan kesepakatan.

Selain itu sesuai dengan Pasal 6 ayat (2) UUPK, penjual berhak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik untuk mendapatkan keuntungan dari si penjual. Pelaku usaha dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* haruslah beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya. Dimana pelaku usaha haruslah memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang yang dijualnya serta memberikan penjelasan mengenai cara penggunaan dan memberikan jaminan perbaikan dan pemeliharaan jika terdapat kondisi barang dan/atau jasa yang rusak atau tidak sesuai dengan yang ditawarkan. Pelaku usaha seyogyanya memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif. Selain itu, pelaku usaha seyogyanya dapat menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku. Selain itu, pelaku usaha juga memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan. Pelaku usaha juga memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian

atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan serta memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan yang diperjanjikan. Selanjutnya sesuai dengan Pasal 26 ayat (1) UUPK menyebutkan bahwa setiap konsumen berhak untuk mengajukan gugatan atau keluhan apabila merasa dirugikan oleh produk atau jasa yang diperdagangkan.

UUPK juga memberikan perlindungan hukum kepada pelaku usaha pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. UUPK menetapkan bahwa pelaku usaha wajib memberikan informasi yang jelas, benar, dan tidak menyesatkan kepada konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Selain itu, pelaku usaha juga diwajibkan untuk menjaga keamanan data dan informasi pribadi konsumen yang dihasilkan dari transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Beberapa pasal dalam UUPK yang dapat menjadi acuan dalam perlindungan hukum kepada pelaku usaha antara lain selain kewajiban di atas. UUPK juga mengatur bahwa seorang penjual sebagai pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi kepada pembeli atau konsumen apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan yang diperjanjikan. Hal ini dilakukan agar pembeli dapat menuntut haknya apabila terjadi penipuan atas produk yang dilakukan oleh penjual. Sedangkan hak penjual berdasarkan UUPK adalah sebagai berikut:¹³

¹³ *Ibid.*, Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

1. Menentukan dan menerima harga pembayaran atas penjualan barang sesuai dengan kesepakatan antara penjual dan pembeli.
2. Mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan pembeli yang beritikad tidak baik.
3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya dalam penyelesaian sengketa.
4. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum merugikan konsumen yang tidak diakibatkan oleh barang dan atau jasa yang diperdagangkan.

Selain penjual, pembeli sebagai salah satu pihak dalam transaksi jual beli juga memiliki hak dan kewajiban yang harus dipenuhi. Kewajiban pembeli dalam transaksi jual beli menurut UUPK adalah sebagai berikut: ¹⁴

1. Membaca informasi dan mengikuti prosedur atau petunjuk tentang penggunaan dan atau jasa yang dibelinya.
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi jual beli barang atau jasa tersebut.
3. Membayar harga pembelian sesuai dengan yang telah disepakati.
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum secara patut apabila timbul sengketa dari proses jual beli tersebut.

Pasal 17 ayat (1) UUPK juga mengatur bahwa setiap produsen atau pedagang tidak boleh melakukan praktik penjualan atau pemasaran yang menyesatkan, tidak jujur dan/atau mengecoh konsumen.

Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, setiap produsen atau pedagang wajib memenuhi hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan tidak menyesatkan. Setiap produsen atau pedagang wajib memenuhi hak konsumen atas jaminan keamanan, keselamatan, dan kesehatan. Dimana setiap produsen atau pedagang wajib memberikan pelayanan purna

¹⁴ *Ibid.*, Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

jual kepada konsumen. Selain itu, UUPK juga memberikan perlindungan kepada *marketplace* yang menjadi penyedia *platform* bagi transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, antara pelaku usaha dan konsumen. Dalam hal ini, *marketplace* bertindak sebagai pihak yang bertanggung jawab untuk memastikan bahwa pelaku usaha yang terdaftar di *platformnya* mematuhi ketentuan-ketentuan yang diatur dalam UUPK, seperti memberikan informasi yang jelas, benar dan tidak menyesatkan kepada konsumen. Selain itu, *marketplace* juga bertanggung jawab untuk menjaga keamanan data dan informasi pribadi konsumen yang dihasilkan dari transaksi jual beli yang terjadi di *platformnya*. Namun demikian, dalam beberapa kasus, terkadang muncul perdebatan mengenai tanggung jawab *marketplace* dalam mengatasi sengketa atau masalah yang terjadi antara pelaku usaha dan konsumen yang menggunakan *platformnya*. Oleh karena itu, diperlukan peraturan yang lebih detail dan jelas mengenai kewajiban dan tanggung jawab *marketplace* dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, untuk memastikan perlindungan yang lebih baik bagi pelaku usaha dan konsumen.

Pengaturan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace*, khususnya pada *marketplace*, masih menjadi perhatian penting di Indonesia. Dalam konteks *marketplace e-commerce*, terdapat beberapa aturan yang mengatur perlindungan konsumen dan penyelesaian

sengketa. Berikut adalah penjelasan aturan pada *marketplace e-commerce* di Indonesia. UUPK merupakan aturan yang mengatur perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, undang-undang ini memberikan hak-hak konsumen dalam hal jaminan kualitas produk, informasi yang akurat dan jelas, penyelesaian sengketa, dan hak-hak lainnya. Konsumen dapat menuntut haknya berdasarkan undang-undang ini jika terjadi masalah dalam transaksi di *marketplace*. Selain itu, *marketplace* memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa penjual yang terdaftar di *platform* mereka mematuhi undang-undang perlindungan konsumen. Mereka harus menyediakan informasi yang jelas dan akurat tentang produk, memberikan perlindungan terhadap data pribadi konsumen, dan memiliki mekanisme pengaduan dan penyelesaian sengketa yang efektif. *Marketplace* juga harus melakukan verifikasi terhadap penjual yang terdaftar untuk menghindari praktik penipuan atau penjualan produk *illegal*.

Untuk itu, penting untuk adanya kerjasama antara pemerintah dan *platform marketplace* dalam mengatur dan menjalankan perlindungan konsumen. Pemerintah dapat memberikan regulasi yang jelas dan mengawasi pelaksanaannya, sementara *marketplace* harus mematuhi aturan yang ada dan bekerja sama dengan pemerintah dalam menangani sengketa dan masalah perlindungan konsumen. Namun demikian, selain pengaturan hukum dan peraturan pemerintah, edukasi dan kesadaran konsumen juga sangat penting dalam

perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Konsumen perlu diberi diri mereka dalam transaksi *online* dan bagaimana cara mengenali kan pemahaman tentang hak-hak mereka, cara melindungi diri mereka dalam transaksi *online* dan bagaimana cara mengenali penipuan atau praktik tidak sehat dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Pemerintah dan *platform marketplace* dapat berperan dalam menyediakan edukasi dan kesadaran kepada konsumen.

Meskipun beberapa regulasi (pengaturan) dan mekanisme perlindungan konsumen telah ada, namun dalam transaksi *e-commerce* di *marketplace*, masih diperlukan upaya yang lebih lanjut untuk memastikan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. telah memadai. Untuk itu, tetap perlu terus meningkatkan perlindungan konsumen dan menangani masalah yang muncul dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Kerjasama antara pemerintah, *platform marketplace* dan konsumen sangat penting dalam memastikan perlindungan yang memadai bagi konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Meskipun telah ada aturan yang mengatur perlindungan konsumen dan penyelesaian sengketa dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Di *marketplace*, masih terdapat tantangan yang perlu dihadapi. Salah satunya adalah penyelesaian sengketa lintas negara, di mana penyelesaian melalui peradilan internasional dapat menjadi rumit dan mahal. Selain itu, perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli

melalui *platform marketplace* dalam lingkup internasional juga masih menjadi permasalahan yang perlu diselesaikan.

Meskipun UUPK mengatur beberapa hak konsumen terkait transaksi digital, masih diperlukan revisi untuk mengakomodasi hak-hak konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dengan lebih baik. Revisi ini diharapkan dapat memperkuat perlindungan konsumen dalam transaksi digital dan melindungi mereka dari praktik yang merugikan.

Di Indonesia, sejak adanya UUPK, maka diharapkan upaya perlindungan konsumen yang selama ini dianggap kurang diperhatikan dapat menjadi salah satu prioritas negara. Tujuan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen yang direncanakan adalah guna meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen, selain itu secara tidak langsung dapat mendorong rasa tanggung jawab pelaku usaha ketika menyelenggarakan kegiatan usahanya.

Dengan demikian, konsumen seringkali berada dalam posisi yang lemah, sehingga sejak adanya UUPK, diharapkan upaya perlindungan konsumen yang selama ini dianggap kurang diperhatikan menjadi lebih diperhatikan. Karena, pada dasarnya setiap warga negara berhak atas perlindungan hukum, salah satunya perlindungan terhadap konsumen. Selain itu, PBB juga telah mengeluarkan pedoman yang mengatur prinsip utama konsumen, undang-undang perlindungan konsumen, dan membantu negara anggota untuk merumuskan dan menegakkan hukum, peraturan dan regulasi domestik mengenai perlindungan konsumen.

c. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 45 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5512),

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, tidak hanya mengatur perdagangan dalam negeri, tetapi juga perdagangan luar negeri termasuk juga perdagangan melalui Sistem Elektronik. UU Perdagangan ini memiliki kaitannya dengan perdagangan melalui *platform marketplace*, khususnya dalam pasal yang berhubungan dengan perdagangan melalui sistem elektronik. Pasal 66 mengatur tentang transaksi perdagangan melalui sistem elektronik, mencakup penjualan barang dan jasa yang dilakukan secara *online*.¹⁵ Pasal 66 mengatur bahwa ketentuan lebih lanjut mengenai transaksi perdagangan melalui sistem elektronik diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Pemerintah.¹⁶ Ini menunjukkan bahwa ada peraturan khusus yang mengatur tentang perdagangan melalui sistem elektronik, yang dikenal sebagai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE).¹⁷

PMSE adalah perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik. Dalam PMSE, para pihak harus memperhatikan prinsip-prinsip, seperti itikad baik, kehati-hatian, transparansi, keterpercayaan, akuntabilitas, keseimbangan dan adil dan sehat. PMSE dapat

¹⁵ Jogloabang, "UU 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan," Diakses pada tanggal 10 Mei 2019 Pukul 21.09 WIB. , <https://www.jogloabang.com/>.

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ Kominfo, "Inilah Aturan Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik", Diakses pada tanggal 4 Desember 2019 Pukul 15.11 WIB. , <https://www.kominfo.go.id/>.

dilakukan oleh Pelaku Usaha, Konsumen, Pribadi, dan instansi penyelenggara negara sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang selanjutnya disebut dengan para pihak.¹⁸ Dalam konteks jual beli melalui *platform marketplace*, PMSE memainkan peran penting dalam memfasilitasi transaksi *online* dan mempromosikan perdagangan dalam negeri dan internasional. Selain itu, PMSE juga memfasilitasi pelaporan dan pengawasan terhadap transaksi perdagangan, sehingga memungkinkan pemerintah untuk menjamin keamanan dan kelancaran transaksi perdagangan.¹⁹

Berdasarkan ketentuan Pasal 65 UU Perdagangan mengatur dasar perdagangan secara elektronik, dalam melaksanakan transaksi elektronik berupa media *online*, syarat wajib yang harus diperhatikan adalah penjual barang atau jasa harus mencantumkan informasi yang secara jujur, asli serta akurat kepada konsumen. Perdagangan melalui sistem elektronik dalam transaksi elektronik memberikan penjelasan mengenai adanya pengaturan dalam transaksi elektronik. Setiap pelaku dagang usaha atau jasa dalam adanya transaksi elektronik wajib menyertakan informasi tentang barang dan jasa yang diperjualbelikan secara jujur, terbuka serta akurat. Serta setiap pelaku dagang dan usaha sangat dilarang keras dalam melakukan perdagangan, dimana jika barang atau jasa yang diterima

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ Kominfo, *loc. cit.*

konsumen tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan, karena hal ini sangat bertentangan dengan pengaturan hukum yang berlaku atas perdagangan.²⁰

d. Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 39 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6641),

Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan, memiliki beberapa ketentuan yang berhubungan dengan transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Sesuai dengan Pasal 56 Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan, dalam menjual barang, produsen tidak perlu memiliki perizinan berusaha di bidang perdagangan. Ini berarti bahwa produsen yang beroperasi secara *online*, atau dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, tidak perlu memiliki perizinan berusaha di bidang perdagangan. Namun, mereka masih harus mengikuti aturan-aturan yang berlaku untuk melindungi konsumen dan memastikan bahwa mereka memberikan produk dan layanan berkualitas.²¹

²⁰ Fery, Nurdiansyah, "Pentingnya Perlindungan Konsumen Di Bidang E-Commerce Terhadap Transaksi Internasional", Diakses pada tanggal 27 Januari 2023 Pukul 17.15 WIB., <https://kompasiana.com>.

²¹ Suryaden, "PP 29 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan", Diakses pada tanggal 4 April 2021 Pukul 20.30 WIB., <https://www.jogloabang.com/>.

Selanjutnya sesuai dengan Pasal 58 Peraturan Pemerintah tersebut, produsen pada *platform marketplace* yang memiliki skala usaha mikro atau kecil juga dapat menjual produknya langsung kepada konsumen tanpa perlu memiliki distributor atau agen. Pengaturan jual beli pada *platform marketplace* sesuai dengan Pasal 103 Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan, juga mengatur bahwa produsen pada *platform marketplace* yang menggunakan jasa distribusi juga perlu melaporkan distribusi barangnya kepada Menteri. Sanksi administratif kepada produsen pada *platform marketplace* melanggar aturan-aturan yang berlaku, mereka dapat diberikan sanksi termasuk penarikan barangnya dan penghentian sementara kegiatan usaha sebagaimana yang diatur dalam Pasal 169 Peraturan Pemerintah tersebut.

- e. **Peraturan Pemerintah Nomor 04 Tahun 2019 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 12 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6306)**, Peraturan Pemerintah ini mengatur mengenai Kedudukan, Tugas dan Fungsi serta Organisasi, Sekretariat dan keanggotaan dari BPKN dan pendanaan.
- f. **Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan, Pengawasan dan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2001 Nomor 103 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4126)**,

Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan Pengawasan dan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen, adalah peraturan yang bertujuan untuk melindungi konsumen dalam transaksi dagang dan usaha. Perlindungan konsumen berlaku untuk segala jenis transaksi jual beli, baik yang dilakukan secara langsung maupun melalui *platform online*. Konsumen tetap memiliki hak penuh untuk mendapatkan barang sesuai dengan yang dijanjikan melalui iklan. Jika tidak sesuai, konsumen berhak mengajukan perlindungan konsumen sesuai dengan undang-undang yang berlaku.²²

g. Keputusan Presiden Nomor 90 Tahun 2001 tentang Pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2001 Nomor 105),

Keputusan Presiden Nomor 90 Tahun 2001 tentang Pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), adalah sebuah peraturan yang dikeluarkan oleh Presiden Republik Indonesia. Keputusan ini bertujuan untuk mempermudah penyelesaian sengketa konsumen dan memberikan kepastian hukum dalam mengatasi sengketa konsumen. BPSK adalah lembaga yang bertugas untuk menyelesaikan sengketa konsumen. Sengketa konsumen adalah konflik yang timbul antara konsumen dan produsen atau penyedia layanan terkait atas produk atau layanan yang dikonsumsi atau dinikmati oleh konsumen.

²² Marsha N. Safithri, "Perlindungan Konsumen : Undang-Undang, Lembaga, dan Hukumnya", Diakses pada tanggal 23 Februari 2022 Pukul 09.15 WIB., <https://www.majoo.id.go.id/>.

Dalam konteks *e-commerce*,²³ BPSK memiliki peran penting dalam menyelesaikan sengketa konsumen yang terjadi dalam transaksi *online*. Misalnya, jika konsumen merasa tidak puas atau terjadi konflik terkait produk atau layanan yang dibeli dari produsen *online*, konsumen dapat mengajukan sengketa kepada BPSK. BPSK akan kemudian bertugas untuk menyelesaikan sengketa tersebut, baik melalui negosiasi atau mediasi, atau dengan memberikan keputusan penyelesaian sengketa. Keputusan ini juga memastikan bahwa konsumen memiliki hak untuk menyelesaikan sengketa mereka dengan cara yang adil dan cepat. Selain itu, keputusan ini juga bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan dan produk yang disediakan oleh produsen *online*, sehingga menciptakan lingkungan perdagangan yang lebih baik dan lebih transparan.²⁴

h. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan 350/MPP/Kep/12/2001 tanggal 10 Desember 2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan 350/MPP/Kep/12/2001 tanggal 10 Desember 2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), adalah

²³ Sisinfo - Direktorat Jenderal Peraturan Perundang-undangan (Ditjen PP), "Keputusan Presiden Nomor 90 Tahun 2001 Tentang Pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen pada Pemerintah Kota Medan, Kota Palembang, Kota Jakarta Pusat, Kota Jakarta Barat, Kota Bandung, Kota Semarang, Kota Yogyakarta, Kota Surabaya, Kota Malang dan Kota Makassar", Diakses pada tanggal 4 Mei 2023 Pukul 11.25 WIB., <https://www.peraturan.go.id/>.

²⁴ *Ibid.*

peraturan yang dikeluarkan oleh Menteri Perindustrian dan Perdagangan untuk menentukan tugas dan wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Dalam keputusan ini, BPSK diberikan tugas dan wewenang untuk menyelesaikan sengketa konsumen. Sengketa konsumen adalah konflik yang timbul antara konsumen dan produsen atau penyedia layanan terkait atas produk atau layanan yang dikonsumsi atau dinikmati konsumen.²⁵

BPSK memiliki tugas dan wewenang untuk menyelesaikan sengketa konsumen melalui proses negosiasi, mediasi, atau dengan memberikan keputusan penyelesaian sengketa. Selain itu, BPSK juga memiliki tugas dan wewenang untuk menegakkan ketentuan-ketentuan hukum yang berlaku terkait perlindungan konsumen. Dalam konteks *e-commerce*, BPSK memiliki peran penting dalam menyelesaikan sengketa konsumen yang terjadi dalam transaksi *online*. Misalnya, jika konsumen merasa tidak puas atau terjadi konflik terkait produk atau layanan yang dibeli dari produsen *online*, konsumen dapat mengajukan sengketa kepada BPSK. BPSK akan kemudian bertugas untuk menyelesaikan sengketa tersebut.²⁶

Dalam konteks transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, BPSK memiliki peran penting dalam menyelesaikan sengketa konsumen yang terjadi dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Sengketa konsumen,

²⁵ Sisinfo - Direktorat Jenderal Peraturan Perundang-undangan (Ditjen PP), *loc. cit.*.

²⁶ *Ibid.*

pelaku usaha dan *marketplace* adalah konflik yang timbul antara konsumen dan produsen atau penyedia layanan terkait atas produk atau layanan yang dikonsumsi atau dinikmati oleh konsumen. Misalnya, jika konsumen merasa tidak puas atau terjadi konflik terkait produk atau layanan yang dibeli dari produsen *online*, konsumen dapat mengajukan sengketa kepada BPSK. Dalam konteks perdagangan melalui *platform marketplace*, BPSK memiliki tugas dan wewenang untuk menyelesaikan sengketa tersebut, baik melalui proses negosiasi, mediasi, atau dengan memberikan keputusan penyelesaian sengketa. Selain itu, BPSK juga memiliki tugas dan wewenang untuk menegakkan ketentuan-ketentuan hukum yang berlaku terkait perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*.²⁷

i. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 72 Tahun 2020 tentang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 1039),

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 72 Tahun 2020 tentang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, yang selanjutnya disingkat dengan BPSK, adalah peraturan yang dikeluarkan oleh Menteri Perdagangan untuk menentukan tugas dan wewenang BPSK. Dalam konteks *e-commerce*, BPSK

²⁷ Sisinfo - Direktorat Jenderal Peraturan Perundang-undangan (Ditjen PP), *loc. cit.*

memiliki peran penting dalam menyelesaikan sengketa konsumen yang terjadi dalam transaksi *online*. Misalnya, jika konsumen merasa tidak puas atau terjadi konflik terkait produk atau layanan yang dibeli dari produsen *online*, konsumen dapat mengajukan sengketa kepada BPSK. BPSK akan kemudian bertugas untuk menyelesaikan sengketa tersebut, baik melalui negosiasi, mediasi, atau dengan memberikan keputusan penyelesaian sengketa.

Dalam peraturan ini, BPSK diberikan tugas dan wewenang untuk menyelesaikan sengketa konsumen. Sengketa konsumen adalah konflik yang timbul antara konsumen dan produsen atau penyedia layanan terkait atas produk atau layanan yang dikonsumsi atau dinikmati konsumen. BPSK memiliki tugas dan wewenang untuk menyelesaikan sengketa konsumen melalui proses negosiasi, mediasi, atau dengan memberikan keputusan penyelesaian sengketa. Selain itu, BPSK juga memiliki tugas dan wewenang untuk menegakkan ketentuan-ketentuan hukum yang berlaku terkait perlindungan konsumen.²⁸

BPSK sebagai lembaga quasi yudisial yang keberadaannya berada dalam lingkup kekuasaan kehakiman, namun sejak diberlakukannya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, BPSK ditarik ke tingkat provinsi bukan di tingkat kabupaten/kota lagi.

²⁸ Sisinfo - Direktorat Jenderal Peraturan Perundang-undangan (Ditjen PP), "Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 72 Tahun 2020 Tentang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen", Diakses pada tanggal 15 Februari 2023 Pukul 14.30 WIB., <https://www.peraturan.go.id/>.

j. Surat Edaran Dirjen Perdagangan Dalam Negeri Nomor 235/DJPDN/VII/2001 tentang Penanganan pengaduan konsumen yang ditujukan kepada Seluruh dinas Indag Prop/Kab/Kota,

Surat Edaran Dirjen Perdagangan Dalam Negeri Nomor 235/DJPDN/VII/2001 tentang Penanganan Pengaduan Konsumen, adalah sebuah peraturan yang dikeluarkan oleh Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri untuk selanjutnya disingkat dengan DJPDN, bertujuan untuk memberikan panduan dan petunjuk tentang penanganan pengaduan konsumen yang ditujukan kepada seluruh Dinas Indag Prop/Kab/Kota.²⁹

Pengaduan konsumen adalah proses dimana konsumen menyampaikan keluhan atau komplain terkait dengan produk atau jasa yang mereka terima. Dalam hal ini, pengaduan konsumen dapat menjadi alat yang efektif untuk memastikan bahwa pelaku usaha memenuhi harapan dan ekspektasi konsumen. Oleh karena itu, penanganan pengaduan konsumen menjadi peran penting dalam melindungi hak konsumen.³⁰

Surat Edaran ini mengarahkan bahwa penanganan pengaduan konsumen harus dilakukan secara adil, transparan dan cepat. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa konsumen merasa dihargai dan pengaduan mereka ditangani dengan hati-hati. Selain itu, penanganan pengaduan

²⁹ Wikipedia (Ensiklopedia Bebas), *loc. cit.*

³⁰ Marsha N. Safithri, *loc. cit.*

konsumen juga bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan dan produk yang disediakan oleh pelaku usaha.³¹

Surat Edaran ini menentukan bahwa setiap konsumen memiliki hak untuk mengajukan pengaduan terkait produk atau layanan yang dibeli dari produsen *online*. Pengaduan ini dapat berupa keluhan, kritik, atau pengajuan penyelesaian sengketa. Pengaduan ini kemudian harus ditangani oleh produsen *online*. Dalam Surat Edaran ini, produsen *online* diberi wewenang untuk menyelesaikan pengaduan konsumen. Penyelesaian pengaduan bisa berupa negosiasi atau mediasi. Jika negosiasi atau mediasi tidak berhasil, maka produsen *online* harus memberikan penyelesaian sengketa. Proses penyelesaian sengketa adalah proses yang dilakukan oleh produsen *online* untuk menyelesaikan pengaduan konsumen. Penyelesaian sengketa bisa berupa kompensasi, ganti rugi, atau penggantian. Penyelesaian sengketa ini harus dilakukan dalam jangka waktu yang ditentukan oleh hukum. Dalam Surat Edaran ini, produsen *online* diberi tanggung jawab untuk menangani pengaduan konsumen dengan cara yang adil dan cepat. Produsen *online* juga diberi tanggung jawab untuk memastikan bahwa produk atau layanan yang disediakan sesuai dengan deskripsi dan kualitas yang dijanjikan.³²

³¹ Pinter Pandai, "Perlindungan Konsumen, BPKN RI, Hak dan Kewajiban Konsumen, Contoh Kasus, Hak dan Kewajiban Pengusaha/Pelaku Usaha", Diakses pada tanggal 10 Februari 2020 Pukul 13.20 WIB., <https://www.pinterpandai.com/>.

³² Wikipedia (Ensiklopedia Bebas), *loc. cit.*

k. Surat Edaran Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Nomor 795/DJPDN/SE/12/2005 tentang Pedoman Pelayanan Pengaduan Konsumen,

Surat Edaran Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Nomor 795 /DJPDN/SE/12/2005 tentang Pedoman Pelayanan Pengaduan Konsumen, adalah sebuah peraturan yang dikeluarkan oleh DJPDN yang bertujuan untuk memberikan pedoman tentang pelayanan pengaduan konsumen.³³

Pedoman ini menjadi acuan bagi pelaku usaha dalam melayani pengaduan konsumen. Pelayanan yang baik dan adil dapat membantu meningkatkan kepuasan konsumen dan menjaga reputasi usaha.³⁴ Dalam konteks transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, Surat Edaran ini menyatakan bahwa setiap konsumen memiliki hak untuk mengajukan pengaduan terkait produk atau layanan yang dibeli dari produsen pada *platform marketplace*. Pengaduan ini dapat berupa keluhan, kritik, atau pengajuan penyelesaian sengketa. Produsen pada *platform marketplace* harus menangani pengaduan ini dengan cara yang adil, cepat, dan tepat waktu. Jika dalam waktu yang ditentukan produsen pada *platform marketplace* tidak menangani pengaduan, mereka harus memberikan penjelasan atau penanggapan.

³³ Marsha N. Safithri, *loc. cit.*

³⁴ Pinter Pandai, *loc. cit.*

Selain itu, Surat Edaran ini juga menentukan bahwa produsen pada *platform marketplace* harus memiliki kebijakan dan prosedur yang kuat untuk mengelola pengaduan konsumen. Misalnya, produsen pada *platform marketplace* harus memiliki prosedur untuk memeriksa dan memantau pengaduan konsumen. Produsen pada *platform* perdagangan *online* juga harus memiliki prosedur untuk menyelesaikan pengaduan konsumen dengan cara yang adil dan cepat. Surat Edaran ini juga menentukan bahwa produsen pada *platform marketplace* pada *platform marketplace* harus memiliki mekanisme untuk memantau dan mengelola pengaduan konsumen. Misalnya, produsen pada *platform marketplace* harus memiliki sistem untuk melacak pengaduan konsumen, mencatat respon yang diberikan dan melaporkan hasil penyelesaian pengaduan konsumen.³⁵

Pelayanan pengaduan konsumen mencakup proses penanganan pengaduan dari konsumen, termasuk pemrosesan pengaduan, penyelesaian konflik dan penyelesaian sengketa. Pelayanan ini harus dilakukan secara adil, transparan, dan cepat. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa konsumen merasa dihargai dan pengaduan mereka ditangani dengan hati-hati. Pedoman ini juga mencakup penanganan pengaduan yang bersifat internal, yang melibatkan

³⁵ Arbi Akuntansi, "Pengaduan Konsumen dan Contoh Surat", Diakses pada tanggal 4 Juli 2013 Pukul 10.05 WIB., <https://www.arbiakuntansi-community.blogspot.com/>.

pengaduan yang ditujukan kepada pelaku usaha itu sendiri. Dalam hal ini, pelaku usaha harus menjaga kualitas layanan dan produknya.³⁶

1. Peraturan Bank Indonesia (BI),

Bank Indonesia juga memiliki peraturan terkait kegiatan transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, seperti :

- Peraturan Bank Indonesia Nomor 14/2/PBI/2012 tentang Perubahan atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/11/PBI/2009 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 11 DASP dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5275) tentang Penyelenggaraan Kegiatan Alat Pembayaran Dengan Menggunakan Kartu,
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 14/23/PBI/2012 tentang Transfer Dana Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 283 DASP dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5381,
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/8/PBI/2014 tentang Perubahan atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 69,
- Peraturan, Peraturan Bank Indonesia Nomor 8/28/PBI/2016 Tanggal 5 Desember 2006 tentang Kegiatan Usaha Pengiriman Uang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2006 Nomor 98 DASP dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4665),

³⁶ Pinter Pandai. *loc. cit.*

- Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 Tanggal 3 Mei 2018 tentang Perubahan atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*), peraturan ini mengatur tentang kegiatan keuangan dan pembayaran dalam transaksi *e-commerce* (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2006 Nomor 98) dan
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 3 Tahun 2023 tentang Perlindungan Konsumen Bank Indonesia (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 13/BI).

m. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK),

OJK memiliki peraturan yang mengatur perlindungan konsumen di sektor jasa keuangan, termasuk dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, seperti :

- Peraturan OJK Nomor 22 Tahun 2023 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 NOMOR 40/OJK dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 62/OJK), merupakan salah satu peraturan yang berkaitan dengan hal tersebut.
- Selain itu ada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 18/POJK.03/2016 Tanggal 16 Maret 2016 tentang Penerapan Manajemen Risiko Bagi Bank Umum (Lembaran Negara Republik

- Indonesia Tahun 2016 Nomor 53 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia NOMOR 5861),
- POJK Nomor 6/POJK.07/2022 Tanggal 14 April 2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 99 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6788), dan
- Peraturan OJK Nomor 61/POJK.07/2020 Tanggal 14 Desember 2020 tentang Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa Sektor Jasa keuangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 290 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6599).

Pemerintah Indonesia terus berupaya untuk mengembangkan dan memperbarui peraturan terkait transaksi jual beli pada *platform marketplace* guna memastikan efektivitas, perlindungan, dan keamanan bagi seluruh warga Indonesia dalam melaksanakan transaksi jual beli pada *platform marketplace*.

Dilihat dari pengaturan Hukum Perlindungan Hukum Transaksi Jual Beli melalui *platform marketplace* terdapat adanya kelemahan, yaitu antara lain: ³⁷

³⁷ Rofiq Hidayat - Direktorat Jenderal Peraturan Perundang-undangan (Ditjen PP), "Tiga Kelemahan UU Perlindungan Konsumen," Diakses pada tanggal 15 Maret 2023 Pukul 09.35 WIB., <https://www.hukumonline.com/>.

1. Soal substansi hukum. Dalam UUPK memang sudah menuai banyak persoalan, seperti di Pasal 54 dan 56. Penyelesaian sengketa konsumen dilakukan oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dengan membentuk majelis. Padahal dalam Pasal 54 ayat (3) menyebutkan, *“Putusan majelis bersifat final dan mengikat”*. Sementara Pasal 56 ayat (2) menyebutkan, *“Para pihak dapat mengajukan keberatan kepada Pengadilan Negeri paling lambat 14 (empat belas) hari kerja setelah menerima pemberitahuan putusan tersebut”*. Terhadap pengajuan keberatan, Pengadilan Negeri wajib menerbitkan putusan paling lambat 21 hari sejak diterimanya keberatan. Pada Pasal 58 ayat (2) menyebutkan, *“Terhadap putusan Pengadilan Negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (1), para pihak dalam waktu paling lambat 14 (empat belas) hari dapat mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung Republik Indonesia”*. Boleh dibilang adanya pertentangan rumusan norma pasal dalam UUPK.
2. masa struktur hukum maupun aparaturnya. Darmadi menunjuk BPSK. Menurutnya, BPSK menjadi ‘mandul’ dalam hal kewenangan akibat dari Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Pemda). Dia menyebut UU Nomor 8 Tahun 1999 dahulu semua penyelesaian sengketa konsumen dilakukan BPSK yang ada tingkat kabupaten/kota. Tapi melalui UU Nomor 23 Tahun 2014 BPSK malah ditarik ke tingkat provinsi. Menjadi masalah, saat provinsi kekurangan dana dan tak lagi ada yang mengurus persoalan sengketa konsumen. Ujungnya, BPSK nyaris di seluruh Indonesia tutup atau setidaknya anggaran menjadi turun.
3. Soal budaya hukum. Dia menilai, masyarakat Indonesia enggan melapor ke pihak berwenang dengan alasan bakal lebih banyak kerugian ketimbang tak melapor persoalan sengketa konsumen. Menurutnya, hasil penelitian menunjukkan 67 persen permasalahan sengketa konsumen, masyarakat cenderung pasrah enggan melapor.

2. Pengaturan Hukum Penyelenggaraan Sistem Elektronik pada Jual Beli melalui *Platform Marketplace* di Indonesia

- a. **Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843) sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) (Lembaran Negara Republik INDONESIA TAHUN 2024 Nomor 1 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6905),**

Pengaturan Hukum UU ITE merupakan undang-undang yang mengatur tentang penggunaan teknologi informasi dan transaksi elektronik, termasuk dalam konteks transaksi jual beli pada *platform marketplace*. UU ITE lebih mengatur secara umum mengenai penyelenggaraan sistem elektronik. *Marketplace* sebagai salah satu objek dari UU ITE telah mengatur transaksi elektronik. UU ITE memberikan perlindungan kepada konsumen dalam transaksi jual beli pada *platform perdagangan online (marketplace)* termasuk dalam hal keamanan dan privasi. Di Indonesia yang menjadi dasar hukum utama bagi konsumen yang melakukan transaksi jual beli pada *platform marketplace* ialah UU ITE. Aturan ini merupakan aturan hukum mengenai internet pertama di Indonesia.

Namun aturan UU ITE dalam sejarahnya telah mengalami 2 (dua) kali perubahan, yaitu perubahan pertama, yaitu UU ITE Nomor 19 Tahun 2016 yang menunjukkan dinamika dan keinginan masyarakat akan adanya penyempurnaan pasal-pasal UU ITE, khususnya akan ketentuan pidana konten *illegal*. Selanjutnya delapan tahun sejak perubahan pertama, masih ada kebutuhan penyesuaian dengan diberlakukannya UU ITE Nomor 1 Tahun 2024. Hal ini menunjukkan bahwa hukum perlu menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat dan perkembangan hukum, baik secara nasional maupun global. Dimana dalam perubahan kedua ini, Menkominfo menekankan arti penting dalam mewujudkan keadilan, ketertiban umum dan kepastian hukum masyarakat yang membawa perubahan ke arah yang jauh lebih progresif dan komprehensif. Perubahan kedua ini bertujuan untuk memperkuat kebijakan nasional, untuk memenuhi dan melindungi kepentingan masyarakat luas.³⁸

Dalam aturan hukum yang ada seperti yang disebutkan perdagangan diatur didalamnya. Dalam hal ini jual beli pada *platform marketplace* secara cukup jelas tertuang dalam aturan tersebut mulai dari, pengertian, pemahaman, dasar hukum, penyelenggara, hubungan hukum pelaku transaksi elektronik serta informasi akurat dan perlindungan terhadap konsumen.

³⁸ Leski Rizkinaswara, “Perubahan Kedua atas UU ITE Wujudkan Kepastian Hukum Ruang Digital”, Diakses pada tanggal 13 Juli 2024 Pukul 16.03 WIB., <https://aptika.kominfo.go.id>.

Undang-Undang ini melindungi hak-hak konsumen dan mengatur tentang keamanan dan privasi dalam transaksi elektronik. UU ITE menyatakan bahwa transaksi elektronik harus memenuhi syarat sah dan mengikat, serta memperoleh bukti transaksi yang dapat diterima secara hukum. Selain itu, UU ITE juga mengatur mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik. Sesuai dengan Pasal 9 UU ITE diatur bahwa Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. UU ITE juga memiliki peran dalam melindungi konsumen dalam transaksi *online*. Beberapa pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha kepada konsumennya melalui transaksi *online* dapat ditindak menggunakan dasar hukum UU ITE.

Dalam konteks transaksi jual beli pada *platform marketplace*, perlindungan konsumen dalam *marketplace* sangat penting untuk memastikan keamanan dan kepercayaan dalam transaksi. UU ITE merupakan undang-undang yang mengatur penggunaan teknologi informasi dan transaksi elektronik, termasuk dalam konteks jual beli pada *platform marketplace*. Sesuai dengan Pasal 2 UU ITE ini memberikan perlindungan kepada konsumen. yang melakukan perbuatan hukum sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang ini, baik yang berada di wilayah hukum Indonesia maupun di luar wilayah hukum Indonesia, yang memiliki akibat hukum di wilayah hukum Indonesia dan/atau di luar wilayah hukum Indonesia dan merugikan

kepentingan Indonesia dalam transaksi *online*, termasuk dalam hal keamanan dan privasi. Namun, studi menunjukkan bahwa UU ITE belum sepenuhnya mampu memberikan perlindungan hukum yang memadai bagi konsumen pada konteks transaksi jual beli pada *platform marketplace* terutama dalam hal penyelesaian sengketa dan keamanan transaksi. Pengaturan transaksi jual beli pada *platform marketplace* berdasarkan UU ITE serta peraturan lain di Indonesia dalam lingkup ekonomi global terkait perlindungan transaksi bagi pengguna *platform marketplace* dengan hukum positif di Indonesia dapat ditujukan kepada :

- Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019,
- Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019, Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012, Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik serta Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang mana di dalam perubahan terbaru pengganti Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 ini masih banyak menggunakan peraturan dalam Undang-Undang terdahulu.³⁹

³⁹ Komang Restiawan dan I Wayan Novy Purwanto , “Perlindungan Bagi Pengguna E-Commerce dalam Perluasan Ekonomi Global”, *Jurnal Kertha Semaya* 10, no. 2 (2022): 475-484.

- a. **Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2021 tentang Pengesahan *ASEAN Agreement on Electronic Commerce* (Persetujuan ASEAN tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik) (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 234 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6728),**

Undang-Undang ini mengatur mengenai pengesahan *ASEAN Agreement on Electronic Commerce* (Persetujuan ASEAN tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik) yang telah ditandatangani Pemerintah Republik Indonesia dan Pemerintah Negara-negara Anggota Perhimpunan Bangsa-Bangsa Asia Tenggara pada tanggal 22 Januari 2019 di Ha Noi, Viet Nam.

- b. **Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 222 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6420),**

Presiden Joko Widodo sudah resmi menandatangani Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Peraturan Pemerintah ini mulai berlaku efektif pada tanggal 25 November 2019. PMSE merupakan peraturan yang

mengatur tentang perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik (sistem elektronik), termasuk *marketplace*. Dengan adanya regulasi ini jika pelaku usaha tidak memenuhi aturan hukum atau syarat-syarat sah yang ada dalam negara Indonesia maka, akan terjadinya sengketa yang berakibat kerugian yang dialami oleh konsumen. Dalam tidaknya terpenuhi syarat-syarat yang harus dilakukan dalam melakukan transaksi dalam *transaksi jual beli melalui platform marketplace*, dimana pelaku usaha melanggar adanya keakuratan informasi dalam dibagikan kepada konsumen melanggar Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Peraturan ini mengatur kewajiban bisnis *daring* untuk menyediakan informasi yang lengkap dan jelas kepada konsumen serta memberikan sanksi bagi pelanggaran seperti iklan yang tidak sesuai.⁴⁰

Dalam melakukan PMSE, para pihak harus memperhatikan prinsip iktikad baik, kehati-hatian, transparansi, keterpercayaan, akuntabilitas, keseimbangan, serta adil dan sehat dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace*. Peraturan ini juga mengatur tentang pelaku usaha luar negeri yang melakukan penawaran dan/atau

⁴⁰ Pasal 80 Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara RI Tahun 2021 Nomor 234, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6728.

PMSE kepada konsumen di Indonesia.

Peraturan Pemerintah ini mengatur ruang lingkup pengaturan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik meliputi: yang meliputi pihak yang melakukan PMSE, persyaratan dalam PMSE, penyelenggaraan PMSE, kewajiban Pelaku Usaha, bukti transaksi PMSE, Iklan Elektronik, penawaran secara Elektronik, Penerimaan secara Elektronik dan Konfirmasi Elektronik, Kontrak Elektronik, perlindungan terhadap data pribadi, pembayaran dalam PMSE, pengiriman Barang dan Jasa dalam PMSE, penukaran Barang atau Jasa dan pembatalan pembelian dalam PMSE, penyelesaian sengketa dalam PMSE dan pembinaan serta pengawasan. Pelaku Usaha pada *platform marketplace* diwajibkan untuk melindungi hak-hak konsumen, mulai dari kegiatan penawaran elektronik, iklan, kontrak elektronik, penukaran dan pembatalan.

Sesuai dengan PP ini, PMSE dapat dilakukan oleh Pelaku Usaha, Konsumen, Pribadi dan instansi penyelenggara negara. Dalam kegiatan transaksi jual beli pada *platform marketplace*, ada 4 (empat) kategori pihak yang diizinkan untuk terlibat, yaitu:

1. **Pelaku usaha** adalah pihak yang menyediakan produk atau jasa yang akan dijual melalui *platform e-commerce*. Kewajiban mereka antara lain menyediakan informasi yang akurat dan transparan tentang produk atau jasa yang ditawarkan, mengikuti aturan perlindungan konsumen, dan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen.
2. **Penyedia platform marketplace** adalah pihak yang menyediakan platform atau aplikasi yang memungkinkan pelaku usaha dan konsumen untuk bertransaksi. Kewajiban mereka antara lain menjamin keamanan dan kecepatan transaksi, mengikuti aturan perlindungan konsumen, dan memberikan dukungan dan layanan kepada pelaku usaha dan konsumen.
3. **Konsumen** adalah pihak yang membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Kewajiban mereka antara lain mengetahui dan memahami hak dan kewajiban mereka sebagai konsumen, melakukan pembelian dengan bijaksana, dan mengajukan keluhan atau komplain jika terjadi masalah.
4. **Pemerintah** adalah pihak yang bertanggung jawab atas pembuatan dan penerapan aturan dan regulasi yang mengatur kegiatan transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Kewajiban mereka antara lain menyusun dan memperbaiki aturan dan regulasi yang ada, menegakkan perlindungan konsumen, dan memastikan bahwa semua pihak terlibat dalam kegiatan jual beli melalui *platform marketplace* mematuhi aturan dan regulasi yang berlaku.

Dalam konteks ini, perlindungan konsumen adalah upaya untuk melindungi konsumen dari pelanggaran hak dan kewajiban mereka. Perlindungan ini melibatkan pembatasan penggunaan data pribadi konsumen, jaminan kualitas produk atau jasa, dan penyelesaian komplain atau masalah dengan cepat dan efektif.⁴¹

Peraturan Pemerintah ini sudah mengatur beberapa hal, diantaranya adalah mengenai larangan untuk membagikan dan menggunakan data konsumen ke pihak ketiga dan aturan mengenai data apa saja yang boleh digunakan oleh penyedia layanan transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Kewajiban penyedia layanan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* untuk melaporkan data kepada Badan Pusat Statistik juga turut termasuk di dalam PP ini. Belum ada parameter yang jelas untuk mengukur sejauh mana kinerja para penyedia layanan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dalam mematuhi regulasi yang berlaku.⁴²

c. Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 185 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6400),

⁴¹ Helmi Shemi, *loc. cit.*

⁴² Rezha Hadyan, "Perlindungan Konsumen Platform E-commerce Belum Memadai, Kenapa?", Diakses pada tanggal 12 Januari 2021 Pukul 17.50 WIB., <https://www.lifestyle.bisnis.com/>.

Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, adalah peraturan yang mengatur tentang bagaimana sistem dan transaksi elektronik harus diselenggarakan dalam Indonesia. Peraturan ini memberikan pedoman bagi penyelenggara sistem dan transaksi elektronik dalam melindungi konsumen dalam transaksi *online*. Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 menyatakan bahwa Penyelenggara Sistem Elektronik harus memiliki rencana keberlangsungan bisnis dan prosedur penanganan kejadian yang tak terduga. Penyelenggara Sistem Elektronik harus menjamin keamanan dan keandalan operasi perangkat lunak yang digunakan.⁴³ Penyelenggara Sistem Elektronik harus melindungi pengguna dan masyarakat luas dari kerugian yang ditimbulkan oleh Sistem Elektronik yang diselenggarakannya. Penyelenggara Sistem Elektronik harus melakukan pengamanan terhadap komponen Sistem Elektronik. Penyelenggara Sistem Elektronik harus menampilkan kembali Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik secara utuh sesuai dengan format dan masa retensi yang ditetapkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Penyelenggara Sistem Elektronik harus melakukan Uji Kelaikan Sistem Elektronik dan melindungi pengguna dan masyarakat luas dari

⁴³ Pasal 11 Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara RI Tahun 2019 Nomor 185, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6400.

kerugian yang ditimbulkan oleh Sistem Elektronik yang diselenggarakannya.⁴⁴ Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, dimaksudkan untuk mengatur lebih lanjut terkait:

- Kewajiban bagi setiap Penyelenggara Sistem Elektronik untuk menghapus Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang tidak relevan yang berada di bawah kendalinya atas permintaan Orang yang bersangkutan berdasarkan penetapan pengadilan.
- Peran Pemerintah dalam memfasilitasi pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik, melindungi kepentingan umum dari segala jenis gangguan sebagai akibat penyalahgunaan Informasi Elektronik dan Transaksi Elektronik yang mengganggu ketertiban umum, dan mencegah penyebarluasan dan penggunaan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang dilarang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

d. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 763),

⁴⁴ Jogloabang, "PP 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik", Diakses pada tanggal 22 Oktober 2019 Pukul 20.18 WIB., <https://www.jogloabang.com/>.

Permendag Nomor 31 Tahun 2023 adalah sebuah peraturan yang diterbitkan oleh Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Perdagangan. Peraturan ini bertujuan untuk mengatur perizinan berusaha, periklanan, pembinaan, dan pengawasan pelaku usaha dalam perdagangan melalui sistem elektronik, termasuk transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Permendag ini dibuat untuk mengatasi berbagai praktik tidak sehat dalam perdagangan melalui sistem elektronik yang merugikan Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Selain itu, peraturan ini juga bertujuan untuk membangun ekosistem niaga elektronik (*e-commerce*) yang adil, sehat, dan bermanfaat.⁴⁵

Peraturan ini merupakan revisi dari Permendag Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Revisi ini dilatarbelakangi peredaran barang.

Hal-hal yang esensial diatur dalam Permendag ini, antara lain mengatur mengenai, yaitu:⁴⁶

- Memperjelas definisi model bisnis Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik seperti Lokapasar (*Marketplace*) dan *Social Commerce* untuk mempermudah pembinaan dan pengawasan.

⁴⁵ Elsa Catriana dan Aprillia Ika, "Permendag Nomor 31/2023 Resmi Diundangkan, demi Ekosistem Perdagangan Digital Adil dan Sehat", Diakses pada tanggal 28 September 2023 Pukul 22.10 WIB., <https://www.money.kompas.com/>.

⁴⁶ Rio Ari Seno, "Poin-Poin Penting Permendag Nomor 31 Tahun 2023", Diakses pada tanggal 29 September 2023 Pukul 15.05 WIB., <https://www.grafis.tempo.com/>.

- Menetapkan larangan penjualan barang impor di *marketplace* dengan harga minimum sebesar US\$ 100 per unit. Larangan ini berlaku untuk penjualan secara langsung oleh pedagang (*merchant*) ke Indonesia melalui *platform e-commerce* lintas negara.
- Pemerintah menyediakan *positive list* yaitu daftar barang asal luar negeri yang diperbolehkan dijual langsung atau *cross-border* masuk ke Indonesia melalui *platform e-commerce*.
- Menetapkan syarat khusus bagi pedagang luar negeri pada *marketplace* dalam negeri. Syarat itu antara lain menyampaikan bukti legalitas usaha dari negara asal, pemenuhan standar (SNI wajib) dan halal, pencantuman label berbahasa Indonesia pada produk asal luar negeri, dan asal pengiriman barang.
- Melarang *marketplace* dan *social commerce* untuk bertindak sebagai produsen, sehingga *marketplace* menjadi *platform* berdagang yang sehat bagi setiap pelaku usaha.
- Melarang penguasaan data oleh PPMSE dan afiliasi.
- Mewajibkan PPMSE untuk memastikan tidak terjadi penyalahgunaan penguasaan data penggunaannya untuk dimanfaatkan oleh PPMSE atau perusahaan afiliasinya.

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik mengakui ada enam model bisnis pelaku usaha perdagangan melalui sistem elektronik atau PPMSE dalam negeri. Keenam model bisnis yang dimaksud ialah ritel *daring*, lokapasar, iklan baris, *platform* pembanding harga, *daily deals* dan *social commerce*, yang penjelasannya sebagai berikut: ⁴⁷

1. Retail *Online* adalah pedagang (*merchant*) yang melakukan PPMSE dengan sarana berupa situs *web* atau aplikasi secara komersial yang dibuat, dikelola, dan/atau dimiliki sendiri;

⁴⁷ Mediana, "Permendag No. 31/2023 Tetapkan 6 Model Bisnis Perdagangan *Daring*", Diakses pada tanggal 22 Oktober 2024 Pukul 09.20 WIB., <https://www.kompas.id/>.

2. Lokapasar (*Marketplace*) adalah penyedia sarana yang sebagian atau keseluruhan proses transaksi berada di dalam Sistem Elektronik berupa situs web atau aplikasi secara komersial sebagai wadah bagi pedagang (*merchant*) untuk dapat memasang penawaran barang dan/atau jasa.
3. Iklan Baris *Online* adalah sarana untuk menjalankan Sistem Elektronik berupa situs web atau aplikasi dengan tujuan komersial yang mempertemukan penjual dan pembeli yang keseluruhan proses transaksinya terjadi di luar situs *web* atau aplikasinya.
4. Pelantar (*Platform*) Perbandingan Harga adalah sarana untuk menjalankan Sistem Elektronik berupa situs *web* atau aplikasi dengan tujuan komersial yang menampilkan perbandingan harga barang dan/atau jasa yang dijual pada situs *web* atau aplikasi lain.
5. *Daily Deals* adalah sarana untuk menjalankan Sistem Elektronik berupa situs web atau aplikasi dengan tujuan komersial berupa penjualan kupon diskon dan/atau kemudahan fasilitas lainnya yang dapat digunakan sebagai sarana pembayaran oleh konsumen untuk melakukan pembelian barang dan/atau jasa ke pelaku usaha lainnya.
6. *Social-Commerce* adalah penyelenggara media sosial yang menyediakan fitur, menu, dan/atau fasilitas tertentu yang memungkinkan pedagang (*merchant*) dapat memasang penawaran barang dan/atau jasa.

Dengan demikian, Permendag Nomor 31 Tahun 2023 memberikan aturan yang lebih spesifik terkait *e-commerce*. Berikut ini adalah beberapa poin penting yang terkait dengan *e-commerce* dalam Permendag ini:⁴⁸

1. **Definisi *Social Commerce*:** Dalam Permendag ini, *social commerce* didefinisikan sebagai penyelenggara media sosial yang menyediakan fitur, menu, dan/atau fasilitas tertentu yang memungkinkan pedagang (*merchant*) dapat memasang penawaran barang dan/atau jasa. *Social commerce* dilarang memfasilitasi transaksi pembayaran pada sistem elektroniknya dan hanya dapat melakukan penawaran/promosi barang dan/jasa.⁴⁹

⁴⁸ *Ibid.*

⁴⁹ Elsa Catriana dan Aprillia Ika, *loc. cit.*.

2. **Entitas Badan Usaha** : Untuk menjadi *e-commerce*, entitas badan usaha harus ada. Misalnya, TikTok Shop yang sebelumnya diizinkan sebagai *social commerce*, sekarang harus memiliki entitas baru dan izin baru sebagai *social commerce*. TikTok Shop juga harus terpisah dari media sosial TikTok yang digunakan untuk mengunggah konten-konten digital.
3. **Pemisahan Platform E-Commerce dan Media Sosial** : Permendag ini menegaskan bahwa *platform e-commerce* dan media sosial harus dipisahkan. Hal ini dilakukan untuk mencegah penggunaan data pribadi sebagai kepentingan bisnis.
4. **Penjualan Barang Impor** : Permendag ini juga mengatur penjualan barang impor di dalam negeri. Barang-barang tersebut wajib mengantongi izin edar BPOM RI serta memiliki nilai jual di atas USD100.

Dengan adanya Permendag ini, diharapkan dapat menciptakan ekosistem perdagangan *online* melalui *platform marketplace* yang adil, sehat, dan bermanfaat, serta memperhatikan perkembangan teknologi yang dinamis.

e. Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2016 tentang Batasan dan Tanggung Jawab Penyedia Platform dan Pedagang (Merchant) Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Electronic Commerce) yang Berbentuk User Generated Content (UGC),

Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2016 tentang Batasan dan Tanggung Jawab Penyedia Platform dan Pedagang (Merchant) Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Electronic Commerce) yang berbentuk *User Generated Content*, adalah peraturan yang dikeluarkan oleh Menteri Komunikasi dan Informatika. Surat edaran ini berfokus pada regulatorisasi dan tanggung jawab penyedia platform dan pedagang (merchant) dalam mengelola konten yang dihasilkan oleh pengguna dalam konteks *e-commerce*.

Surat Edaran ini mengakomodir *Safe Harbour Policy* yang diberlakukan di Amerika Serikat. Dimana *Safe Harbour Policy* adalah kebijakan pemerintah yang memisahkan tanggung jawab penyedia situs jual beli *daring* yang berkonsep *marketplace* berbasis *User Generated Content (UGC)* dengan penjual yang memakai jasa mereka. Konsep *marketplace* sendiri berarti situs jual beli itu menyediakan lapak untuk digunakan oleh penjual.

Dalam konteks transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, *user-generated content* adalah konten yang dihasilkan oleh pengguna, seperti *review* produk, komentar, atau postingan di media sosial. Penyedia *platform* dan pedagang (*merchant*) perdagangan melalui sistem elektronik bertanggung jawab untuk memantau dan mengatur konten ini untuk memastikan bahwa konten tersebut sesuai dengan aturan dan kebijakan yang berlaku. Surat Edaran ini juga menentukan bahwa penyedia *platform* dan pedagang (*merchant*) perdagangan melalui sistem elektronik harus memiliki kebijakan dan prosedur yang kuat untuk mengelola konten yang dihasilkan oleh pengguna. Misalnya, penyedia *platform* dan pedagang (*merchant*) perdagangan melalui sistem elektronik harus memiliki kebijakan dan prosedur untuk memeriksa dan menghapus konten yang melanggar aturan dan kebijakan yang berlaku. Selain itu, Surat Edaran ini juga menentukan bahwa penyedia *platform* dan pedagang (*merchant*) perdagangan melalui sistem elektronik harus memastikan bahwa konten yang dihasilkan oleh pengguna tidak melanggar hak cipta. Jika ada konten yang melanggar hak cipta, penyedia *platform* dan pedagang (*merchant*) perdagangan melalui sistem elektronik harus bertanggung jawab untuk menghapus konten tersebut.

f. Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 Tanggal 8 November 2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 236),

Peraturan Bank Indonesia ini mengatur mengenai penyelenggaraan pemrosesan Transaksi Pembayaran, yang termasuk didalamnya adalah transaksi layanan transaksi elektronik. Dengan adanya aturan hukum yang berlaku, diharapkan dapat memitigasi risiko dalam rangka memberikan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace*. Dalam menjalankan *e-commerce*, para pelaku usaha harus mematuhi aturan hukum yang berlaku, agar dapat memberikan perlindungan dan kepastian hukum bagi semua pihak yang terlibat.

Dilihat dari pengaturan hukum penyelenggaraan Sistem Elektronik pada jual beli melalui *Platform Marketplace* di Indonesia di atas, masih terlihat adanya kelemahan. Ini didukung dengan hasil penelitian dari Nurlaeli Sukesti Ariani Nasution mengenai kelemahan informasi syarat kontrak dalam perdagangan secara elektronik yang menjelaskan bahwa informasi syarat kontrak, syarat kontrak itu sendiri, maupun kontrak yang disepakati oleh para pihak dalam transaksi atau perdagangan secara elektronik lebih menekankan pada langkah-langkah prosedur secara elektronik dibanding pemahaman para pihak secara substantif. Pasal 9 UU ITE dan Pasal 7 huruf b

UU Perlindungan Konsumen hanya menjelaskan mengenai “informasi yang lengkap dan benar”. Padahal bobot keadilan bukan hanya pada membagi informasinya, namun substansi dari ihwal yang diinformasikan itu, seperti syarat kontrak dan kontrak itu sendiri. Artinya, keadilan belum berpihak pada konsumen dalam perdagangan secara elektronik. Hal itu menjelaskan adanya kelemahan informasi syarat kontrak dalam berbagai aspek.⁵⁰

Ketentuan-ketentuan dalam UU ITE maupun UU Perlindungan Konsumen masih sangat sederhana untuk mengatakan telah adanya jaminan keadilan dalam perdagangan elektronik khususnya bagi konsumen, bahkan UU ITE belum mengatur mengenai validitas kontrak sebagai bagian dari informasi syarat kontrak. Kelemahan perlindungan konsumen yang menunjukkan keadilan belum berpihak kepada konsumen diantaranya adalah : (a) UU ITE ataupun UU Perlindungan Konsumen dan informasi syarat kontrak memungkinkan bahkan mengarah pada kontrak baku yang tidak seimbang, (b) Informasi syarat kontrak sulit diakses, (c) Informasi syarat kontrak tidak lengkap dan jelas.⁵¹

3. Pengaturan Hukum Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace* dalam memberikan perlindungan hukum terhadap Data Pribadi

BPSK diberikan tugas dan wewenang untuk menyelesaikan sengketa konsumen. Sengketa konsumen adalah konflik yang timbul antara konsumen

⁵⁰ Nurlaeli Sukesti Ariani Nasution , “Kelemahan Informasi Syarat Kontrak Dalam Perdagangan Secara Elektronik Berakibat Keadilan Belum Berpihak pada Konsumen”, *Jurnal Negara Hukum* 2, no. 1 (April 2020): 156-171.

⁵¹ *Ibid.*

dan produsen atau penyedia layanan terkait atas produk atau layanan yang dikonsumsi atau dinikmati konsumen. BPSK memiliki tugas dan wewenang untuk menyelesaikan sengketa konsumen melalui proses negosiasi, mediasi, atau dengan memberikan keputusan penyelesaian sengketa. Selain itu, BPSK juga memiliki tugas dan wewenang untuk menegakkan ketentuan-ketentuan hukum yang berlaku terkait perlindungan konsumen.⁵²

a. Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 196 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6820),

Diberlakukannya Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi, yang selanjutnya disingkat dengan UU PDP didasarkan pada Pasal 5 ayat (1), Pasal 20, Pasal 28G ayat (1), Pasal 28H ayat (4), dan Pasal 28J Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Norma dasar tentang perlindungan data pribadi dapat ditemukan dalam Pasal 28G ayat (1) UUD 1945. Di pasal tersebut data pribadi dinilai sebagai “privasi”.

Perlindungan data pribadi konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* menjadi hal yang sangat penting dalam era ekonomi

⁵² Sisinfo - Direktorat Jenderal Peraturan Perundang-undangan (Ditjen PP), *loc. cit.*

digital. Saat ini telah terdapat regulasi yang mengatur perlindungan data pribadi konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, yaitu UU PDP. Sebelum diberlakukannya UU PDP, regulasi yang ada dinilai belum cukup memadai untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen dan data mereka. Dengan disahkannya RUU Perlindungan Data Pribadi diharapkan dapat memunculkan kesadaran konsumen akan pentingnya perlindungan data pribadi mereka. Konsumen perlu memahami hak-hak mereka terkait penggunaan dan perlindungan data pribadi.

UU PDP adalah peraturan yang bertujuan untuk melindungi data pribadi di berbagai sektor, termasuk transaksi jual beli melalui *platform marketplace* di Indonesia. Perlindungan data pribadi merupakan salah satu hak asasi manusia yang merupakan bagian dari perlindungan diri pribadi dan ditujukan untuk menjamin hak warga negara atas perlindungan diri pribadi dan menumbuhkan kesadaran masyarakat serta menjamin pengakuan dan penghormatan atas pentingnya perlindungan data pribadi. Penerapan UU PDP dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* memiliki beberapa implikasi dan persyaratan. Pada UU PDP, *platform marketplace* diharuskan untuk menerapkan langkah-langkah untuk melindungi data pribadi pengguna. Ini termasuk mendapatkan persetujuan eksplisit dari pengguna sebelum mengumpulkan informasi pribadi mereka,

memastikan keamanan data melalui enkripsi dan langkah-langkah teknis lainnya, dan memberikan pengguna kemampuan untuk mengontrol dan mengelola data mereka.

Terkait aspek persetujuan dan transparansi, *platform marketplace* harus memberi tahu pengguna tentang jenis data pribadi yang mereka kumpulkan, tujuan penggunaan data tersebut, dan hak-hak pengguna terkait data mereka. Pengguna harus memberikan persetujuan eksplisit sebelum data mereka dapat dikumpulkan dan digunakan untuk tujuan tertentu. Persetujuan tersebut harus diberikan secara bebas, berdasarkan informasi yang jelas dan spesifik. UU PDP memberikan hak-hak tertentu kepada pengguna terkait data pribadi mereka. Hak-hak ini termasuk hak untuk mengakses dan memperbaiki data pribadi mereka, hak untuk meminta penghapusan data mereka, dan hak untuk menarik persetujuan terhadap pengolahan data mereka.

Platform jual beli melalui *marketplace* harus memiliki mekanisme yang memfasilitasi pengguna dalam menggunakan hak-hak ini. Selain itu dalam kejadian pelanggaran data yang dapat mengakibatkan akses, pengungkapan, perubahan, atau penghancuran data pribadi yang tidak sah, terkena dampak dan otoritas yang terkait. Pemberitahuan harus dilakukan dengan cepat dan dengan cara yang jelas dan transparan.

UU PDP memberlakukan pembatasan pada transfer data pribadi ke luar Indonesia. *Platform marketplace* harus memastikan bahwa langkah-langkah perlindungan yang sesuai ada saat mentransfer data ke negara-negara yang tidak memiliki tingkat perlindungan data yang memadai. Ini dapat mencakup penggunaan klausa kontrak standar atau mendapatkan persetujuan eksplisit dari pengguna.

Terkait aspek kepatuhan dan penegakan hukum, *platform marketplace* bertanggung jawab untuk memastikan kepatuhan terhadap UU PDP. Mereka harus menunjuk seorang Pejabat Perlindungan Data (DPO) yang bertanggung jawab untuk mengawasi praktik perlindungan data dan menangani keluhan pengguna. Tidak mematuhi UU PDP dapat mengakibatkan sanksi, termasuk denda dan penangguhan operasi bisnis. Penting bagi bisnis transaksi jual beli melalui *platform marketplace* untuk memahami dan mematuhi UU PDP guna memastikan perlindungan data pribadi dan menjaga kepercayaan pengguna. Mereka harus meninjau praktik pengelolaan data mereka, menerapkan langkah-langkah keamanan yang diperlukan, dan memberikan informasi yang jelas dan transparan kepada pengguna tentang kegiatan pemrosesan data mereka.

Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, pelaku usaha atau penyedia layanan *platform marketplace* harus lebih transparan dalam penggunaan data pribadi konsumen. Mereka perlu bertanggung jawab

bertanggung jawab terhadap kerahasiaan data yang dimiliki konsumen dan menghindari penyalahgunaan data untuk kepentingan di luar transaksi yang dilakukan. Perlindungan data pribadi konsumen juga mencakup data sensitif, seperti informasi keuangan, identitas pribadi dan informasi medis. Pelaku usaha transaksi jual beli melalui *platform marketplace* harus menjaga keamanan dan kerahasiaan data sensitif ini dengan menggunakan metode *enkripsi* dan teknologi keamanan yang sesuai.

Pengaturan perlindungan data pribadi konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* juga harus mencakup sanksi yang tegas bagi pelaku usaha yang melanggar aturan perlindungan data. Sanksi ini bertujuan untuk mendorong pelaku usaha agar lebih memperhatikan dan menjaga keamanan data pribadi konsumen. Adapun pengaturan hak-hak subjek Data Pribadi menurut UU PDP, maka hak-hak subjek data pribadi dapat dikecualikan untuk beberapa kepentingan diantaranya untuk kepentingan proses penegakan hukum atau untuk kepentingan umum dalam rangka penyelenggaraan negara dan terutama terkait sistem pembayaran. Untuk persetujuan pemrosesan data pribadi sendiri sesuai dengan Pasal 22 UU PDP harus terlebih dahulu dilakukan melalui persetujuan tertulis atau terekam. Persetujuan dapat disampaikan secara elektronik atau nonelektronik. Persetujuan harus dibuat dengan format yang mudah dipahami serta mudah diakses, dibuat dengan format yang dapat dipahami serta mudah diakses,

serta menggunakan bahasa yang sederhana dan jelas. Terhadap persetujuan yang tidak memenuhi ketentuan tersebut dinyatakan batal demi hukum.

Selanjutnya sesuai dengan Pasal 36 UU PDP data pribadi wajib dijaga kerahasiaannya oleh pengendali data pribadi dalam melakukan pemrosesan data pribadi. Selain itu sesuai dengan Pasal 48 UU PDP pengalihan data pribadi milik subjek data pribadi oleh pengendali data yang berbentuk badan hukum dan melakukan penggabungan, pemisahan, pengambilalihan, peleburan, atau pembubaran badan hukum wajib menyampaikan pemberitahuan pengalihan data pribadi kepada subjek data pribadi. Dimana subjek data pribadi harus diberitahukan mengenai penyimpanan, pentransferan, penghapusan, atau pemusnahan data pribadi. Sesuai dengan UU PDP, maka terhadap kewajiban pengendali pribadi dikecualikan dalam rangka kepentingan penegakan hukum *platform marketplace* atau terkait dengan sistem pembayaran. Lembaga yang ditugaskan untuk melakukan perumusan dan penetapan kebijakan dan strategi perlindungan data pribadi, sesuai dengan UUPDP, yaitu Lembaga Pelindungan Data Pribadi.

- b. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 1829),**

Peraturan ini memberikan pedoman lebih lanjut tentang perlindungan data pribadi dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik adalah sebuah peraturan yang diterbitkan oleh Pemerintah Indonesia untuk melindungi hak dan kewajiban individu terhadap data pribadi mereka yang disimpan, diproses, dan dikelola dalam sistem elektronik. Peraturan ini mencakup beberapa poin penting:

- Pengumpulan, pengolahan, penyimpanan, dan penyaluran data pribadi harus dilakukan dengan cara yang adil dan transparan.
- Pengguna data pribadi memiliki hak untuk mengetahui, meminta akses, memperbarui, dan menghapus data mereka.
- Pengguna data pribadi juga memiliki hak untuk menolak pengumpulan dan pengolahan data mereka.
- Perusahaan dan individu yang mengumpulkan, mengolah, menyimpan, dan menyalurkan data pribadi harus memiliki kebijakan dan prosedur perlindungan data yang memadai.
- Ada sanksi hukum bagi mereka yang melanggar ketentuan ini.

Peraturan ini bertujuan untuk melindungi hak dan kewajiban individu terhadap data pribadi mereka dalam era digital yang semakin pesat. Peraturan ini memberikan kerangka kerja hukum yang kuat untuk perlindungan data pribadi dan menjadi acuan bagi perusahaan dan individu dalam mengumpulkan, mengolah, menyimpan dan menyalurkan data pribadi.

Dilihat dari pengaturan hukum transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dalam memberikan perlindungan hukum terhadap Data Pribadi di atas, masih terlihat adanya kelemahan. Di dalam UU PDP tidak ada ketentuan yang memisahkan secara tegas penerapan sanksi administrasi atau sanksi perdata harus didahulukan dalam penyelesaian sengketa pengelolaan data pribadi dari pada sanksi pidana. Penerapan sanksi dalam praktik hukum di Indonesia dalam konteks perjanjian internasional mengenai perlindungan data pribadi harus diamati serius oleh pemerintah Indonesia pasca pemberlakuan UU PDP terutama di bawah pengawasan lembaga perlindungan data pribadi. Kelemahan lain dalam penerapan UU PDP adalah jaminan perlindungan hukum terhadap pemilik data pribadi di dalam negeri menghadapi penyelesaian sengketa dengan pengendali data pribadi di negara lain, yaitu bahwa jaminan perlindungan data pribadi oleh lembaga perlindungan data pribadi di negara lain dapat dipercaya dan tidak menyalahgunakan pengelolaan data pribadi milik WNI oleh pengendali data pribadi di negara lain.⁵³ Selain itu pemberlakuan frasa “Undang-Undang ini tidak berlaku untuk pemrosesan Data Pribadi oleh orang perseorangan dalam kegiatan pribadi atau rumah tangga” Pasal 2 ayat 2 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi. Hal dapat menimbulkan kerugian.⁵⁴

⁵³ Romli Atmasasmita, “Beberapa Kelemahan UU Nomor 27/2022 tentang Perlindungan Data Pribadi,” Diakses pada tanggal 27 Oktober 2022 Pukul 13.45 WIB., <https://nasional.sindonews.com/>.

⁵⁴ Kompasiana, “Kelemahan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi”, Diakses pada tanggal 27 Oktober 2022 Pukul 17.25 WIB., <https://www.kompasiana.com/>.

4. Pengaturan Hukum Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace* dalam memberikan perlindungan hukum terhadap Hak Cipta

Hak Kekayaan Intelektual adalah hak untuk memperoleh perlindungan secara hukum atas kekayaan intelektual sesuai dengan peraturan perundang-undangan di bidang HKI. Sesuai dengan Surat Keputusan Menteri Hukum dan Perundang-undangan RI Nomor M.03.PR.07.10 Tahun 2000 dan Persetujuan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara, dalam surat Nomor 24/M/PAN/1/2000 istilah “Hak Kekayaan Intelektual” (tanpa “Atas”) dapat disingkat “HKI” atau akronim ‘HaKI” telah resmi dipakai. Jadi bukan lagi Hak Atas Kekayaan Intelektual (dengan “Atas”).⁵⁵

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 terkait Hak Cipta, Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 tentang Paten, Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang dan lain-lain. Fokus dari transaksi jual beli melalui *platform marketplace* terkait dengan peredaran barang palsu mengingat itu harus diadakannya delik aduan terlebih dahulu mengacu kepada pelanggaran merek dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek, dan Indikasi Geografis, masuk dalam kategori delik aduan.⁵⁶ Jika tidak ada aduan terlebih dahulu, maka tidak dapat dikatakan sebagai tindak pidana.⁵⁷

⁵⁵ Abi Jam'an Kurnia, “Dasar Hukum Perubahan Istilah HAKI Menjadi HKI, Kemudian KI”, Diakses pada tanggal 25 November 2024 Pukul 15.20 WIB., <https://www.hukumonline.com/>.

⁵⁶ Pasal 103 jo. Pasal 100 dan 102 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek.

⁵⁷ Ricky Marpaung, “Perlindungan E-Commerce dalam Digitalisasi Produk melalui HAKI,” Diakses pada tanggal 1 Juli 2022 Pukul 13.25 WIB., <https://id.linkedin.com/>.

Perlindungan hak cipta dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* merupakan hal yang penting untuk menjaga kekayaan intelektual dan mencegah duplikasi atau manipulasi yang tidak sah. Adapun pengaturan perlindungan konsumen terkait hak cipta pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* :

1. **Gugatan perdata:** Jika terjadi pelanggaran hak cipta dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, pihak yang merasa dirugikan dapat mengajukan gugatan perdata di Pengadilan Niaga. Gugatan perdata ini bertujuan untuk menyelesaikan sengketa hak cipta antara pemilik hak cipta dengan pihak yang diduga melakukan pelanggaran.
2. **Mediasi:** Selain melalui gugatan perdata, pihak yang terlibat dalam sengketa hak cipta dapat mencoba menyelesaikan sengketa melalui mediasi. Mediasi merupakan cara alternatif penyelesaian sengketa di mana pihak yang bersengketa mencoba mencapai kesepakatan di bawah bimbingan mediator yang netral.
3. **Delik aduan:** Jika terjadi pelanggaran hak cipta yang termasuk dalam delik aduan, pihak yang merasa dirugikan dapat melaporkan pelanggaran tersebut kepada pihak berwenang. Pelaporan ini dapat memicu proses penyidikan dan penuntutan pidana terhadap pelaku pelanggaran hak cipta.
4. **Delik aduan:** Jika terjadi pelanggaran hak cipta yang termasuk dalam delik aduan, pihak yang merasa dirugikan dapat melaporkan pelanggaran tersebut kepada pihak berwenang. Pelaporan ini dapat memicu proses penyidikan dan penuntutan pidana terhadap pelaku pelanggaran hak cipta.

5. **Pendaftaran ke Dirjen Kekayaan Intelektual:** Untuk mendapatkan perlindungan yang baik, pelaku transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dapat mendaftarkan hak kekayaan intelektual mereka, seperti merek dagang atau hak cipta, ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Pendaftaran ini dapat membantu mencegah duplikasi dan manipulasi yang tidak sah terhadap produk atau merek mereka.

Platform marketplace lokal Blibli mendukung kebijakan perlindungan dan penegakan hukum Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang diwujudkan melalui jaminan produk orisinal serta mendorong mitra *seller* agar bersama-sama menghentikan peredaran barang palsu.⁵⁸

Dilihat dari pengaturan hukum transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dalam memberikan perlindungan hukum terhadap Hak Cipta masih lemah. Hal ini didukung dari hasil tulisan oleh Fiery Andrian dan Ratna Januarita terhadap sejauhmana pertanggungjawaban Perusahaan *E-Commerce* Terhadap Penjualan Produk yang Melanggar Hak Cipta Dihubungkan dengan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. yang disampaikan pada Bandung *Conference Series: Law Studies*. Menurut Andrian dan Ratna Januarita bahwa:⁵⁹

⁵⁸ Liputan6, "Cara E-Commerce Lindungi Hak Kekayaan Intelektual ", Diakses pada tanggal 23 November 2021 Pukul 11.25 WIB., <https://www.liputan6.com/>.

⁵⁹ Fiery Andrian dan Ratna Januarita, "Pertanggungjawaban Perusahaan E-Commerce Terhadap Penjualan Produk yang Melanggar Hak Cipta Dihubungkan dengan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta", Diakses pada tanggal 5 Maret 2024 Pukul 09.45 WIB. <https://doi.org/10.29313/bcsls.v312.7223>.

1. Mekanisme penanganan terhadap pelaporan penjualan produk dalam *e-commerce* yang melanggar hak cipta masih terdapat kelemahan. Kelemahan tersebut terdapat di dalam pengaturan tanggungjawab penyedia tempat perdagangan *online* terhadap pelanggaran hak cipta. Masih terdapatnya kekaburan norma dalam Pasal 10 dan Pasal 114 UU Hak Cipta. Di dalam Pasal 15 ayat (2) UU ITE juga tidak memiliki kekuatan hukum yang memaksa pihak *e-commerce* untuk bertanggungjawab penuh terkait permasalahan hak cipta. Kondisi tersebut berdampak pada munculnya multi interpretasi terhadap Pasal 10 dan Pasal 114 UU Hak Cipta yang menyebabkan penerapan hukum menjadi tidak efektif, perlindungan hak cipta tidak maksimal, serta kerugian dari pemilik hak cipta karena banyaknya buku bajakan yang dijual di *e-commerce*.
2. Mekanisme implementasi penanganan perusahaan *e-commerce* terhadap pelaporan atas penjualan produk yang melanggar hak cipta masih belum sesuai dengan asas kepastian hukum. Berdasarkan asas *liability based on fault e-commerce* shopee maupun tokopedia tidak bertanggungjawab atas kerugian secara materil terhadap pelanggaran hak cipta yang terjadi. Hal tersebut juga tidak sesuai dengan *theory reward* dan *recovery* di dalam hak cipta.

5. Pengaturan Hukum Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace*

terkait Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

- a. **Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 33 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3817),**

Transaksi jual beli melalui *platform marketplace* diatur oleh berbagai hukum dan peraturan, termasuk Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha

Tidak Sehat. Undang-Undang ini diberlakukan bertujuan diantaranya untuk mencegah praktek monopoli dan atau persaingan usaha yang tidak sehat dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* yang ditimbulkan oleh pelaku usaha. Hal ini penting untuk menjaga persaingan yang sehat dan melindungi kepentingan konsumen.⁶⁰

Aturan ini diberlakukan bertujuan untuk menjaga kepentingan umum dan dalam rangka perlindungan konsumen, serta menjaga keseimbangan hak dan kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen. Selain ini, aturan bertujuan untuk menjaga kepentingan umum dan keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen, serta mencegah monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.⁶¹

Kegiatan yang dilarang dalam praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat diatur dalam ketentuan Pasal 17 - 24 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Misalnya, pelaku usaha dilarang melakukan penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.⁶² Sanksi administratif yang dijatuhkan

⁶⁰ Pasal 2 Huruf c Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha tidak Sehat. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 33, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3817.

⁶¹ Rendra Topan, "Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat", Diakses pada tanggal 19 September 2019 Pukul 15.25 WIB., <https://rendratopan.com/>.

⁶² *Ibid.*

sesuai dengan tingkatan pelanggaran dan memperhitungkan dampak yang terjadi atas pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku Usaha. Besaran Denda Sanksi Administratif Persaingan Usaha Tidak Sehat berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, ditetapkan bahwa tindakan administratif berupa sanksi denda yang dapat dikenakan oleh Komisi adalah sebesar paling sedikit Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).⁶³

b. Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 2021 tentang Pelaksanaan Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 54 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6656),

Adapun latar belakang munculnya Peraturan Pemerintah tersebut adalah untuk melaksanakan ketentuan Pasal 118 dan Pasal 185 huruf b Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, yang mengatur mengenai pelaksanaan larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

⁶³ Suryaden, "PP 44 tahun 2021 tentang Pelaksanaan Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat", Diakses pada tanggal 17 Maret 2021 Pukul 11.30 WIB., <https://www.jogloabang.com/>.

Dilihat dari pengaturan hukum transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dalam memberikan perlindungan hukum terkait Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di atas, maka berdasarkan hasil penelitian Muhammad Rizqy Fadillah mengenai urgensi Perlindungan Hukum Perdagangan Elektronik Dalam Perspektif Persaingan Usaha di Indonesia, maka dapat diketahui bahwa upaya perlindungan hukum terhadap pelaku usaha *e-commerce* yang dilakukan oleh pemerintah telah bersifat holistik, meliputi perlindungan hukum pelaku usaha dan perlindungan hukum terhadap konsumen. Pengaturan mengenai persaingan usaha di Indonesia diatur dalam berbagai peraturan perundang-undangan yang saling melengkapi. Acuan utama yang menjadi pondasi perlindungan persaingan usaha adalah Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Beberapa aturan lain, termasuk Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2008 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2018 tentang Transaksi Elektronik (UU ITE).⁶⁴

Saat ini, perkembangan pesat transaksi jual beli melalui *platform marketplace* di Indonesia membutuhkan upaya perlindungan hukum yang lebih kuat, baik dengan perbaikan substansi, penguatan struktur, kelengkapan fasilitas, hingga kesiapan masyarakat dan budaya hukumnya. Kerentanan terjadi

⁶⁴ Muhammad Rizqy Fadillah, "Urgensi Perlindungan Hukum Perdagangan Elektronik Dalam Perspektif Persaingan Usaha di Indonesia," *Jurnal TIN: Terapan Informatika Nusantara* 4, no. 6 (November 2023): 389-394.

pelanggaran dalam *platform marketplace* adalah hal yang sangat mungkin terjadi mengingat angka transaksi yang terus bertambah. KPPU sebagai lembaga negara independen yang bertugas menjalankan pengawasan terhadap praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat telah dibekali dengan kewenangan dan berbagai instrumen hukum yang baik. Namun, tetap perlu ada evaluasi dan penguatan kelembagaan, mengingat kebutuhan perdagangan pada *platform marketplace* yang meningkat dan negara harus hadir memberikan perlindungan ekstra untuk mencegah terjadinya pelanggaran hukum dalam persaingan usaha secara *daring* tersebut. Belum diaturnya secara spesifik *e-commerce* dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menjadi permasalahan yang cukup kritis karena UU tersebut adalah dasar hukum yang digunakan dalam skema persaingan usaha di Indonesia. Untuk itu, pemerintah perlu melakukan pengkajian kembali guna memperbarui substansi UU tersebut serta mengingat pertumbuhan *e-commerce* yang sangat pesat di Indonesia. Seiring dengan itu, perlu ada upaya peningkatan perlindungan hukum baik bagi konsumen maupun pelaku usaha, dengan meningkatkan kualitas dan kompetensi dibidang aparat hukum, fasilitas penegakan hukum, masyarakat, dan sosial-budaya secara komprehensif dan inklusif.⁶⁵

⁶⁵ *Ibid.*

6. Pengaturan Hukum Sistem Pembayaran dan Pajak

Selain perlindungan konsumen, aturan hukum juga mengatur sistem pembayaran dan pajak dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Pemerintah Indonesia telah berupaya mengoptimalkan penerimaan pajak dengan mengintegrasikan sistem pembayaran melalui Gerbang Pembayaran Nasional (GPN). GPN diharapkan dapat merekam dan mencatat semua transaksi perdagangan yang dilakukan melalui media elektronik untuk menentukan kapasitas pelaku usaha sebagai wajib pajak.

Undang-Undang Perpajakan yang berlaku saat ini di Indonesia, yaitu Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2014 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 292 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5601) di Indonesia mengatur tentang Perpajakan, termasuk dalam konteks transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Beberapa aspek penting yang berhubungan dengan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* yang diatur dalam Undang-Undang ini, termasuk pengakuan transaksi elektronik sebagai transaksi pajak, penetapan tarif pajak, dan kewajiban wajib pajak dalam konteks transaksi elektronik.

Undang-Undang Perpajakan mengakui bahwa transaksi yang dilakukan secara elektronik dan melalui internet dianggap sebagai transaksi pajak yang wajib dikeluarkan surat keterangan pengeluaran barang (SKPB) dan bukti pembayaran pajak. Hal ini penting untuk memastikan bahwa transaksi *jual beli* melalui *platform marketplace* dianggap sebagai transaksi pajak yang sah oleh pemerintah. Selain itu, Undang-Undang Perpajakan menetapkan tarif pajak yang berlaku untuk transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Tarif ini diatur dalam UU Perpajakan, yang menyebutkan bahwa transaksi elektronik dianggap sebagai transaksi pajak dan diatur dengan tarif yang sama seperti transaksi fiskal.⁶⁶

Wajib pajak yang melakukan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* diharuskan untuk memenuhi kewajiban perpajakan yang sama seperti wajib pajak yang melakukan transaksi fiskal. Hal ini termasuk pengumpulan dan pengungkapan dokumen perpajakan, serta pembayaran pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Transaksi jual beli melalui *platform marketplace* juga memerlukan pelaporan pajak. Wajib pajak yang melakukan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* diharuskan untuk melaporkan transaksi tersebut ke pihak berwenang sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Pelaporan ini penting untuk memastikan bahwa transaksi jual beli melalui *platform marketplace* diatur secara pajak dan dapat diakui oleh pemerintah.

⁶⁶ Pasal 17 ayat (2) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2014 tentang Perpajakan. Lembaran Negara RI Tahun 2014 Nomor 292, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 5601. Sekretariat Negara. Jakarta.

Undang-Undang Perpajakan membantu dalam menjaga keadilan dan ketertiban dalam sistem pajak Indonesia, termasuk dalam konteks transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Undang-Undang ini memastikan bahwa transaksi yang dilakukan secara elektronik diperlakukan dengan hukum yang sama seperti transaksi fiskal, memungkinkan pemerintah untuk mengumpulkan pajak dari transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dan memastikan bahwa semua wajib pajak mematuhi kewajiban perpajakan mereka.

Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*E-Commerce*). Dalam PMK ini disebutkan, Penyedia *Platform Marketplace* wajib memiliki NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) dan wajib dikukuhkan sebagai PKP (Pengusaha Kena Pajak). Kewajiban untuk dikukuhkan sebagai PKP sebagaimana yang dimaksud, menurut PMK ini, juga diberlakukan kepada Penyedia *Platform Marketplace*, meskipun memenuhi kriteria sebagai pengusaha kecil sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan mengenai batasan pengusaha kecil Pajak Pertambahan Nilai.

Dilihat dari pengaturan hukum transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dalam memberikan perlindungan hukum terkait aturan perpajakan di atas, maka Indonesia telah memiliki aturan secara general mengenai pajak untuk subjek pajak luar negeri, sehingga apabila terdapat pelaku usaha *e-commerce* antarnegara yang memiliki sumber yang berasal dari Negara Indonesia, maka pelaku usaha *e-commerce*

antar negara tersebut dapat dikatakan wajib pajak luar negeri dengan kualifikasi Pasal 26 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Perubahan Keempat atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan.⁶⁷

Peraturan dan sistem pemeriksaan serta pengawasan transaksi *e-commerce* di Indonesia masih perlu ditingkatkan. Oleh karena itu, diharapkan pemerintah agar membuat aturan yang lebih jelas mengenai transaksi *e-commerce* dan meningkatkan sistem administrasi perpajakan serta meningkatkan sumber daya otoritas pajak. Pemerintah juga diharapkan dapat melakukan kerjasama dengan perbankan terkait aturan sistem pembayaran dan kementerian lainnya demi adanya integrasi peraturan yang mengatur transaksi *e-commerce* ini. Hal ini dikarenakan terdapat kekurangan *e-payment* bagi *e-commerce*, yaitu : kemungkinan terkena serangan *hacker*, kurangnya privasi, membutuhkan akses internet dan adanya biaya yang perlu dibayarkan.⁶⁸

Dilihat dari sisi pengaturan hukum pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* tersebut di atas, maka dilihat dari Teori Unifikasi dan Harmonisasi Hukum, maka sesuai dengan pendapat dari Fitriani Ahlan Sjarif, bahwa Teori unifikasi dan harmonisasi hukum mencakup konsep-konsep yang bertujuan untuk menciptakan keselarasan dan konsistensi dalam sistem hukum, baik dalam

⁶⁷ Rizqi Chandra Ramadhan, dkk., *Problematika Penerapan Aspek Perpajakan dalam Transaksi E-Commerce Antarnegara* (Pekalongan, Jawa Tengah: PT Nasya Expanding Management, Maret 2023): 1-87.

⁶⁸ Feradhita NKD, "Kelebihan dan Kekurangan Sistem E-Payment di E-Commerce", Diakses pada tanggal 14 Mei 2024 Pukul 10.30 WIB., <https://www.logique.co.id/>.

konteks peraturan perundang-undangan yang sedang dibuat maupun yang telah berlaku.⁶⁹ Dimana secara keseluruhan, menurut peneliti berdasarkan penjelasan di atas, unifikasi dan harmonisasi hukum adalah tidak cukup hanya terbatas penyatuan hukum yang berlaku secara nasional atau penyatuan pemberlakuan hukum secara nasional namun juga secara internasional. Hal ini mempertimbangkan, bahwa transaksi jual beli melalui *platform marketplace* karena menggunakan media elektronik dan menggunakan internet, sehingga pihak pelaku usaha dan *marketplaceny* tidak hanya nasional tetapi juga internasional. Teori ini bertujuan untuk memastikan bahwa hukum yang berlaku adil, efektif dan mudah dipahami oleh masyarakat.

Aturan perlindungan konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace* memang perlu diunifikasikan hukum, terutama dalam konteks transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dan dalam konteks pembangunan hukum nasional dan regional. Unifikasi hukum dalam hal ini penting untuk menciptakan lingkungan yang aman dan adil bagi semua pihak yang terlibat dalam transaksi elektronik. Dari *mapping* peraturan di atas, maka dapat dikelompokan pengaturan perlindungan hukum transaksi perdagangan *online*, yaitu:

- a. Pengaturan bagi konsumen, meliputi pengaturan perlindungan konsumen, seperti UUPK, UU dan PP di bidang perdagangan, dan peraturan lain yang terkait.

⁶⁹ Fitriani Ahlan Sjarif, *loc. cit.*

- b. Pengaturan bagi pelaku usaha, meliputi pengaturan UUPK, UU dan PP di bidang perdagangan, pengaturan terhadap Hak Cipta, pengaturan terkait larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, pengaturan mengenai pajak dan sistem pembayaran dan peraturan lain yang terkait.
- Pengaturan bagi *marketplace*, meliputi pengaturan hukum penyelenggaraan Sistem Elektronik, pengaturan UU dan PP tentang Perdagangan, pengaturan perpajakan, dan peraturan lain yang terkait.

Unifikasi dan harmonisasi hukum dalam perlindungan konsumen memiliki beberapa alasan penting:

1. **Konsistensi dan Efektivitas:** Aturan yang diunifikasi dan diharmonisasikan menciptakan konsistensi dalam penerapan hukum, memudahkan konsumen untuk memahami dan mengikuti aturan yang berlaku, serta memastikan bahwa kebijakan dan aturan yang dibuat efektif dalam melindungi hak konsumen.
2. **Pengembangan Ekonomi:** Dalam era globalisasi, untuk memaksimalkan potensi ekonomi dan memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan, perlindungan konsumen yang terintegrasi dan konsisten sangat penting. Hal ini mendukung pembangunan ekonomi yang sehat dan berkelanjutan.
3. **Penegakan Hukum:** Harmonisasi hukum memudahkan penegakan hukum yang lebih efektif dan adil, karena menciptakan kerangka kerja yang jelas dan konsisten untuk penegakan hukum dalam perlindungan konsumen.

4. **Pengembangan Produk dan Jasa:** Aturan yang diunifikasi dan diharmonisasikan memungkinkan pengembang produk dan jasa untuk mempertimbangkan kebijakan dan aturan yang berlaku di seluruh wilayah operasional mereka, sehingga dapat mengembangkan produk dan jasa yang memenuhi standar kualitas dan keamanan yang lebih tinggi.
5. **Pengembangan Hukum Nasional dan Regional:** Dalam konteks pembangunan hukum nasional dan regional, unifikasi dan harmonisasi hukum dalam perlindungan konsumen memungkinkan negara-negara untuk menciptakan kerangka kerja hukum yang kuat dan konsisten, yang mendukung pembangunan hukum yang lebih baik dan lebih efektif.

Jadi, aturan perlindungan konsumen memang perlu diunifikasikan dan diharmonisasikan. Unifikasi dan harmonisasi hukum dalam perlindungan konsumen tidak hanya penting untuk kepentingan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* tetapi juga untuk kepentingan pembangunan ekonomi, penegakan hukum, dan pengembangan produk dan jasa. Berikut adalah beberapa aspek yang perlu diunifikasi hukum: ⁷⁰

1. **Perlindungan Konsumen:** UUPK di Indonesia menjadi pranata utama dalam memberikan perlindungan terhadap konsumen. Namun, UU ini belum sepenuhnya mengantisipasi perkembangan teknologi informasi, seperti transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, dalam pengaturannya. Oleh karena itu, ada kebutuhan untuk unifikasi hukum yang lebih spesifik dan terkini untuk melindungi konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

⁷⁰ Yudha Sri Wulandari, "Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli *E-Commerce*", *Jurnal Ilmu Hukum judikasi Fakultas Hukum Universitas Kutai Kertanegara Tenggarong Balikpapan* 2, no. 2 (Desember 2018): 199-210.

2. Pelaku Usaha: Dalam konteks transaksi jual beli pada *platform marketplace*, masalah keamanan menjadi penting. Untuk menjamin keamanan transaksi, perlu diperhatikan masalah domisili perusahaan, sehingga apabila ada sengketa hukum, dapat diketahui dengan pasti kedudukan hukum dari perusahaan yang menawarkan produknya melalui media elektronik. Pranata untuk memberikan perlindungan terhadap pelaku usaha dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* adalah UU ITE.
3. *Marketplace*: *Marketplace* juga perlu diperhatikan dalam unifikasi hukum, karena mereka berperan penting dalam memfasilitasi transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. *Marketplace* harus memastikan bahwa mereka mematuhi hukum yang berlaku, termasuk hukum perlindungan konsumen, untuk melindungi kedua belah pihak dalam transaksi mereka.
4. Harmonisasi dan Unifikasi Hukum Internasional: Dalam tataran internasional, telah dibuat kesepakatan-kesepakatan internasional yang secara khusus dapat digunakan untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. PBB, melalui komisi yang menangani Hukum Perdagangan Internasional, telah menyetujui UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce dengan resolusi Nomor 51/162 sebagai mandat untuk kemajuan terhadap harmonisasi dan unifikasi hukum perdagangan internasional.

Penerapan metode komparatif seperti perjanjian atau konvensi internasional, hukum seragam (*uniform laws*) dan aturan seragam (*uniform rules*) juga menjadi penting dalam proses unifikasi dan harmonisasi hukum. Metode ini membantu dalam menciptakan kebijakan dan aturan yang konsisten dan efektif dalam menghadapi tantangan ekonomi global, seperti Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). Dalam konteks MEA, harmonisasi hukum nasional di setiap negara Asean memungkinkan para anggota untuk mengimplementasikan kesepakatan yang telah dituangkan dalam berbagai perjanjian Asean dalam hukum nasional mereka. Pendekatan legal formalistik yang dijalankan akan menjadi lebih efektif dengan adanya harmonisasi hukum nasional di setiap negara di Asean. Hal ini juga memungkinkan pembuatan kebijakan atau aturan yang sejalan dengan kesepakatan yang telah ditandatangani oleh masing-masing negara Asean, termasuk dalam perlindungan konsumen. Selain itu, harmonisasi hukum juga penting dalam bidang investasi dan perdagangan, di mana peraturan perundang-undangan yang mendukung perangkat AEC harus sejalan dengan kebijakan AEC, termasuk prinsip-prinsipnya dasar filosofis dan sosiologis. Harmonisasi hukum dalam bentuk perjanjian antar negara juga diperlukan untuk memastikan kesepakatan di kawasan negara di Asean.⁷¹

⁷¹ Djoko Setyo Hartono, "Harmonisasi Tantangan Hukum Indonesia Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN", Diakses pada tanggal 12 Desember 2017 Pukul 19.10 WIB., <https://media.neliti.com/>.

Teori unifikasi dan harmonisasi hukum sangat diperlukan dalam aturan perlindungan konsumen, terutama dalam konteks pembentukan produk hukum yang sejalan dengan arah pembangunan hukum nasional. Harmonisasi hukum memungkinkan sinkronisasi dalam pembuatan dan pelaksanaan kebijakan dan aturan, yang berdampak pada seluruh masyarakat. Dalam konteks Indonesia, pembangunan hukum nasional menuju arah modern dengan memasukkan aspek sosiokultural, serta diperlukan upaya harmonisasi antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Hal ini penting untuk menciptakan kebijakan dan aturan yang terpadu di semua lini kehidupan masyarakat, termasuk dalam perlindungan konsumen.

Dalam konteks UUPK yang perlu diharmonisasikan, ada beberapa aspek penting yang menjadi fokus:⁷²

1. Pemisahan Pengaturan Antara Pelaku Usaha Barang dan Penyedia Jasa: Salah satu perubahan yang diusulkan dalam revisi UUPK adalah pemisahan pengaturan antara pelaku usaha barang dan penyedia jasa. Hal ini penting untuk memastikan bahwa perlindungan konsumen diberikan secara adil dan konsisten, terutama dalam konteks transaksi yang melibatkan produk fisik dan layanan.
2. Pengetahuan Konsumen Sebelum Transaksi: UUPK juga menekankan pentingnya memberikan informasi yang cukup kepada konsumen sebelum mereka melakukan transaksi, termasuk informasi tentang produk atau layanan yang mereka beli. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa konsumen memiliki pemahaman yang jelas tentang apa yang mereka beli dan apa yang diharapkan dari transaksi tersebut.

⁷² M. Dani Pratama Huzaini, "Beberapa Ketentuan Baru dalam Revisi UU Perlindungan Konsumen", Diakses pada tanggal 25 Agustus 2017 Pukul 21.35 WIB., <https://www.hukumonline.com/>.

Harmonisasi dalam konteks UUPK penting untuk menciptakan konsistensi dalam penerapan hukum perlindungan konsumen, memastikan bahwa semua pihak yang terlibat dalam transaksi memiliki pemahaman yang sama tentang hak dan kewajiban mereka. Dengan demikian, harmonisasi hukum dalam UUPK dapat membantu dalam menciptakan lingkungan yang lebih aman dan adil bagi konsumen, pelaku usaha, dan penyedia jasa.

Dengan demikian, teori unifikasi dan harmonisasi hukum sangat penting dalam aturan perlindungan konsumen, karena memungkinkan pembentukan kebijakan dan aturan yang konsisten, efektif, dan sejalan dengan kebijakan nasional serta kesepakatan internasional, seperti dalam konteks MEA. Untuk menciptakan lingkungan yang aman dan adil bagi semua pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, diperlukan unifikasi hukum yang mencakup perlindungan konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace*. Hal ini akan memastikan bahwa semua transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dijalankan sesuai dengan hukum yang berlaku, sehingga mengurangi risiko dan ketidakpastian bagi semua pihak yang terlibat.

B. Perlindungan Hukum yang Seimbang Terhadap Konsumen, Pelaku Usaha dan *Marketplace* pada Transaksi Jual Beli

Hakikat pengertian perlindungan hukum dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* sebagaimana yang dirangkul dari berbagai pendapat para ahli adalah memberikan perlindungan terhadap hak asasi manusia yang dirugikan oleh orang lain dan perlindungan tersebut diberikan baik kepada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum. Dengan demikian perlindungan hukum adalah berbagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.

Perlindungan hukum konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* adalah sebagai kumpulan peraturan atau kaidah yang akan dapat melindungi suatu hal dari hal lainnya dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Jika dilihat dari definisi perlindungan hukum dalam arti sempit lebih kepada perlindungan oleh hukum saja. Perlindungan yang diberikan oleh hukum, terkait pula dengan manusia sebagai subjek hukum dalam interaksinya dengan sesama manusia serta lingkungannya. Sebagai subyek hukum manusia memiliki hak dan kewajiban untuk melakukan suatu tindakan hukum dengan adanya hak dan kewajiban.

Demi terwujudnya keseimbangan perlindungan hukum dalam rangka mewujudkan keamanan bertransaksi melalui internet. Dimana internet merupakan media yang paling efektif saat ini.⁷³ Hal ini tentunya dalam rangka keamanan dalam bertransaksi menggunakan media *platform marketplace* dan secara yuridis terkait pula dengan jaminan kepastian hukum dalam rangka terwujudnya keadilan dalam bertransaksi di masyarakat.

Dalam konteks perlindungan hukum yang seimbang antara para pihak dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, maka makna kata keseimbangan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yang lebih mendekati, yaitu sama berat atau sama kuat, setimpal, sebanding.⁷⁴ Menurut pendapat para ahli diantaranya Herlien Budiono mendefinisikan Asas Keseimbangan lebih kepada adanya keseimbangan hubungan antara kepentingan perseorangan dan kepentingan umum, atau adanya keseimbangan antara kedua belah pihak sebagaimana diharapkan. Oleh karena itu apabila terjadi sebaliknya yaitu kondisi yang tidak layak dan tidak nalar, berarti telah terjadi ketidakseimbangan karena tidak sesuai dengan bayangan yang diharapkan.⁷⁵ Dengan demikian asas keseimbangan mendapat daya dukung dari asas keterbukaan agar dapat dikatakan sebagai

⁷³ Yapiter Marp, *loc. cit.*

⁷⁴ W.J.S. Purwadarminta, *loc. cit.*

⁷⁵ Herlien Budiono, *loc. cit.*

berkeadilan.⁷⁶ Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa asas keseimbangan menyeimbangkan antara hak dan kewajiban yang diwujudkan secara nyata dalam bentuk norma-norma baik hukum maupun non hukum.

1. Hubungan Hukum antara Konsumen, Pelaku Usaha dan *Marketplace* pada Transaksi Jual Beli

Hubungan hukum antara konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace* dalam transaksi jual beli melibatkan berbagai peran dan tanggung jawab dalam transaksi *online*. Konsumen sebagai individu atau perusahaan yang membeli produk atau jasa melalui transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Hukum yang berlaku mengatur hak dan kewajiban konsumen, termasuk hak untuk mendapatkan informasi yang akurat tentang produk atau jasa, hak untuk memilih produk atau jasa, dan hak untuk mendapatkan pengembalian atau penggantian jika produk atau jasa tidak memenuhi kualitas yang dijanjikan. Sedangkan pelaku usaha individu atau perusahaan yang menjual produk atau jasa melalui *platform marketplace*.

Hukum yang berlaku mengharuskan pelaku usaha untuk mematuhi standar keamanan dan privasi data, memberikan informasi yang akurat

⁷⁶ Ilhami Bisri, *loc. cit.*

tentang produk atau jasa dan memenuhi kualitas yang dijanjikan. Pelaku usaha juga memiliki tanggung jawab untuk menangani klaim dan sengketa yang mungkin muncul dari konsumen. *Marketplace* adalah *platform* digital yang memfasilitasi penjualan produk atau jasa antara pelaku usaha dan konsumen. Hukum yang berlaku mengharuskan *marketplace* untuk menyediakan lingkungan yang aman dan adil, mematuhi standar keamanan dan privasi data, dan memfasilitasi proses pembayaran yang transparan dan aman. *Marketplace* juga memiliki tanggung jawab untuk mengawasi dan mengelola kualitas produk atau jasa yang ditawarkan, serta menangani klaim dan sengketa yang mungkin muncul antara pelaku usaha dan konsumen.

Antara pelaku usaha dengan penyedia *platform marketplace* tentunya juga ada hubungan hukum. Hubungan hukum tersebut sebenarnya dapat dikategorikan sebagai hubungan hukum kontraktual. Pelaku usaha dan *marketplace* saling mengikatkan dan membuat kesepakatan untuk menggunakan layanan *platform perdagangan online*. Kontrak ini biasanya meliputi banyak aspek, termasuk syarat dan ketentuan yang akan diterapkan, hak dan kewajiban para pihak, biaya yang harus dibayar, dan sebagainya. Kontrak yang dibuat antara pelaku usaha dan penyedia *platform marketplace* harus memenuhi syarat-syarat

hukum yang berlaku di negara tempat kontrak tersebut dibuat. Sebelum menandatangani kontrak, para pihak harus memastikan bahwa kontrak tersebut memenuhi semua persyaratan hukum. Jika terjadi pelanggaran hukum yang berhubungan dengan kontrak, maka pelaku usaha dan penyedia *platform marketplace* harus memenuhi semua persyaratan hukum yang berlaku. Kontrak yang dibuat antara pelaku usaha dan penyedia *platform marketplace* juga harus mengakomodasi hak dan kewajiban para pihak. Pelaku usaha harus memahami hak serta kewajiban yang tercantum dalam kontrak, termasuk hak untuk memutuskan kontrak jika salah satu pihak tidak memenuhi persyaratan. Pelaku usaha juga harus memahami konsekuensi hukum yang dapat terjadi jika terjadi pelanggaran dalam kontrak.

Selain itu, pelaku usaha dan penyedia *platform marketplace* harus benar-benar mengetahui bahwasannya mereka telah memenuhi semua persyaratan perlindungan data yang berlaku pada *platform* tersebut. Kedua belah pihak harus benar-benar memahami bahwa data pribadi yang dikumpulkan dan digunakan tidak akan disalahgunakan dan bahwa hak privasi setiap pengguna akan dihormati. Hubungan hukum antara pelaku usaha dan *marketplace* sangat penting. Melalui kontrak yang memenuhi persyaratan hukum, kedua

belah pihak dapat secara aman menggunakan layanan *platform marketplace*. Kontrak ini juga menetapkan hak-hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh kedua belah pihak, serta menjamin bahwa hak privasi dan perlindungan data pribadi para pengguna akan dihormati.⁷⁷

Dengan demikian hubungan hukum antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* dalam transaksi jual beli mencakup berbagai aspek, termasuk hak dan kewajiban, tanggung jawab, dan peran dalam memastikan transaksi yang adil dan aman.

2. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace*

Urgensi pentingnya perlindungan hukum kepada konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, hal ini dikarenakan konsumen seringkali berada dalam posisi tawar yang lemah, sehingga sejak adanya UUPK, diharapkan upaya perlindungan konsumen yang selama ini dianggap kurang diperhatikan menjadi lebih diperhatikan. Karena pada dasarnya setiap warga negara berhak atas perlindungan hukum, salah satunya perlindungan terhadap konsumen.

⁷⁷ Bunga Andjani dan Abraham Ferry Rosando, "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha dalam E-Commerce yang Dirugikan Akibat Dugaan Order Fiktif", *Bureaucracy Journal: Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya* 3, no. 1 (Januari - April 2023): 709-710.

Selain itu, PBB juga telah mengeluarkan pedoman yang mengatur Prinsip utama konsumen, UUPK dan membantu negara anggota untuk merumuskan dan menegakkan hukum, peraturan dan regulasi domestik perlindungan konsumen.⁷⁸ Perlindungan hukum bagi konsumen pada dasarnya merupakan perlindungan terhadap hak-hak konsumen. Dimana terdapat 3 (tiga) hak dasar dalam melindungi konsumen, yaitu:⁷⁹

1. Hak untuk mencegah konsumen dari kerugian, baik dari kerugian personal dan kerugian harta kekayaan;
2. Hak untuk memperoleh barang dan/atau jasa dengan harga wajar; dan
3. Hak untuk memperoleh penyelesaian yang patut terhadap permasalahan yang dihadapi.

Dari hak dasar tersebut, jika konsumen benar-benar akan dilindungi, maka hak konsumen harus dipenuhi oleh negara maupun pelaku usaha, karena pemenuhan hak tersebut akan melindungi konsumen dari kerugian berbagai aspek.

Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* meliputi hak-hak konsumen seperti hak atas informasi yang jelas, hak atas pengembalian barang yang cacat atau tidak sesuai dengan deskripsi, serta hak atas kompensasi jika terjadi kerusakan atau kehilangan barang selama pengiriman. Konsumen juga dilindungi oleh undang-undang perlindungan barang yang cacat atau tidak sesuai dengan deskripsi, serta hak atas kompensasi jika terjadi kerusakan atau kehilangan barang selama pengiriman. Konsumen juga

⁷⁸ Renata Christha Auli, *loc. cit.*

⁷⁹ *Ibid.*

dilindungi oleh undang-undang perlindungan barang yang cacat atau tidak sesuai dengan deskripsi, serta hak atas kompensasi jika terjadi kerusakan atau kehilangan barang selama pengiriman.

Konsumen juga dilindungi oleh undang-undang perlindungan konsumen yang mengatur praktik bisnis yang tidak etis seperti penipuan dan penjualan barang palsu. Jika konsumen tidak menerima barang yang telah dibayar, maka konsumen dapat mengajukan komplain dan meminta pengembalian dana atau pengiriman ulang barang yang sesuai. Oleh karena itu, konsumen harus selalu berhati-hati saat bertransaksi jual beli melalui *platform marketplace* dan memastikan bahwa mereka bertransaksi dengan situs *web platform marketplace* yang terpercaya dan memiliki sistem keamanan yang kuat. Konsumen juga harus memeriksa deskripsi produk dengan cermat dan membaca ulasan dari pelanggan sebelum membeli.

Dengan demikian perlindungan konsumen merupakan prasyarat mutlak dalam mewujudkan perekonomian yang sehat melalui keseimbangan antara perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha. Hanya melalui keberadaan dan keberdayaan perlindungan konsumen yang memadai, Indonesia mampu membangun kualitas manusia yang berharkat, bermartabat, cerdas, sehat, kuat, inovatif dan produktif, untuk membawa Indonesia memiliki ketahanan nasional, dan jauh lebih berdaya saing di berbagai bidang dikancah internasional.

Aturan hukum yang efektif dalam perlindungan hukum *pada platform marketplace* harus memastikan bahwa konsumen dilindungi dari praktik bisnis yang merugikan, penipuan, dan produk yang cacat. Aturan ini harus mencakup ketentuan tentang informasi yang akurat dan jelas mengenai produk, kebijakan pengembalian barang, dan penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha.

3. Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha dalam Transaksi Jual Beli *melalui Platform Marketplace*

Pentingnya pemberian perlindungan hukum kepada pelaku usaha tidak lain asas keseimbangan hukum memainkan peran penting dalam menjamin bahwa pelaku usaha memiliki hak-hak dan kewajiban yang jelas dan dapat dipahami, serta terhindar dari ketidakpastian dan ketidakadilan dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Apabila terjadi pelanggaran privasi pada *platform marketplace*, maka *marketplace* harus memastikan bahwa data pelanggan dan pelaku usaha dijaga dengan baik dan menindaklanjuti dengan cepat untuk mengatasi masalah privasi yang terjadi.

Pelaku usaha juga dilindungi oleh undang-undang, termasuk hak atas kepemilikan intelektual dan hak atas perlindungan dari persaingan

yang tidak sehat. Mereka juga harus mematuhi undang-undang dan regulasi yang berlaku untuk memastikan bahwa produk dan layanan yang mereka tawarkan sesuai dengan standar kualitas dan keamanan yang ditetapkan. Dilihat dari sisi aspek perlindungan hukum bagi pelaku usaha. Dalam perjanjian, pelaku usaha berhak untuk memperoleh pembayaran dari konsumen atas produk yang dibeli oleh konsumen tersebut. Jika konsumen tidak melakukan pembayaran dalam waktu yang ditentukan, maka penjual dapat membatalkan pembelian barang tersebut dan menjualnya kepada calon pembeli lain. Dengan adanya aturan jelas mengenai jangka waktu pembayaran, maka akan memberikan perlindungan bagi pelaku usaha, dimana pelaku tidak dapat disalahkan jika memberikan barang tersebut kepada calon pembeli / konsumen lain dalam hal pembeli tidak melakukan pembayaran hingga batas waktu yang telah ditentukan.

Terdapatnya kerugian yang dialami oleh pelaku usaha yang disebabkan oleh konsumen. Kerugian yang dialami oleh pelaku usaha disebabkan diantaranya pembeli / konsumen yang mengklaim tidak menerima barang padahal sebenarnya telah menerimanya atau pelaku usaha yang ditipu oleh konsumen, maka pelaku usaha dapat melaporkan masalah ini kepada *platform marketplace* yang digunakan dan meminta bantuan untuk menyelesaikan masalah ini, terjadi perilaku dengan iktikad

tidak baik yang dilakukan konsumen, seperti melakukan pemesanan tetapi melakukan pembatalan tanpa penjelasan, hal ini sering disebut dengan istilah *hit and run*.

Dalam menghargai hak dari konsumen, pelaku usaha penting memberikan informasi akan keakuratan suatu barang jasa, sehingga permasalahan tersebut berpedoman pada UUPK. Dalam menjalankan bentuk tanggung jawab hukum terhadap konsumen, lebih memilih menggunakan tanggung jawab hukum secara perdata yaitu melalui tindakan ganti rugi yang dapat berupa barang yang sama, dan juga uang, sesuai dengan kesepakatan antara konsumen dan pemilik toko atau pelaku usaha.⁸⁰ Bahkan sesuai dengan UUPK, Pelaku Usaha dilarang menyatakan pengalihan tanggung jawabnya kepada konsumen.⁸¹ Selanjutnya berdasarkan UUPK, Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas atau yang pengungkapannya sulit dimergerti.⁸²

Dengan menerapkan asas keseimbangan hukum dalam perlindungan pelaku usaha pada transaksi jual beli pada *platform marketplace*, diharapkan pelaku

⁸⁰ I Nyoman Putu Budiarta & Ni Made Puspasutari Ujianti Gde Nanda Radithya Kresnantara Sanjaya, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Tiruan Pada Transaksi E-Commerce (Studi Kasus Pada Toko Stridewear.ID Bali)," *Jurnal Interpretasi Hukum* 3, no. 2 (2022): 332, <https://doi.org/10.22225/juinhum.3.2.5076.332-338>.

⁸¹ Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821.

⁸² *Ibid.*, Pasal 18 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

usaha dapat melakukan transaksi jual beli pada *platform marketplace* dengan lebih tenang dan memperoleh perlindungan yang cukup dari pihak yang berwenang. Hal ini juga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi di sektor *platform marketplace* dengan menumbuhkan kepercayaan dan ketertiban dalam dunia bisnis *online*. Dimana Salah satu tujuan dari asas kepastian hukum dalam perlindungan pelaku usaha pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* adalah untuk menciptakan transaksi yang adil dan seimbang (*fairness*). Dalam hal ini, *fairness* dapat diartikan sebagai keadilan dalam transaksi yang melibatkan pelaku usaha dalam dunia bisnis *online*. Pelaku usaha diharapkan mendapatkan perlindungan yang cukup dari hukum dalam setiap transaksi yang mereka lakukan secara *online*, termasuk dalam hak-hak dan kewajiban mereka sebagai penjual atau pembeli.

Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, *fairness* dapat dicapai dengan cara memastikan bahwa pelaku usaha memiliki hak-hak yang jelas dan terlindungi oleh hukum, serta menjamin bahwa pelaku usaha tidak merugikan pihak lain dalam transaksi tersebut. Sebagai contoh, asas kepastian hukum dapat menjamin hak-hak pelaku usaha dalam hal kepemilikan dan penggunaan data pribadi dan informasi bisnia yang dihasilkan dari transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Pelaku usaha juga dapat memperoleh kepastian hukum terkait dengan hak dan kewajiban mereka dalam hal pengiriman dan pengembalian barang,

pembayaran, dan penyelesaian sengketa. Selain itu, asas keseimbangan perlindungan hukum juga dapat membantu mendorong terciptanya lingkungan bisnis *online* yang fair dan sehat, dengan mencegah praktik bisnis yang merugikan dan melanggar hak-hak pelaku usaha dan konsumen. Misalnya, adanya hukum dan regulasi yang jelas dan tegas terhadap praktik bisnis yang tidak etis seperti penipuan, pemalsuan, dan tindakan diskriminatif dapat menjamin adanya keadilan dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

Dengan menerapkan asas keseimbangan hukum dalam perlindungan pelaku usaha pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, diharapkan akan tercipta lingkungan bisnis *online* yang *fair* dan sehat, di mana pelaku usaha dapat menjalankan bisnis mereka dengan tenang dan terhindar dari praktik bisnis yang tidak etis. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan pelaku usaha dan konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, sehingga dapat memacu pertumbuhan sektor bisnis *online* secara positif.

4. **Perlindungan Hukum Terhadap *Marketplace* dalam Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace***

Pemberian perlindungan hukum kepada *marketplace* tidak lain untuk mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Asas keseimbangan hukum yang memiliki tujuan untuk menjamin keseimbangan perlindungan hukum dan keamanan bagi para pengguna

marketplace, baik itu pelaku usaha maupun konsumen. *Marketplace* juga harus mematuhi undang-undang yang berlaku dan memastikan bahwa pelaku usaha yang terdaftar di *platform* mereka mematuhi standar dan regulasi yang sama. Mereka juga harus memastikan bahwa konsumen dilindungi dari penipuan dan penjualan barang palsu melalui mekanisme perlindungan pembeli seperti sistem pembayaran yang aman dan program perlindungan pembeli.

Asas kepastian hukum dalam perlindungan *marketplace* pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* memiliki tujuan untuk menjamin kepastian hukum dan keamanan bagi para pengguna *marketplace*, baik itu penjual maupun pembeli. Dalam hal ini, *marketplace* dapat diartikan sebagai *platform* yang mempertemukan antara penjual dan pembeli dalam sebuah transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Salah satu cara untuk menerapkan asas kepastian hukum dalam perlindungan *marketplace* pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* adalah dengan memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai produk atau layanan yang ditawarkan di dalam *marketplace*. Hal ini dapat meminimalkan risiko penipuan dan membantu para pengguna *marketplace* untuk membuat keputusan yang tepat dalam membeli atau menjual produk atau layanan di dalamnya. Selain itu, asas kepastian hukum dapat menjamin hak-hak pengguna *marketplace*, seperti hak atas keamanan data pribadi dan informasi transaksi yang dihasilkan dari transaksi perdagangan melalui *platform marketplace*.

Misalnya, *marketplace* harus memastikan bahwa data pribadi dan informasi transaksi para pengguna dijaga kerahasiaannya dan tidak disalahgunakan oleh pihak yang tidak berwenang.

Asas keseimbangan hukum juga dapat membantu dalam menyelesaikan sengketa yang terjadi dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. *Marketplace* harus memberikan aturan dan mekanisme yang jelas dan adil untuk menyelesaikan sengketa tersebut, seperti melalui sistem penyelesaian sengketa *online* atau melalui jalur hukum yang ada. Dalam hal ini, *marketplace* juga harus memberikan perlindungan hukum yang cukup bagi para pengguna jika terjadi sengketa yang melibatkan tindakan melanggar hukum, seperti penipuan, pemalsuan, atau tindakan diskriminatif. Dengan menerapkan asas keseimbangan hukum dalam perlindungan *marketplace* pada transaksi *e-commerce*, diharapkan dapat tercipta lingkungan bisnis *online* yang aman, adil dan sehat, di mana para pengguna *marketplace* dapat melakukan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dengan tenang dan nyaman tanpa khawatir terkena tindakan melanggar hukum atau penipuan. Hal ini juga dapat meningkatkan kepercayaan para pengguna *marketplace* dalam menggunakan *platform* tersebut dan memacu pertumbuhan sektor bisnis *online* secara positif.

Asas keseimbangan hukum dalam perlindungan *marketplace* pada transaksi jual beli pada *platform marketplace* memiliki tujuan utama untuk menciptakan keamanan dan keadilan dalam melakukan transaksi di dalam *marketplace*. Dalam hal ini, transaksi *fairness* atau keadilan transaksi dapat diartikan sebagai transaksi yang dilakukan dengan prinsip keadilan dan keseimbangan bagi semua pihak yang terlibat. Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, asas keseimbangan hukum dapat memberikan perlindungan hukum bagi para pengguna *marketplace*, baik itu penjual maupun pembeli. Dengan adanya asas keseimbangan hukum, para pengguna *marketplace* akan mendapatkan perlindungan yang cukup dalam melindungi hak-hak mereka, seperti hak atas keamanan data pribadi, hak atas informasi yang akurat dan jelas, serta hak atas penyelesaian sengketa yang adil dan cepat.

Salah satu cara untuk mencapai tujuan asas keseimbangan hukum dalam perlindungan *marketplace* pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* terhadap transaksi *fairness* adalah dengan menerapkan prinsip-prinsip transaksi yang adil dan seimbang. Prinsip-prinsip ini dapat mencakup berbagai hal, seperti transparansi dalam informasi produk atau layanan, kesetaraan antara penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi, serta pengaturan hukum yang jelas dan tegas dalam mengatasi masalah yang timbul dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Dalam hal ini, *marketplace* juga harus memberikan perlindungan yang memadai bagi para pengguna yang menjadi korban transaksi yang tidak

adil atau tidak seimbang. Misalnya, jika terjadi penipuan atau kecurangan dalam transaksi pada *platform* perdagangan *online*, maka *marketplace* harus memberikan bantuan dan penyelesaian yang cepat dan adil bagi para korban. Selain itu, *marketplace* juga harus memberikan fasilitas yang memadai untuk melindungi hak-hak pengguna, seperti mekanisme penyelesaian sengketa yang transparan dan mudah diakses, serta perlindungan data pribadi yang ketat. Dengan cara ini, para pengguna *marketplace* akan merasa aman dan nyaman dalam melakukan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* tersebut. Dengan menerapkan asas keseimbangan hukum dalam perlindungan *marketplace* pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, diharapkan dapat tercipta lingkungan bisnis *online* yang sehat dan adil, di mana semua pihak dapat bertransaksi dengan tenang dan nyaman tanpa khawatir terjadi tindakan tidak adil atau penipuan. Hal ini juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap *marketplace* dan memacu pertumbuhan bisnis *online* secara positif.

Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, perlindungan hukum yang seimbang untuk semua pihak sangat penting untuk menciptakan lingkungan perdagangan elektronik yang adil dan menguntungkan bagi semua pihak yang terlibat. Selain itu, asas keseimbangan hukum dapat menjamin hak-hak pengguna *marketplace*, seperti hak atas keamanan data pribadi dan informasi transaksi yang dihasilkan dari transaksi jual beli melalui

platform marketplace. Misalnya, *marketplace* harus memastikan bahwa data pribadi dan informasi para pengguna dijaga kerahasiaannya dan tidak disalahgunakan oleh pihak yang tidak berwenang.

Asas kepastian hukum juga dapat membantu dalam menyelesaikan sengketa yang terjadi dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. *Marketplace* harus memberikan aturan dan mekanisme yang jelas dan adil untuk menyelesaikan sengketa tersebut. Dalam hal ini, *marketplace* juga harus memberikan perlindungan hukum yang cukup bagi pengguna jika terjadi sengketa yang melibatkan tindakan melanggar hukum, seperti penipuan, pemalsuan data atau tindakan diskriminatif.

Dengan menerapkan asas keseimbangan hukum dalam perlindungan *marketplace* pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, diharapkan dapat tercipta lingkungan bisnis *online* yang aman, adil dan sehat, dimana para pengguna *marketplace* dapat melakukan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dengan tenang dan nyaman tanpa khawatir terkena tindakan melanggar hukum atau penipuan. *Marketplace* bertindak sebagai pihak yang bertanggung jawab untuk memastikan bahwa pelaku usaha yang terdaftar di *platformnya* mematuhi ketentuan-ketentuan yang diatur dalam UUPK, seperti memberikan informasi yang jelas, benar, dan tidak menyesatkan kepada konsumen.

Selain itu, *marketplace* juga bertanggung jawab untuk menjaga keamanan data dan informasi pribadi konsumen yang dihasilkan dari transaksi jual beli pada *platform marketplace* yang terjadi di *platformnya*. Namun demikian, dalam beberapa kasus, terkadang muncul perdebatan mengenai tanggung jawab *marketplace* dalam mengatasi sengketa atau masalah yang terjadi antara pelaku usaha dan konsumen yang menggunakan *platformnya*. Oleh karena itu, diperlukan peraturan yang lebih detail dan jelas mengenai kewajiban dan tanggung jawab *marketplace* dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* untuk memastikan perlindungan yang lebih baik bagi pelaku usaha dan konsumen.

Jika terjadi penipuan di *platform marketplace*, baik oleh pembeli atau penjual, maka *marketplace* dapat membantu dalam menyelesaikan sengketa dan memastikan bahwa semua pihak terlibat dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* mendapat penyelesaian yang adil. Penggunaan *illegal platform marketplace*. Jika ada pelaku usaha yang menggunakan *platform marketplace* untuk menjual barang atau jasa yang ilegal, maka *marketplace* harus memastikan bahwa akun tersebut dihapus dan memberikan penjelasan yang jelas kepada publik mengenai tindakan yang diambil. *Marketplace* harus memastikan bahwa mereka mematuhi standar keamanan dan privasi yang berlaku serta memberikan kebijakan perlindungan yang jelas kepada para pelaku usaha dan konsumen. *Marketplace* juga dapat bekerja sama dengan pihak berwenang untuk

menyelesaikan masalah yang lebih serius yang terjadi pada *platform marketplace* mereka.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* kedudukan para pihak, yaitu konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*, masing-masing memiliki potensi yang lemah. Dimana persepsi kebanyakan masyarakat bahwa konsumenlah yang kerap kali berada pada posisi yang lemah, namun pada kenyataannya pelaku usaha dan *marketplace* juga pada posisi yang juga perlu dilindungi, sehingga terwujud keseimbangan perlindungan hukum antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berdasarkan asas kepastian hukum.

BAB IV

KENDALA DAN MITIGASI

TRANSAKSI JUAL BELI DALAM MEWUJUDKAN

PERLINDUNGAN HUKUM YANG SEIMBANG ANTARA

KONSUMEN, PELAKU USAHA DAN *MARKETPLACE*

A. Kendala pada Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace*

1. Faktor Regulasi Pengaturan Perlindungan Hukum Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace*

Penerapan dan pemberlakuan hukum yang kuat juga sangat penting dalam memberikan perlindungan hukum yang seimbang pada transaksi jual beli pada *platform marketplace*. Pemerintah harus memiliki kebijakan penegakan hukum yang tegas terhadap pelanggaran dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace*. Sanksi yang tegas dan proporsional harus diberikan kepada pelaku bisnis yang melanggar aturan, sehingga dapat memberikan efek jera dan mendorong kepatuhan terhadap hukum.

Pemberlakuan hukum berkaitan erat dengan suatu usaha untuk menanggulangi kejahatan secara rasional, memenuhi rasa keadilan dan berdaya guna. Sebagai sesuatu alat guna menanggulangi kejahatan pada segala sarana sebagai reaksi yang bisa diberikan terhadap pelaku yang berbuat

kejahatan, berupa sarana pidana maupun non hukum pidana, yang dapat diintegrasikan satu dengan yang lainnya. Untuk menanggulangi kejahatan sarana pidana akan dipanggil, berarti akan dilaksanakan politik hukum pidana, yakni mengadakan pemilihan untuk mencapai hasil perundang-undangan pidana yang sesuai dengan keadaan dan situasi pada suatu waktu dan untuk masa-masa yang akan datang.¹ Pengertian pemberlakuan dan penerapan hukum juga dapat dirumuskan sebagai usaha melaksanakan hukum sebagaimana mestinya, mengawasi pelaksanaannya agar tidak terjadi pelanggaran dan jika terjadi pelanggaran memulihkan hukum yang dilanggar itu supaya ditegakkan kembali. Pemberlakuan dan penerapan hukum dilakukan dengan cara penindakan hukum menurut urutan berikut :²

- a. Teguran peringatan untuk menghentikan pelanggaran dan tidak boleh mengulangi perbuatan itu lagi (percobaan).
- b. Pembebanan kewajiban tertentu (ganti kerugian, denda).
- c. Penyisihan dan pengucilan (pencabutan hak-hak tertentu).
- d. Pengenaan sanksi badan (pidana penjara, pidana mati). Pelaksanaan hukum dapat terjadi karena pelanggaran hukum, yaitu dengan menegakan hukum tersebut dengan bantuan alat-alat perlengkapan Negara. Dalam menegakan hukum kemanfaatan dan keadilan, hukum harus dilaksanakan dan ditegakan.³

¹ Barda Nawawi Arief, Bunga Rampai Kebijakan Hukum Pidana Cetakan Ke II Edisi Revisi (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2002): 45-46.

² Abdulkadir Muhammad, Etika Profesi Hukum (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2006): 27-67.

³ Sudikno Mertokusumo, Mengenal Hukum (Yogyakarta: Liberty, 1985): 100.

Pemberlakuan dan penerapan hukum sendiri harus diartikan dalam kerangka 3 (tiga) konsep, yaitu sebagai berikut:

- a. Konsep penegakan hukum yang bersifat total (*total enforcement concept*) yang menuntut agar semua nilai yang ada di belakang norma hukum tersebut ditegakkan tanpa terkecuali.
- b. Konsep penegakan hukum yang bersifat penuh (*full enforcement concept*) yang menyadari bahwa konsep total perlu dibatasi dengan hukum acara dan sebagainya demi perlindungan kepentingan individual.
- c. Konsep penegakan hukum aktual (*actual enforcement concept*) yang muncul setelah diyakini adanya diskresi dalam penegakan hukum karena keterbatasan-keterbatasan, baik yang berkaitan dengan sarana dan prasarana, kualitas sumber daya manusianya, kualitas perundang-undangannya dan kurangnya partisipasi masyarakat.

Dengan demikian pemberlakuan dan penerapan hukum yang berkeadilan, berkepastian hukum dan terciptanya serta terwujudnya kemanfaatan merupakan tujuan yang harus dicapai. Faktor-faktor yang mempengaruhi pemberlakuan dan penerapan hukum di Indonesia tersebut dinilai penting guna menunjang berjalannya tujuan dari pemberlakuan dan penerapan hukum tersebut.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pemberlakuan dan penegakan hukum terkait dengan perlindungan hukum pada transaksi jual beli pada *platform marketplace* di Indonesia, diantaranya:

1. Faktor Efektivitas Pengaturan

Regulasi yang jelas dan komprehensif sangat penting untuk memastikan perlindungan hukum yang berkepastian hukum. Regulasi ini dapat membantu dalam mengatur aturan-aturan dasar dan infrastruktur yang mendukung realisasi transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

Hukum adalah segala sesuatu yang menimbulkan aturan-aturan yang mempunyai kekuatan yang bersifat memaksa, yaitu apabila hukum itu diselenggarakan mendapatkan sanksi yang tegas dan nyata.⁴ Sumber lain menyebutkan bahwa hukum adalah seperangkat norma atau kaidah yang berfungsi mengatur tingkah laku manusia dengan tujuan untuk ketentraman masyarakat.⁵ Hukum mempunyai Jangkauan universal karena dengan hukum bisa menemukan beberapa teori yang berbeda dari setiap individu. Artinya, hukum memiliki jangkauan yang sangat luas untuk masing-masing orang, tergantung bagaimana cara seseorang tersebut menyikapi hukum yang dihadapinya. Dalam penulisan ini, salah satu kelemahan ketentuan yang dikaji adalah kelemahan yuridis dari keberlakuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yang belum mengakomodir pengaturan mengenai transaksi jual beli pada *platform marketplace*.

Kebijakan hukum yang jelas dan komprehensif dapat memastikan perlindungan hukum yang seimbang dan berkepastian hukum bagi para pihak

⁴ Yulies Tina Masriani, *Pengantar Hukum Indonesia* (Jakarta: Sinar Grafika, 2004): 6.

⁵ *Ibid.*

yang bertransaksi secara elektronik. Kebijakan hukum yang berlaku harus memperhatikan aspek-aspek, seperti keamanan transaksi, perlindungan data pribadi dan hak-hak konsumen.

Penerapan aturan perlindungan hukum yang seimbang bagi konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berdasarkan asas kepastian hukum memiliki beberapa efektivitas yang signifikan. Penerapan aturan perlindungan hukum yang seimbang memberikan perlindungan hukum yang adil dan efektif bagi konsumen. Hal ini penting untuk melindungi konsumen dari praktik bisnis yang merugikan, penipuan atau penyalahgunaan kekuatan pasar. Dengan adanya aturan yang jelas dan ditegakkan dengan tegas, konsumen dapat merasa lebih aman dan percaya dalam melakukan transaksi yang merugikan, penipuan atau penyalahgunaan kekuatan pasar.

Dengan adanya aturan yang jelas dan ditegakkan dengan tegas, konsumen dapat merasa lebih aman dan percaya dalam melakukan transaksi di *marketplace*. Selain itu, penerapan aturan perlindungan hukum yang seimbang juga mencerminkan prinsip keadilan dan keseimbangan antara hak dan kewajiban konsumen dengan *marketplace*. Aturan yang seimbang memastikan bahwa konsumen memiliki hak yang diakui dan dihormati, sementara *marketplace* memiliki kewajiban untuk menyediakan produk dan layanan yang sesuai dengan standar yang ditetapkan. Selain itu, aturan perlindungan hukum yang seimbang memungkinkan penegakan hukum yang

efektif terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh *marketplace* atau pelaku bisnis. Dengan adanya aturan yang jelas, penegakan hukum dapat dilakukan dengan lebih mudah dan efisien. Hal ini menciptakan efek jera dan mendorong *marketplace* untuk mematuhi aturan yang ada.

Penerapan aturan perlindungan hukum yang seimbang juga berkontribusi terhadap kepercayaan dan stabilitas pasar. Konsumen akan merasa lebih percaya untuk bertransaksi di *marketplace* yang memiliki aturan perlindungan yang kuat dan ditegakkan dengan konsisten. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendorong pertumbuhan pasar yang stabil. Selanjutnya penerapan aturan perlindungan hukum yang seimbang juga berdampak pada pengembangan ekonomi. Ketika konsumen merasa terlindungi dengan baik, mereka cenderung lebih aktif dalam melakukan transaksi bisnis. Hal ini dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan investasi di *marketplace*. Dimana dalam praktiknya, penerapan aturan perlindungan hukum yang seimbang memerlukan kerjasama antara pemerintah, lembaga pengawas, dan pelaku bisnis. Selain itu, peran konsumen dalam memahami hak-hak mereka dan melaporkan pelanggaran juga sangat penting dalam menjaga efektivitas penerapan aturan perlindungan hukum yang seimbang.

Adapun indikator aturan hukum yang efektif dalam perlindungan hukum pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dapat meliputi beberapa hal berikut :

2. Eksistensi Regulasi Hukum Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace* yang Jelas

Untuk melindungi konsumen dan memastikan keseimbangan perlindungan hukum dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, diperlukan regulasi hukum yang jelas dan komprehensif. Hal ini bertujuan agar terbentuk badan perlindungan konsumen yang efektif. Regulasi ini harus mencakup aspek-aspek seperti perlindungan data pribadi, perlindungan konsumen, keamanan transaksi, dan penyelesaian sengketa. Dimana badan perlindungan konsumen yang efektif diharapkan dapat menegakan aturan perlindungan konsumen yang efektif juga. Regulasi tersebut harus diterapkan secara konsisten dan efektif oleh pemerintah dan badan-badan terkait.

Pengaturan perlindungan hukum yang seimbang mengacu pada keseimbangan perlindungan antara konsumen dan *marketplace*. Konsumen harus dilindungi dari praktik bisnis yang merugikan, produk cacat, dan penipuan, sementara *marketplace* juga harus diberikan kepastian hukum dan perlindungan terhadap kepentingan mereka sebagai penyedia *platform*. Prinsip ini mendorong adanya keseimbangan antara hak dan kewajiban serta kepentingan kedua belah pihak. Asas kepastian hukum adalah prinsip hukum yang menjamin bahwa setiap orang memiliki hak untuk mengetahui dan memahami aturan hukum yang berlaku. Dalam konteks perlindungan hukum bagi konsumen dan *marketplace*, asas keseimbangan hukum menjadi landasan penting untuk menciptakan lingkungan hukum yang jelas dan dapat dipahami oleh semua pihak. Dengan

adanya kepastian hukum, konsumen dan *marketplace* dapat menjalankan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dengan keyakinan dan menghindari konflik yang mungkin timbul.

Implementasi aturan perlindungan konsumen yang efektif merupakan langkah penting dalam menjaga keseimbangan perlindungan hukum dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Pemerintah harus memiliki peraturan yang jelas dan tegas terkait perlindungan konsumen, termasuk penanganan sengketa, jaminan kualitas produk dan informasi yang akurat. Selain itu, *marketplace* juga harus memiliki kebijakan internal yang jelas untuk melindungi hak-hak konsumen. Dengan implementasi aturan yang baik, konsumen akan merasa lebih aman dan terlindungi dalam melakukan transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

Selain memiliki aturan perlindungan konsumen yang baik, penegakan hukum yang efektif juga penting untuk memastikan kepastian hukum. Pemerintah harus memiliki mekanisme penegakan hukum yang kuat dan efisien untuk menindak pelanggaran yang dilakukan oleh *marketplace* atau pelaku bisnis. Sanksi yang tegas dan proporsional harus diberikan kepada pelanggar untuk memberikan efek jera dan mendorong kepatuhan terhadap aturan yang ada. Dengan penegakan hukum yang efektif, kepastian hukum dapat terwujud dan kepercayaan konsumen terhadap transaksi jual beli pada *platform marketplace* dapat meningkat.

yang ada. Dengan penegakan hukum yang efektif, kepastian hukum dapat terwujud dan kepercayaan konsumen terhadap transaksi jual beli pada *platform marketplace* dapat meningkat.

Dalam menjaga efektivitas penerapan aturan perlindungan hukum yang seimbang bagi konsumen dan *marketplace* berdasarkan asas kepastian hukum, kerjasama antara pemerintah, *marketplace* dan konsumen sangat penting. Pemerintah harus memiliki regulasi yang jelas dan tegas, *marketplace* harus memiliki kebijakan internal yang mendukung perlindungan konsumen, dan konsumen harus memahami hak-hak mereka dan menggunakan sarana hukum yang tersedia. Dengan adanya kerjasama yang baik antara semua pihak, perlindungan hukum yang seimbang dapat tercapai dan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dapat berlangsung dengan adil dan terjamin. Pemerintah Indonesia telah melakukan regulasi terhadap peraturan perundang-undangan yang mengatur telekomunikasi dan *platform marketplace* sebagai sarana perdagangan *online*. Pemerintah berperan sebagai pengatur, pembina, dan pengontrol perkembangan perdagangan melalui *platform marketplace* di Indonesia. Regulasi ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan bisnis yang adil, transparan, dan aman bagi semua pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

Dalam rangka menjalankan aturan hukum transaksi jual beli melalui *platform marketplace* terkait informasi dan sistem penyelenggaraan transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, perlu adanya kerjasama antara pemerintah, pelaku usaha, dan konsumen. Pemerintah harus terus mengembangkan regulasi yang sesuai dengan perkembangan teknologi dan perlindungan konsumen. Pelaku usaha harus mematuhi aturan yang ada dan memiliki iktikad baik dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Konsumen juga perlu memahami hak-hak mereka dan menggunakan sarana hukum yang tersedia untuk melindungi kepentingan mereka.

Dengan kerjasama yang baik antara semua pihak, transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dapat berjalan dengan lancar dan aman. Dalam hal ini, *marketplace* bertindak sebagai pihak yang bertanggung jawab untuk memastikan bahwa pelaku usaha yang terdaftar di *platformnya* mematuhi ketentuan-ketentuan yang diatur dalam UUPK, seperti memberikan informasi yang jelas, benar dan tidak menyesatkan kepada konsumen. Selain itu, *marketplace* juga bertanggung jawab untuk menjaga keamanan data dan informasi pribadi konsumen yang dihasilkan dari transaksi jual beli melalui *platform marketplace* yang terjadi di *platformnya*. Namun demikian, dalam beberapa kasus, terkadang muncul perdebatan mengenai tanggung jawab *marketplace* dalam mengatasi sengketa atau

masalah yang terjadi antara pelaku usaha dan konsumen yang menggunakan *platformnya*. Oleh karena itu, diperlukan peraturan yang lebih detail dan jelas mengenai kewajiban dan tanggung jawab *marketplace* dalam transaksi jual beli pada *platform* perdagangan *online* untuk memastikan perlindungan yang lebih baik bagi pelaku usaha dan konsumen.

Efektivitas penerapan aturan perlindungan konsumen di dalam *marketplace* sangat penting untuk menjaga hak-hak konsumen dan memastikan transaksi yang adil dan aman. Berikut adalah lima poin utama tentang efektivitas penerapan aturan perlindungan konsumen dalam konteks *marketplace*

3. **Transparansi Informasi:** *Marketplace* harus menyediakan informasi yang jelas dan transparan tentang produk atau layanan yang ditawarkan, termasuk harga, spesifikasi, kebijakan pengembalian, dan ulasan dari konsumen sebelumnya. Ini membantu konsumen membuat keputusan yang lebih baik.
4. **Perlindungan Data Pribadi:** *Marketplace* harus memastikan keamanan data pribadi konsumen, termasuk informasi kartu kredit dan data pribadi lainnya. Kebijakan privasi yang kuat dan pemrosesan data yang aman harus diterapkan untuk melindungi konsumen dari penyalahgunaan informasi mereka. Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, pengguna seringkali harus memberikan informasi pribadi, seperti alamat, nomor telepon atau

data kartu memberikan informasi pribadi seperti alamat, nomor telepon, atau data kartu kredit. Oleh karena itu, perlindungan data pribadi menjadi sangat penting. Aturan perlindungan data pribadi harus mengatur penggunaan, penyimpanan, dan pengamanan data konsumen. Selain itu, konsumen juga harus diberikan kontrol atas penggunaan data pribadi mereka.

5. **Penanganan Keluhan:** *Marketplace* harus memiliki prosedur yang efektif untuk menangani keluhan konsumen. Ini mencakup penyelesaian sengketa, pengembalian dana, dan komunikasi yang efisien dengan konsumen yang memiliki masalah dengan produk atau layanan yang mereka beli.
6. **Verifikasi Penjual:** *Marketplace* harus melakukan verifikasi yang ketat terhadap penjual atau pedagang yang menggunakan *platform* mereka. Ini dapat mengurangi risiko penipuan dan produk palsu, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan memastikan bahwa penjual yang tidak etis tidak dapat beroperasi di *platform* tersebut.
7. **Pendidikan Konsumen:** *Marketplace* harus memberikan edukasi kepada konsumen tentang hak-hak mereka, kebijakan pengembalian, cara menghindari penipuan, dan cara menggunakan *platform* secara aman. Konsumen yang lebih teredukasi akan lebih mampu melindungi diri mereka sendiri. Dengan menjalankan dan mematuhi prinsip-prinsip ini, *marketplace* dapat

meningkatkan efektivitas penerapan aturan perlindungan konsumen, menciptakan lingkungan yang lebih aman dan adil bagi konsumen dan membangun reputasi yang baik dalam industri pada *platform marketplace*.

Selain 5 (lima) poin tersebut di atas, terdapat 10 (sepuluh) poin tambahan tentang efektivitas penerapan aturan perlindungan konsumen dalam *marketplace*, yaitu:

1. **Evaluasi Produk dan Penjual:** *Marketplace* dapat menyediakan sistem peringkat dan ulasan yang dapat dipercaya untuk produk dan penjual. Ini membantu konsumen dalam membuat keputusan pembelian yang lebih informasi dan meningkatkan akuntabilitas penjual.
2. **Kebijakan Pengembalian yang Adil:** *Marketplace* harus memiliki kebijakan pengembalian yang jelas dan adil untuk melindungi konsumen—jika mereka menerima produk yang cacat atau tidak sesuai dengan deskripsi. Proses pengembalian harus mudah diakses dan digunakan.
3. **Pencegahan Penipuan dan Keamanan Transaksi:** *Marketplace* harus menginvestasikan dalam teknologi keamanan yang kuat untuk melindungi konsumen dari penipuan, termasuk transaksi palsu dan pembayaran yang tidak sah. Verifikasi 2 (dua) faktor dan perlindungan pembayaran *online* adalah langkah yang penting.

4. **Kontrol Atas Privasi dan Preferensi:** Konsumen harus diberikan kontrol atas data mereka dan preferensi privasi mereka. Mereka harus dapat memutuskan apa yang mereka bagikan dengan *marketplace* dan mitra pihak ketiga.
5. **Pengawasan dan Penegakan Hukum:** *Marketplace* harus bekerja sama dengan pihak berwenang dan badan regulasi untuk memastikan penegakan aturan perlindungan konsumen. Ini mencakup mengambil tindakan terhadap penjual yang melanggar ketentuan, sehingga memberikan sinyal bahwa pelanggaran tidak akan ditoleransi.
6. **Pemantauan dan Penindakan Terhadap Barang Palsu:** *Marketplace* harus aktif dalam memantau dan menindak penjualan barang palsu atau ilegal. Ini mencakup kerja sama dengan pemilik merek untuk mengidentifikasi dan menghapus produk palsu serta mengambil tindakan hukum jika diperlukan.
7. **Edukasi Penjual :** *Marketplace* dapat menyediakan sumber daya dan pelatihan kepada penjual untuk membantu mereka memahami dan mematuhi aturan perlindungan konsumen. Penjual yang lebih teredukasi akan lebih mungkin untuk memberikan layanan yang sesuai standar.
8. **Responsibilitas Sosial dan Lingkungan:** *Marketplace* dapat mempromosikan produk dan penjual yang memiliki tanggung jawab sosial dan lingkungan yang tinggi. Ini akan memberikan insentif kepada penjual untuk mengadopsi praktik yang berkelanjutan dan beretika.

9. **Perlindungan Anak-anak dan Konten Tidak Pantas:** *Marketplace* harus memiliki kebijakan yang ketat terkait dengan produk dan konten yang tidak pantas atau berbahaya bagi anak-anak. Mereka harus mengambil tindakan untuk mencegah penjualan produk yang tidak cocok untuk usia anak-anak.
10. **Perlindungan Anak-anak dan Konten Tidak Pantas:** *Marketplace* harus memiliki kebijakan yang ketat terkait dengan produk dan konten yang tidak pantas atau berbahaya bagi anak-anak. Mereka harus mengambil tindakan untuk mencegah penjualan produk yang tidak cocok untuk usia anak-anak.
11. **Keterlibatan Konsumen dalam Pengambilan Keputusan:** *Marketplace* dapat melibatkan konsumen dalam pengambilan keputusan terkait dengan perubahan kebijakan atau fitur baru. Ini memberikan konsumen rasa memiliki dan memastikan bahwa kebijakan yang diimplementasikan sesuai dengan kebutuhan mereka.

Dengan menjalankan poin-poin tambahan ini, *marketplace* dapat memperkuat perlindungan konsumen, menciptakan lingkungan bisnis yang lebih etis dan berkelanjutan dan meningkatkan kepercayaan konsumen dalam penggunaan *platform* mereka. Dengan menerapkan dan mematuhi semua poin-poin ini, *marketplace* dapat menciptakan lingkungan yang lebih aman,–adil, dan tepercaya bagi konsumen, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan pertumbuhan bisnis di *platform* tersebut.

Ada beberapa faktor yang dapat menyebabkan penerapan aturan perlindungan konsumen dan *marketplace* menjadi tidak efektif. Berikut adalah beberapa faktor tersebut :

1. **Kurangnya Penegakan Hukum yang Tegas:** Jika tidak ada penegakan hukum yang tegas terhadap pelanggaran aturan perlindungan konsumen, maka penjual atau pengecer yang tidak etis mungkin merasa bahwa mereka bisa mengabaikan aturan tersebut tanpa konsekuensi. Kurangnya penindakan hukum dapat melemahkan efektivitas aturan tersebut.
2. **Kompleksitas Aturan yang Tinggi:** Aturan perlindungan konsumen dan kebijakan *marketplace* yang terlalu kompleks atau ambigu dapat membuat sulit bagi konsumen untuk memahami hak dan kewajiban mereka, dan bagi penjual untuk mematuhi aturan tersebut. Ini bisa menyebabkan kebingungan dan ketidakpastian.
3. **Ketidakmampuan Identifikasi Produk Palsu:** Jika *marketplace* tidak memiliki sistem yang efektif untuk mengidentifikasi dan menghapus produk palsu atau ilegal, maka konsumen dapat terkena risiko membeli barang palsu atau berbahaya. Hal ini dapat merusak reputasi *marketplace* dan mengurangi kepercayaan konsumen.

4. **Ketidaksetaraan Kekuasaan:** Beberapa *marketplace* mungkin memiliki hubungan yang tidak seimbang antara konsumen, penjual, dan *platform*. Jika penjual memiliki kekuatan lebih besar atau lebih banyak sumber daya daripada konsumen, mereka mungkin dapat menghindari pertanggungjawaban atau menekan konsumen, sehingga melanggar aturan perlindungan konsumen.
5. **Tidak Memprioritaskan Privasi Konsumen:** Jika *marketplace* tidak memprioritaskan privasi konsumen dan tidak melindungi data pribadi mereka, konsumen mungkin merasa tidak aman untuk berbelanja atau bertransaksi di *platform* tersebut. Ini dapat mengurangi partisipasi konsumen dan merusak reputasi *marketplace*.
6. **Kurangnya Kerjasama Dengan Pihak Eksternal:** *Marketplace* yang tidak bekerja sama dengan badan regulasi, pihak berwenang, atau pemilik mereka mungkin menghadapi kendala dalam mengatasi pelanggaran. Kerjasama dengan pihak eksternal penting untuk penegakan hukum yang efektif.
7. **Pengabaian Terhadap Umpan Balik Konsumen:** Jika *marketplace* tidak merespons umpan balik konsumen atau keluhan dengan cepat dan efektif, maka konsumen mungkin merasa diabaikan dan tidak dihargai. Ini dapat merusak reputasi *marketplace* dan menyebabkan kehilangan kepercayaan.
8. **Pemalsuan atau Manipulasi Ulasan :** Ketika ulasan produk atau penjual dapat dengan mudah dimanipulasi atau dipalsukan, konsumen mungkin tidak dapat mengandalkan ulasan sebagai panduan pembelian yang akurat. Hal ini dapat mengganggu keputusan pembelian dan mempengaruhi efektivitas perlindungan konsumen.

Untuk meningkatkan efektivitas penerapan aturan perlindungan konsumen dan *marketplace*, penting untuk mengatasi faktor-faktor ini dengan penegakan hukum yang kuat, kebijakan yang jelas, kerjasama dengan pihak berwenang, dan komunikasi yang terbuka dengan konsumen.

Faktor Regulasi yang merupakan faktor normatif dalam pengaturan perlindungan hukum sangat mempengaruhi aspek perlindungan hukum yang seimbang pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Penegakan hukum dalam memberikan perlindungan hukum yang seimbang dalam hubungan dengan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* pada transaksi jual beli menghadapi beberapa kendala. Beberapa kendala tersebut antara lain :

- a. **Masalah penegakan hukum internasional.** Terakhir, masalah penegakan hukum internasional dapat menjadi kendala dalam perlindungan hukum di bidang transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Setiap negara memiliki peraturan dan kebijakan yang berbeda terkait dengan transaksi perdagangan pada *platform marketplace* dan penegakan hukum di luar negeri dapat memakan waktu dan biaya yang besar. Hal ini dapat menyulitkan proses penyelesaian sengketa, terutama jika melibatkan pelaku usaha, konsumen, atau *marketplace* dari negara yang berbeda, sebagai contoh kasus sengketa internasional, seperti :

- Penyelesaian sengketa dagang internasional antara konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace*. Contoh kasus sengketa dagang internasional yang melibatkan pihak-pihak dari 2 (dua) negara yang berbeda, yang memicu masalah penerapan hukum negara dan cara eksekusi ganti rugi lintas negara.
- Penyelesaian Sengketa *e-commerce*: Sengketa *e-commerce* yang timbul akibat perbuatan hukum dalam *e-contract* dapat diselesaikan melalui *Online Dispute Resolution (ODR)*. ODR ini menggunakan fasilitas internet untuk menyelesaikan sengketa-sengketa terkait aktifitas *e-commerce* internasional, terutama sengketa-sengketa yang bernilai kecil.⁶
- Penyelesaian sengketa dalam PMSE, contoh aplikasi seperti Shopee dan Traveloka yang memilih Hukum Singapura sebagai pilihan hukum dalam hal terjadi sengketa. Hal ini menunjukkan bagaimana pilihan hukum dapat dipilih dalam menyelesaikan sengketa *e-commerce* internasional. Dalam praktiknya banyak *platform* Indonesia yang transaksinya dilakukan oleh Pelaku Usaha dan Konsumen dalam negeri namun syarat dan ketentuan (*terms & condition*) sehubungan dengan pilihan hukum (*choice of law*) justru memilih hukum asing dalam hal terjadi sengketa. Berbeda dengan pilihan forum (*choice of jurisdiction*) yang memberikan kebebasan bagi para pihak untuk menentukannya, dalam UU Nomor 11 Tahun 2008 sebagaimana yang diubah dengan UU Nomor 1 Tahun 2024 dan PP Nomor 80 Tahun 2019 pilihan hukum (*choice of law*) hanya dapat dilakukan dalam kontrak bilamana di dalamnya terdapat unsur asing dan penerapannya harus sejalan dengan Hukum Perdata Internasional (HPI). Sedangkan bila para pihak tidak menentukan pilihan forum (*choice of jurisdiction*), maka penetapan kewenangan pengadilan, arbitrase, atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya yang berwenang menangani sengketa yang mungkin timbul dari transaksi tersebut, didasarkan pada asas Hukum Perdata Internasional.⁷
- Penyelesaian Sengketa Wanprestasi dalam Perspektif Hukum Internasional, dimana terdapat penyelesaian sengketa secara *online* melalui ODR.⁸ Hal ini terlihat pada contoh kasus *Square Trade* melakukan mediasi dalam sengketa antara konsumen dengan *eBay*

⁶ Trivena Gabriela Miracle Tumbel, Emma V.T. Senewe dan Donna O. Setiabudhi, "Perlindungan Konsumen Jual Beli Online Dalam Era Digital 4.0," *Jurnal Et Societatis* VIII, no. 3 (Juli-September 2020): 104.

⁷ Muhamad Ali Hasan, "Penyelesaian Sengketa dalam PMSE", Diakses pada tanggal 1 Agustus 2024 Pukul 08.50 WIB., <https://www.hukumonline.com/>.

⁸ Aashit Shah, *Using ADR To Solve Online Disputes* (Spring: Richmond Journal of Law and Technology, Spring, 2004): 14.

- Seorang konsumen yang mengalami kebingungan sekali ketika ia mengetahui bau lapuk yang sangat tajam dari kulit kursi yang ia beli dari *website eBay*. Dalam waktu satu minggu *eBuy* mengirim kepada pembeli check sebesar \$150 untuk biaya pembersihan kursi tersebut. Pada kasus Square Trade, penyelesaian sengketa ditangani dengan pemberian ganti rugi sebagai akibat adanya wanprestasi dari pihak penjual. Pemberian jumlah kerugian tentunya harus berdasarkan pada kesepakatan atau diterima oleh pihak pembeli yang dirugikan. Penyelesaian sengketa berdasarkan contoh kasus tersebut dilakukan melalui jalur non litigasi. Adanya kebebasan bagi para pihak untuk menentukan sendiri forum apa yang mereka gunakan untuk menyelesaikan sengketa mereka. Jalur non litigasi yang dipilih oleh para pihak dikarenakan jalur ini dianggap cukup cepat untuk menyelesaikan sengketa, tidak berbelit-belit dan tidak terpublikasi. Adanya ketentuan penyelesaian sengketa mengenai pilihan forum dan pilihan hukum di dalam kontrak yang mereka ajukan sebagai bentuk antisipasi yang dilakukan oleh pihak pelaku usaha. Hal ini dikarenakan *e-commerce* adalah suatu transaksi perdagangan yang dilakukan secara *online*, dimana penyelesaian sengketa dilakukan dengan melalui *Online Dispute Resolution (ODR)* dapat dijadikan sebagai *alternative* baru untuk menyelesaikan kasus/ sengketa dalam *e-commerce*. Adanya Mediasi, Negosiasi dan Arbitrase yang dapat dilakukan secara *online*. ODR yang telah ada antara lain *Dispute Manager, WebMediate and Square Trade, Online Arbitration*, seperti *American Arbitration Association, Virtual Magistrate (VMAG), Nova Forum, Private Judge* dan *Chartered Institute of Arbitration (CIA)*.⁹

b. Masih terdapat beberapa kelemahan pada aturan perlindungan konsumen, seperti :

- **Beberapa Kelemahan dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen:**

⁹ Liza Roihanah (2008), "Wanprestasi dan Penyelesaian Sengketa Transaksi Perdagangan Melalui Internet Business To Consumer (B2C)" (Tesis Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia hlm. 123.

- Kelemahan dari keberlakuan UUPK, antara lain seperti dalam mengatasi permasalahan di bidang pelayanan umum, seperti bidang industri pangan, transportasi umum, komunikasi, perbankan, perhubungan, dan lain-lain. Masih banyak kita temukan gugatan yang dilakukan oleh konsumen, baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama (*class action*) kepada pengusaha karena hak-hak konsumen dirugikan. Hal ini menunjukkan masih terjadinya ketidakserasian antara kenyataan yang ada dan hal ideal yang dicita-citakan untuk melindungi konsumen. Hal ini terlihat pada permohonan perkara pengujian Undang-Undang Nomor Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 pada perkara konstitusi yang diajukan oleh Zico Leonard Djagardo Simanjuntak tertanggal 3 Februari 2022. Pemohon telah mengajukan permohonan bertanggal 3 Februari 2022 yang diterima di Kepaniteraan Mahkamah Konstitusi (selanjutnya disebut Kepaniteraan Mahkamah) pada tanggal 4 Februari 2022 berdasarkan Akta 2 Pengajuan Permohonan Pemohon Nomor 18/PUU/PAN.MK/AP3/02/2022 dan telah dicatat dalam Buku Registrasi Perkara Konstitusi Elektronik (e-BRPK) dengan Nomor 23/PUU-XX/2022 pada tanggal 23 Februari 2022, yang telah diperbaiki dan diterima Kepaniteraan Mahkamah Agung pada tanggal 28 Maret 2022. Pemohon memohon untuk melakukan pengujian Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, maka

Mahkamah Konstitusi berwenang untuk menerima, memeriksa dan mengadili permohonan ini. Pemohon dalam kedudukan hukum (*Legal Standing*) dan kerugian konstitusional, dimana pemohon telah dirugikan oleh suatu Undang-Undang yang diuji.

Konsumen dalam hal ini yang disebut sebagai pembeli harus lebih memahami mengenai syarat sahnya perjanjian dan memahami tentang klausula baku yang diberlakukan oleh penjual demi menghindari kerugian yang disebabkan oleh tindak kelalaian yang dilakukan oleh pelaku usaha sebagai penjual dalam transaksi jual beli melalui *e-commerce*. Dalam permasalahan tersebut kedudukan pelaku usaha dan konsumen cenderung tidak seimbang, sehingga konsumen selalu berada dalam posisi yang lemah. Kondisi demikian pada satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis kualitas barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen. Di sisi lain, kondisi tersebut dapat mengakibatkan konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui promosi, cara penjualan dan penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen.¹⁰

¹⁰ Arrista Trimaya, "Optimalisasi Pemberdayaan Konsumen Melalui Pembaharuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen", *Jurnal Rechtsvinding Online (Media Pembinaan Hukum Nasional)*, ISSN : 2089 – 9009 (2016): 2.

- Perlindungan konsumen juga dituntut dengan adanya globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika, yang telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa melintasi batas-batas wilayah suatu negara, sehingga barang dan/jasa yang ditawarkan bervariasi, baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri. Bertepatan dengan ASEAN *Economic Community* (AEC) yang diberlakukan pada akhir tahun 2015, dapat dijadikan sarana untuk mewujudkan persaingan usaha yang sehat secara keseluruhan di kawasan ASEAN pada khususnya dan di pasar dunia pada umumnya. Negara ASEAN akan menjadi pasar tunggal dan berbasis produksi tunggal dimana terjadi arus barang, jasa, investasi, tenaga terampil, dan arus modal yang lebih bebas.

Dengan terbentuknya pasar tunggal yang bebas tersebut membuka peluang Indonesia untuk meningkatkan daya saingnya di kawasan ASEAN. Untuk itu, harus ada kesiapan Pemerintah dalam memproteksi masuknya arus bebas barang dan jasa dari negara lain. Dalam hal ini konsumen juga harus mendapatkan pemahaman dan pemberdayaan secara optimal mengenai tata cara pemilihan produk barang dan jasa yang baik dan benar.¹¹

- Keberadaan UUPK belum mampu menjawab semua permasalahan terkait konsumen, terutama dalam hal perlindungan terhadap keamanan dan

¹¹ *Ibid.*

keselamatan konsumen. Penyebab kelemahan UUPK dapat dilihat dari Undang-Undang itu sendiri, penegakan hukum, sarana dan prasarana pendukung dan budaya hukum di masyarakat.

- Ketentuan dalam UUPK masih mempunyai kelemahan dalam perumusannya, sehingga menimbulkan multiinterpretasi. Bahkan, terjadi tumpang tindih pengaturan materi muatan antara satu pasal dengan pasal lainnya. Beberapa kelemahan tersebut, diantaranya : Salah satunya dapat dilihat dari pengaturan mengenai klausula baku yang tidak jelas, sehingga perlu penjelasan mengenai apa yang dimaksud dengan klausula baku dan apa batasan dari kriteria baku tersebut. Misalnya apakah rumusan “barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan” dapat dikategorikan menjadi klausula baku atau tidak sesuai dengan UUPK;¹² Materi muatan yang bertentangan misalnya, ketentuan Pasal 56 ayat (2) mengenai putusan BPSK yang masih bisa diajukan keberatan ke Pengadilan Tinggi padahal dalam Pasal 54 ayat (1) dan (3) disebutkan bahwa untuk menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen, BPSK membentuk majelis dan putusan majelis bersifat final dan mengikat.¹³ Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti.

¹² Pasal 18 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

¹³ Arrista Trimaya, *op. cit.* hlm. 3.

- Kelemahan lain yang ditemukan dalam efektivitas pelaksanaan UUPK terkait dengan aspek penerapan hukumnya. Hal ini dapat dilihat dari kurangnya jumlah penegak hukum yang akan melakukan eksekusi terhadap pelanggaran yang dialami oleh konsumen dan dampaknya terhadap produsen yang melakukan ekspor terhadap produk yang dihasilkan. Penegak hukum yang berasal dari BPSK sebagaimana telah diatur dalam ketentuan Pasal 52 UUPK hingga saat ini belum terbentuk di setiap provinsi, akibatnya jika timbul sengketa konsumen masih diselesaikan melalui pengadilan negeri bukan diselesaikan melalui BPSK. Meskipun suatu Undang-Undang dibuat selengkap mungkin tetapi jika tidak ada sarana dan prasarana yang mendukung untuk pelaksanaannya, maka Undang-Undang tersebut tidak akan efektif dalam perberlakuannya.

2. Faktor Aparat Penegak Hukum

Kompetensi dan pemahaman aparat penegak hukum terhadap peraturan di bidang perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* pada transaksi jual beli di *platform marketplace* memainkan peranan yang sangat penting, untuk membantu suatu peraturan di bidang perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* agar terlaksana dengan baik. Untuk itu,

kompetensi dan pemahaman aparat penegak hukum terhadap aturan perlindungan konsumen perlu lebih ditingkatkan dan lebih disosialisasikan lagi, sehingga penerapan aturan pada penyelesaian sengketa konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* menjadi lebih efektif.

Dalam pemberlakuan suatu aturan, faktor kompetensi dan pemahaman petugas terhadap aturan beserta perubahannya. Cakupan petugas di sini bukan hanya aparat penegak hukum sebagaimana yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Acara Pidana (KUHAP), dimana yang dimaksud dengan penegak hukum terdiri dari seperti Penyelidik, yaitu Pejabat Kepolisian, Jaksa sebagai Penuntut Umum, Hakim dan Penasehat Hukum tetapi juga petugas dalam suatu Instansi, Badan dll, seperti petugas BPSK, BPKN, YLKI dll. Dengan adanya petugas yang memiliki kompetensi dan pemahaman yang komprehensif terhadap suatu aturan, diharapkan penerapan dan pemberlakuan suatu hukum dapat berjalan dengan lancar dan adil. Tanpa adanya sarana dan fasilitas tertentu, maka tidak mungkin penegakan hukum akan langsung dengan lancar.

Pembuktian perkara dalam sengketa konsumen dapat menjadi tantangan karena beberapa alasan. Berikut adalah beberapa kendala yang mungkin dihadapi :

- **Kesulitan dalam Mengumpulkan Bukti** : Dalam banyak kasus, konsumen mungkin memiliki kesulitan dalam mengumpulkan bukti yang cukup untuk membuktikan perkara mereka. Bukti bisa berupa *e-mail*, *chat*, atau dokumen lainnya yang menunjukkan perilaku atau pernyataan pihak lain. Jika bukti tidak ada atau kurang jelas, pembuktian perkara bisa menjadi tantangan.
- **Kesulitan dalam Memahami Hukum** : Sengketa konsumen seringkali melibatkan hukum yang kompleks dan sulit dipahami. Konsumen mungkin tidak memahami hak dan kewajiban mereka atau pihak lain, yang bisa menjadi tantangan dalam mempersiapkan dan melakukan pembuktian perkara.
- **Kesulitan dalam Mengakses Hak dan Kewajiban** : Dalam beberapa kasus, konsumen mungkin memiliki kesulitan dalam mengakses hak dan kewajiban mereka. Misalnya, jika mereka tidak memiliki dukungan hukum atau jika pihak lain melakukan tindakan yang mencegah mereka mengakses hak dan kewajiban mereka.
- **Masalah bukti elektronik** : Masalah bukti elektronik juga menjadi kendala dalam penegakan hukum di bidang transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Dalam kasus hukum yang melibatkan *platform marketplace*, bukti elektronik seperti *e-mail*, pesan teks dan transaksi digital sering kali menjadi bukti yang penting untuk menyelesaikan sengketa hukum pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Bukti tersebut sulit untuk dikumpulkan dan diakui sebagai bukti yang sah dalam kasus hukum. Selain itu, terkadang sulit untuk memastikan keabsahan bukti elektronik tersebut dan mudah untuk dipalsukan. Keabsahan bukti elektronik dapat menjadi isu yang rumit karena sulit untuk

memastikan keaslian dan integritas bukti elektronik dan seringkali bukti elektronik tersebut dapat diubah atau dihapus. Untuk mengatasi masalah ini, dibutuhkan adanya protokol dan standar yang lebih jelas mengenai bukti elektronik. Masalah bukti elektronik transaksi jual beli melalui *platform marketplace* seringkali dilakukan secara digital, sehingga sulit untuk menyimpan bukti fisik seperti yang dilakukan pada transaksi bisnis konvensional. Oleh karena itu, keabsahan dan keandalan bukti elektronik menjadi sangat penting.

- **Masalah teknis.** Masalah teknis seperti serangan siber, *hacking* atau penggunaan teknologi yang salah. Masalah teknis ini dapat menyebabkan kerusakan pada *platform marketplace*, sehingga menghambat kemampuan untuk melacak transaksi dan menemukan bukti untuk menyelesaikan sengketa. Selain itu, terkadang sulit untuk menentukan apakah pelaku usaha, *marketplace*, atau konsumen yang bertanggung jawab atas masalah teknis ini. Dalam hal ini, pihak yang bertanggung jawab perlu ditentukan agar masalah dapat diselesaikan secara efektif.
- **Aspek yurisdiksi.** Salah satu kendala terbesar dalam penegakan hukum pada transaksi jual beli pada *platform marketplace* adalah masalah yurisdiksi. Masalah yurisdiksi sering kali merupakan permasalahan yang kompleks dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

Hal ini terjadi karena transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dapat melibatkan pelaku usaha dan konsumen dari negara yang berbeda dari berbagai negara. Penentuan yurisdiksi menjadi sangat penting karena setiap negara memiliki undang-undang yang berbeda, sehingga menentukan yurisdiksi yang tepat dapat mempengaruhi hasil dari sengketa hukum. Oleh karena itu, menentukan yurisdiksi yang tepat dan berlaku pada kasus tertentu menjadi sulit dan memakan waktu yang lama. Masalah yang timbul di sini adalah menentukan yurisdiksi mana yang berlaku pada kasus di sini adalah menentukan yurisdiksi mana yang berlaku pada kasus tertentu, apakah yurisdiksi pengadilan di negara penjual, pembeli, atau *marketplace* ketika terjadi sengketa lintas negara. Dalam kasus seperti ini, seringkali terdapat perbedaan dalam hukum yang berlaku di negara masing-masing, sehingga sulit untuk menentukan hukum mana yang harus diterapkan pada kasus tersebut.

Selain itu, hukum dan peraturan antar negara mengenai transaksi jual beli pada *platform marketplace* juga belum sepenuhnya terstruktur, sehingga hal ini dapat memperlambat proses penyelesaian sengketa. Untuk mengatasi kendala ini, konsumen bisa mencari bantuan dari pengacara atau organisasi konsumen. organisasi konsumen. Pengacara dapat membantu mereka memahami hukum dan mengumpulkan bukti yang diperlukan. Organisasi konsumen ini bisa memberikan dukungan dan bantuan hukum gratis atau murah.

3. Faktor Masyarakat

Faktor Masyarakat memegang peranan yang penting dalam mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang berdasarkan Kepastian Hukum dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Edukasi terkait aspek perlindungan konsumen kepada masyarakat sangatlah perlu terus dilakukan secara berkala. Menanamkan kesadaran akan arti pentingnya edukasi perlindungan bagi masyarakat sangatlah perlu. Disinilah dituntut peran dari Lembaga/Instansi terkait untuk melakukan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat, seperti peranan dari Badan Perlindungan Konsumen Nasional dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, seperti Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia dalam menyebarkan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen dan menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.

Ketidaksetaraan informasi antara konsumen dan pelaku usaha dapat menjadi kendala dalam perlindungan hukum di bidang perdagangan *online* melalui *platform marketplace*. Konsumen sering kali memiliki informasi yang terbatas tentang produk atau layanan yang mereka beli, sedangkan pelaku usaha memiliki akses ke informasi yang lebih lengkap tentang produk atau layanan mereka. Hal ini dapat menyebabkan konsumen membeli produk yang tidak sesuai dengan kebutuhan mereka, atau terlibat dalam praktik penipuan atau penjualan yang menyesatkan. Oleh karena itu, perlu adanya pengaturan yang lebih

jelas mengenai hak konsumen, termasuk hak untuk memperoleh informasi yang cukup tentang produk atau layanan yang mereka beli.

Ketidaksetaraan informasi antara konsumen dan pelaku usaha dapat menjadi kendala dalam perlindungan hukum di bidang perdagangan *online* melalui *platform marketplace*. Konsumen sering kali memiliki informasi yang terbatas tentang produk atau layanan yang mereka beli, sedangkan pelaku usaha memiliki akses ke informasi yang lebih lengkap tentang produk atau layanan mereka. Hal ini dapat menyebabkan konsumen membeli produk yang tidak sesuai dengan kebutuhan mereka, atau terlibat dalam praktik penipuan atau penjualan yang menyesatkan. Oleh karena itu, perlu adanya pengaturan yang lebih jelas mengenai hak konsumen, termasuk hak untuk memperoleh informasi yang cukup tentang produk atau layanan yang mereka beli.

Adapun faktor masyarakat yang menjadi kendala dalam perlindungan konsumen meliputi :

- a. Ketidak-jujuran Pelaku Usaha : Pelaku usaha yang tidak jujur terkait produk yang mereka jual dapat menimbulkan masalah bagi konsumen. Misalnya, produk yang dijual tidak sesuai dengan deskripsi atau kualitas yang dijanjikan.
- b. Ketidaksesuaian Produk : Ketidaksesuaian antara produk yang dipesan dengan yang diterima oleh konsumen, seperti ukuran, warna, corak, kualitas jahitan benang, atau no. seri yang berbeda, dapat menyebabkan kerugian pada konsumen.

- c. Ketidapahaman Konsumen : Konsumen yang tidak membaca dan memahami deskripsi produk secara keseluruhan dapat menyebabkan kesalahpahaman antara pelaku usaha dengan konsumen. Hal ini dapat mengakibatkan konsumen merasa produk yang diterima tidak sesuai dengan ekspektasi mereka.
- d. Proses Pengembalian Barang/Uang : Proses pengembalian barang atau uang yang tidak mudah dan memakan waktu lama dapat menghambat konsumen dalam menyelesaikan masalah ketidaksesuaian pesanan.
- e. Penjelasan Syarat dan Ketentuan yang Kurang Lengkap : Penjelasan yang kurang lengkap mengenai syarat dan ketentuan untuk melakukan pengembalian barang atau uang dapat menghambat konsumen dalam memahami prosedur yang harus dilakukan.

Masih banyak juga konsumen yang takut untuk belanja online. Dikarenakan Indonesia masih minim dengan masalah keamanannya. Faktor yang tertinggi saat ini adalah takut terjadinya penipuan. Seperti penipuan pembayaran, penipuan dengan menggunakan akun nakal, serta pengambilalihan akun. Sebuah Riset dari Comscore, perusahaan analisis media, menyimpulkan: ¹⁴

- 2 dari 3 pembeli memperhitungkan ongkos kirim yang paling ekonomis.
- 1 dari 3 orang bahkan memilih untuk membayar lebih, selama mereka bisa menerima barang lebih cepat.
- 46% pembeli menyatakan akan merekomendasikan suatu toko *online* jika barang yang mereka pesan tiba tepat waktu.

¹⁴ Kominfo, “Sistem e-Commerce dan Perlindungan Konsumen”, *loc. cit.*

4. Faktor Sarana dan Fasilitas Pendukung

Sarana dan fasilitas pendukung memainkan peranan penting. Sarana atau fasilitas tersebut antara lain yaitu mencakup tenaga manusia yang berpendidikan dan terampil, organisasi yang baik, peralatan yang memadai, keuangan yang cukup dan seterusnya. Kalau hal-hal itu tidak terpenuhi, maka mustahil penegakan hukum akan dapat tercapai tujuannya. Suatu masalah yang erat hubungannya dengan sarana dan fasilitas adalah soal efektivitas dari sanksi negatif yang diancamkan terhadap peristiwa-peristiwa pidana tertentu.

Tujuan dari adanya sanksi-sanksi tersebut adalah agar dapat mempunyai efek yang menakutkan terhadap pelanggar-pelanggar potensial maupun yang pernah dijatuhi hukuman karena pernah melanggar. Sanksi negatif yang relatif berat atau diperberat saja, bukan merupakan sarana yang efektif untuk dapat mengendalikan kejahatan maupun penyimpangan lain. Tapi, sarana ekonomis ataupun biaya daripada pelaksanaan sanksi-sanksi negatif diperhitungkan, dengan berpegang dengan cara yang lebih efektif dan efisien, sehingga biaya dapat ditekan di dalam program-program pemberantasan kejahatan jangka panjang.

5. Faktor Kebudayaan

Sebagai suatu sistem, maka hukum mencakup struktur, substansi dan kebudayaan. Struktur mencakup wadah ataupun bentuk dari sistem tersebut yang umpamanya mencakup tatanan lembaga-lembaga hukum formal, hubungan antara lembaga-lembaga tersebut, hak-hak dan kewajiban dan seterusnya. Substansi

mencakup isi norma hukum beserta perumusannya maupun acara untuk menegakkannya yang berlaku bagi pelaksana hukum maupun pencari keadilan. Kebudayaan (sistem) hukum pada dasarnya mencakup nilai-nilai yang mana merupakan konsep-konsep abstrak mengenai apa yang dianggap baik (sehingga dianut) dan apa yang dianggap buruk (sehingga harus dihindari).

Apabila dalam penegakan hukum cenderung pada nilai kepastian hukum atau dari sudut peraturannya, maka sebagai nilai telah menggeser nilai keadilan dan kegunaan. Hal ini dikarenakan, di dalam kepastian hukum yang terpenting adalah peraturan itu sendiri sesuai dengan apa hukum atau dari sudut peraturannya, maka sebagai nilai telah menggeser nilai keadilan dan kegunaan. Hal ini dikarenakan, di dalam kepastian hukum yang terpenting adalah peraturan itu sendiri sesuai dengan apa yang dirumuskan. Begitu juga ketika nilai kegunaan lebih diutamakan, maka nilai kegunaan akan menggeser nilai kepastian hukum maupun nilai keadilan karena yang penting bagi nilai kegunaan adalah kenyataan apakah hukum tersebut berguna bagi masyarakat. Demikian juga, ketika yang diperhatikan hanya nilai keadilan, maka akan menggeser nilai kepastian hukum dan kegunaan, sehingga, dalam penegakan hukum harus ada keseimbangan antara ketiga nilai tersebut.¹⁵

¹⁵ LBH Perjuangan, "Penegakan Hukum Yang Menjamin Keadilan, Kepastian Hukum Dan Kemanfaatan (Studi Kasus : Kasus Mbah Minah)", Diakses pada tanggal 3 Februari 2010 Pukul 21.30 WIB., <http://lbhperjuangan.blogspot.com/2010/10/penegakan-hukum-yang-menjamin-keadilan.html>.

Penegakan hukum dapat menjamin kepastian hukum, ketertiban dan perlindungan hukum pada era modernisasi dan globalisasi saat ini dapat terlaksana dengan baik, apabila berbagai dimensi kehidupan hukum selalu menjaga keselarasan, keseimbangan dan keserasian antara moralitas sipil yang didasarkan oleh nilai-nilai aktual di dalam masyarakat beradab. Sebagai proses kegiatan yang meliputi beberapa pihak yaitu termasuk masyarakat dalam rangka pencapaian tujuan yaitu keharusan untuk melihat penegakan hukum pidana sebagai suatu sistem peradilan pidana.

Dengan mematuhi serta menegakan hukum secara baik, maka dapat menciptakan ketertiban dan keteraturan masyarakat. Sesuatu dikatakan tertib jika aturan yang mengharuskan segala sesuatu supaya berjalan sejalan agar tidak berantakan dan teratur, sedangkan Keteraturan masyarakat / keteraturan sosial adalah suatu keadaan dimana hubungan-hubungan sosial antara anggota masyarakat berlangsung selaras, serasi dan harmonis sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku di masyarakat.

Seyogyanya hukum yang diberlakukan mencerminkan nilai-nilai hidup dalam masyarakat yang mempunyai kekuatan berlaku secara yuridis, sosiologis dan filosofis, sehingga tidak bertentangan dengan nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat. Dimana yang dimaksud dengan nilai-nilai (*value*) yang hidup dalam masyarakat ialah sesuatu yang berguna dan baik yang dalam masyarakat, ialah sesuatu yang berguna dan baik yang dicita-citakan dan dianggap penting oleh masyarakat. Nilai-nilai yang hendak diwujudkan masyarakat seperti kebaikan, kebenaran, keindahan kemanfaatan, kesopanan, ketertiban,

keamanan dan sebagainya. Agar nilai-nilai di dalam masyarakat bisa terwujud, masyarakat membuat norma-norma. Seketika pemberlakuan suatu hukum dinilai tidak efektif, maka untuk itu perlu dibuat hukum yang dicita-citakan dalam pergaulan hidup negara (*Ius Constituendum*), tetapi belum dibentuk menjadi undang-undang atau ketentuan lain. Hukum yang dicita-citakan dalam pergaulan hidup negara (*Ius Constituendum*). Fungsi norma di sini adalah mengatur hubungan antara sesama manusia supaya bertujuan tercipta ketertiban dalam masyarakat dan untuk menghindari konflik. Peranan norma disinilah yang merupakan peranan hukum dalam sistem sosial. Untuk itu perlu ditanamkan kesadaran hukum bermasyarakat di dalam suatu sistem sosial.

Kebudayaan memiliki fungsi yang sangat besar bagi masyarakat dan manusia. Masyarakat memiliki kebutuhan dalam bidang materiil dan spiritual. Untuk memenuhi kebutuhannya sebagian besar dipenuhi kebudayaan yang bersumber pada masyarakat itu sendiri. Tapi kemampuan manusia sangat terbatas, dengan demikian kemampuan kebudayaan yang merupakan hasil ciptaannya juga terbatas dalam memenuhi segala kebutuhan. Sekalipun masyarakat mempunyai kebudayaan yang berbeda antara satu dengan lainnya, namun setiap kebudayaan memiliki sifat hakikat yang berlaku umum bagi semua kebudayaan dimana pun juga. Faktor budaya yang menghambat mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* mencakup berbagai aspek yang mempengaruhi interaksi dan kepercayaan antara konsumen, pelaku usaha, dan pihak terkait lainnya dalam transaksi *online*.

Berikut adalah beberapa kendala yang terkait dengan faktor budaya:

- a. Pemahaman Hukum : Kurangnya pemahaman hukum konsumen tentang hak dan kewajiban mereka dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dapat menghambat mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang. Hal ini dapat disebabkan oleh kurangnya pendidikan atau informasi tentang hukum konsumen atau karena kurangnya kesadaran terhadap pentingnya perlindungan hukum dalam konteks digital.
- b. Ketidakpercayaan terhadap Teknologi: Ketidakpercayaan terhadap teknologi pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, termasuk sistem pembayaran *online* dan sistem manajemen pelanggan, dapat mengurangi keinginan konsumen untuk bertransaksi secara *online*. Ini dapat mengurangi kemampuan mereka untuk melindungi diri mereka sendiri atau untuk menuntut perlindungan hukum.
- c. Kesadaran terhadap Risiko: Kurangnya kesadaran konsumen tentang risiko yang terkait dengan transaksi *online*, seperti risiko penipuan atau risiko kehilangan data pribadi, dapat menghambat mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang. Ketidakpercayaan ini dapat mengurangi kemampuan konsumen untuk memahami dan menuntut hak-hak mereka. Apalagi jika hak yang akan dituntut nilai nominal kerugiannya kecil, terkadang konsumen berpikir panjang untuk menempuh proses hukum karena mempertimbangkan kerugian yang diderita tidak sebanding dengan biaya yang dikeluarkan jika menempuh proses hukum, seperti biaya pengacara, dan biaya operasional lainnya yang mungkin timbul.

- d. Pengaruh Sosial dan Budaya: Pengaruh sosial dan budaya dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk berbelanja secara *online*. Misalnya, jika transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dianggap tidak aman atau tidak etis dalam suatu budaya, ini dapat mengurangi minat konsumen untuk berpartisipasi dalam transaksi tersebut.
- e. Penggunaan Bahasa: Keterbatasan dalam penggunaan bahasa yang tepat dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, terutama dalam ketentuan layanan dan istilah hukum, dapat menjadi hambatan. Jika konsumen mengalami kesulitan dalam memahami ketentuan layanan atau istilah hukum yang digunakan, ini dapat mengurangi kemampuan mereka untuk melindungi diri mereka sendiri atau untuk menuntut perlindungan hukum. Untuk mengatasi kendala ini, penting bagi pelaku usaha pada *platform marketplace* untuk memahami faktor-faktor budaya ini dan untuk menyediakan informasi yang jelas dan mudah dipahami kepada konsumen. Ini termasuk mempromosikan penggunaan bahasa yang tepat, menyediakan pendidikan tentang perlindungan hukum konsumen, dan menciptakan lingkungan yang aman dan mendukung bagi konsumen.

6. Faktor Sistem Penyelesaian Sengketa

Sistem Penyelesaian Sengketa yang efektif dan efisien sangat penting untuk memastikan perlindungan hukum yang berkepastian hukum. Sistem ini dapat membantu dalam menyelesaikan sengketa yang timbul dalam transaksi *online* dengan cepat dan efisien.

7. Faktor Koordinasi

Koordinasi antara pemerintah, pelaku usaha dan *marketplace* sangat penting untuk memastikan perlindungan hukum yang berkepastian hukum. Koordinasi ini dapat membantu dalam mengatur aturan-aturan dasar dan infrastruktur teknis yang mendukung realisasi pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Selain itu koordinasi antar Lembaga/Institusi/Badan dalam penyelesaian pengaduan dari pihak yang dirugikan, seperti koordinasi antara BPSK dengan Pihak Kepolisian dan Pengadilan atau antara BPKN dengan YLKI, dll.

8. Faktor Teknologi dan Sistem Informasi

Teknologi yang digunakan dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* harus memperhatikan aspek keandalan dan keamanan dan perlindungan data pribadi. Selain itu sistem teknologi yang digunakan haruslah dapat beroperasi sebagaimana mestinya. Dimana Sistem Elektronik memiliki kemampuan sesuai dengan spesifikasinya termasuk kemampuan Sistem Elektronik dalam mematuhi atau memenuhi kewajiban tata kelola penyelenggaraan Sistem Elektronik sebagaimana yang diatur dalam peraturan perundang-undangan. Contohnya penggunaan (*Secure Sockets Layer /SSL*) dan HTTPS dapat memastikan keamanan transaksi *online*. Sistem informasi yang efektif dan efisien untuk memastikan perlindungan hukum yang berkepastian hukum. Sistem ini dapat membantu dalam mengumpulkan dan mengolah data yang diperlukan untuk memastikan perlindungan hukum yang seimbang dan berkepastian hukum.

9. Faktor Pendidikan dan Kesadaran Masyarakat

Faktor pendidikan dan kesadaran masyarakat tentang hak-hak dan kewajiban dalam bertransaksi *online* sangat penting. Pendidikan ini dapat membantu masyarakat dalam memahami cara-cara yang benar dalam bertransaksi *online* dan menghindari risiko-risiko yang terkait dengan transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

10. Pengawasan terhadap pelaksanaan Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace*

Pengawasan terhadap pelaksanaan transaksi jual beli pada *platform marketplace* merupakan hal penting untuk melindungi konsumen dan memastikan produk yang dijual melalui *platform marketplace* memenuhi standar yang ditetapkan. Pengawasan terhadap transaksi jual beli pada *platform marketplace* termasuk dalam prioritas Strategi Nasional Perlindungan Konsumen. Sektor-sektor yang menjadi fokus pengawasan antara lain termasuk didalamnya sektor perdagangan elektronik.

Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) memiliki peran penting dalam pengawasan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* antara lain dengan melakukan penelitian terkait barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen, dan menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat dan lembaga lainnya. Ketua BPKN. Ardiansyah Parman menyebutkan perlunya penguatan terhadap UUPK tentang Perlindungan Konsumen agar dapat mengakomodasi dinamika

perdagangan dan ekonomi global. Dalam rangka menjaga pengawasan terhadap pelaksanaan *platform marketplace*, pemerintah perlu bekerja sama dengan berbagai pihak terkait, termasuk Kementerian Perdagangan, Badan Perlindungan Konsumen dan lembaga terkait lainnya.

Untuk pengawasan yang efektif dan efisien sangat penting untuk memastikan perlindungan hukum yang berkepastian. Pengawasan ini dapat membantu dalam mengawasi pelaku usaha dan *marketplace* untuk memastikan bahwa mereka mematuhi aturan-aturan yang berlaku. Untuk mengawasi produk dalam bentuk transaksi jual beli pada *platform marketplace*, pemerintah membutuhkan aturan baru yang secara khusus mengatur hal tersebut. Saat ini, aturan yang ada hanya mengakomodasi pengawasan untuk barang-barang yang diperdagangkan secara fisik. Regulasi baru ini masih dalam tahap persiapan dan akan melalui koordinasi dengan Kementerian dan Lembaga terkait. Namun meskipun regulasi baru belum tersedia, pemerintah tetap melakukan pengawasan terhadap barang yang dijual melalui perdagangan elektronik. Pengawasan dilakukan dengan menelusuri temuan dari produk yang diterima oleh konsumen. Jika ditemukan barang yang tidak sesuai dengan standar, pemerintah akan melakukan penelusuran dari penjual hingga ke tingkat importir. Dalam hal ini, penguatan UUPK juga menjadi perhatian. Standar pemerintah akan melakukan penelusuran dari penjual hingga ke tingkat importir. Dalam hal ini, penguatan UUPK juga menjadi perhatian.

Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) adalah lembaga yang bertugas untuk melindungi dan mempromosikan hak konsumen. BPKN berfungsi sebagai pengawas dalam menegakkan kebijakan perlindungan konsumen dan memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam penyusunan kebijakan tersebut. BPKN juga bertugas melakukan penelitian dan pengkajian terkait peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen. Dengan adanya regulasi yang jelas dan pengawasan yang efektif, diharapkan pelaksanaan transaksi jual beli pada *platform marketplace* dapat berjalan dengan baik dan memberikan perlindungan yang memadai bagi konsumen. Dengan implementasi aturan hukum yang efektif dalam perlindungan hukum pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, diharapkan dapat menciptakan lingkungan yang aman dan terpercaya bagi konsumen serta mendorong pertumbuhan dan perkembangan sektor pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* secara berkelanjutan.¹⁶

Dari uraian tersebut, maka perlu dilakukan upaya-upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat secara berkesinambungan, meningkatkan pengawasan dan penegakan hukum dengan pemberian sanksi yang tegas.

¹⁶ M. Nurhadi Pratomo, "Pengawasan Produk di E-Commerce Butuh Regulasi Baru", Diakses pada tanggal 12 Desember 2017 Pukul 20.19 WIB., <https://www.ekonomi.bisnis.com/>

B. Mitigasi Risiko Transaksi Jual Beli pada *Platform Marketplace* Berdasarkan Asas Kepastian Hukum

Mitigasi Risiko sebagai suatu upaya yang meliputi tahapan identifikasi risiko terhadap eksposur risiko atau potensi risiko kerugian yang paling sering terjadi dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.¹⁷

Jenis mitigasi risiko terdiri dari upaya pencegahan baik melalui upaya *penal* maupun non *penal*. Apabila terjadi sengketa diselesaikan baik melalui jalur peradilan maupun non peradilan, seperti penyelesaian sengketa melalui jalur arbitrase atau melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).¹⁸ Masalah sistem keamanan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* yang ada diatasi dengan pengembangan sistem keamanan yang menggunakan algoritma keamanan langsung di dalam halaman *web*.¹⁹

Upaya perlindungan konsumen di Indonesia dapat dikelompokkan menjadi 2 (dua) kategori pencegahan utama: upaya *penal* dan non *penal*, yaitu:

1. **Upaya *penal*** adalah tindakan yang dilakukan oleh pemerintah atau lembaga penegak hukum untuk menegakkan. Ini melibatkan penegakan hukum yang bersifat sanksi atau hukuman bagi pelaku yang melakukan pelanggaran terhadap hak konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*.

¹⁷ Yudi Herdiana, *loc. cit.*

¹⁸ Rida Ista Sitepu dan Hana Muhamad, *loc. cit.*

¹⁹ A. A. K. Agung Cahyawan W. dkk., "Pengembangan Sistem Keamanan untuk E-Commerce", *Jurnal Merpati Jurusan Teknologi Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Udayana Bukit Jimbaran, Bali, Indonesia* 5, no. 1 (2017): 17.

2. Upaya *non penal* adalah serangkaian tindakan yang dilakukan untuk melindungi hak konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* tanpa menggunakan sanksi hukum. Tujuan utama dari upaya *non penal* adalah untuk mencegah pelanggaran hak konsumen dan meningkatkan kesadaran konsumen tentang hak dan kewajiban mereka, sehingga mengurangi kemungkinan terjadinya pelanggaran hak konsumen. Dengan demikian, upaya *non penal* memainkan peran penting dalam menjaga perlindungan konsumen di Indonesia.

Mitigasi risiko pada *e-commerce* melibatkan strategi dan langkah-langkah yang dilakukan oleh konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace* untuk mengurangi potensi kerugian dan meningkatkan keamanan transaksi *online*.

Berikut adalah beberapa strategi mitigasi risiko yang dapat diterapkan :

1. Identifikasi Risiko dan Mitigasi Risiko pada Konsumen

Pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* memunculkan berbagai potensi risiko yang berdampak pada kerugian yang dialami tidak hanya oleh konsumen, tetapi dapat juga dialami oleh pelaku usaha bahkan *marketplace*. Untuk itulah konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* sama-sama perlu dilindungi. Terhadap potensi risiko apa saja yang mungkin muncul dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace*, perlu dilakukan identifikasi risiko yang mungkin muncul baik pada konsumen, pelaku usaha dan bahkan *marketplace*.

Urgensi pentingnya perlunya perlindungan terhadap konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* karena diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen, antara lain seperti pencantuman klausula baku berupa *Terms & Conditions* antara lain sebagai berikut:²⁰

- Pada saat melakukan pembelian barang, konsumen menyetujui bahwa:
 - a. Konsumen bertanggung jawab untuk membaca, memahami, dan menyetujui informasi/deskripsi keseluruhan barang (termasuk didalamnya namun tidak terbatas pada warna, kualitas, fungsi dan lainnya) sebelum membuat tawaran atau komitmen untuk membeli.
 - b. Pengguna masuk ke dalam kontrak yang mengikat secara hukum untuk membeli barang ketika pengguna membeli suatu barang.
- Konsumen memahami sepenuhnya dan menyetujui bahwa segala transaksi yang dilakukan antara konsumen dan pelaku usaha selain melalui rekening resmi *marketplace* dan/atau tanpa sepengetahuan *marketplace* (melalui fasilitas/jaringan pribadi, pengiriman pesan, pengaturan transaksi khusus di luar situs *Marketplace* atau upaya lainnya) adalah merupakan tanggung jawab pribadi dari konsumen.
- Konsumen menyetujui untuk tidak memberitahukan atau menyerahkan bukti pembayaran dan/atau data pembayaran kepada pihak lain selain Tokopedia. Dalam hal terjadi kerugian akibat pemberitahuan atau penyerahan bukti pembayaran dan/atau data pembayaran oleh konsumen kepada pihak lain, maka hal tersebut akan menjadi tanggung jawab konsumen.

Perlindungan hukum terhadap konsumen dikarenakan konsumen berada pada posisi tawar yang lemah di dalam kontrak perdagangan *online*.

Hal ini terlihat dari data di bawah ini:

²⁰ Tokopedia, "*Terms & Conditions*,".

Grafik 1
Komoditas Pengaduan selama Tahun 2021

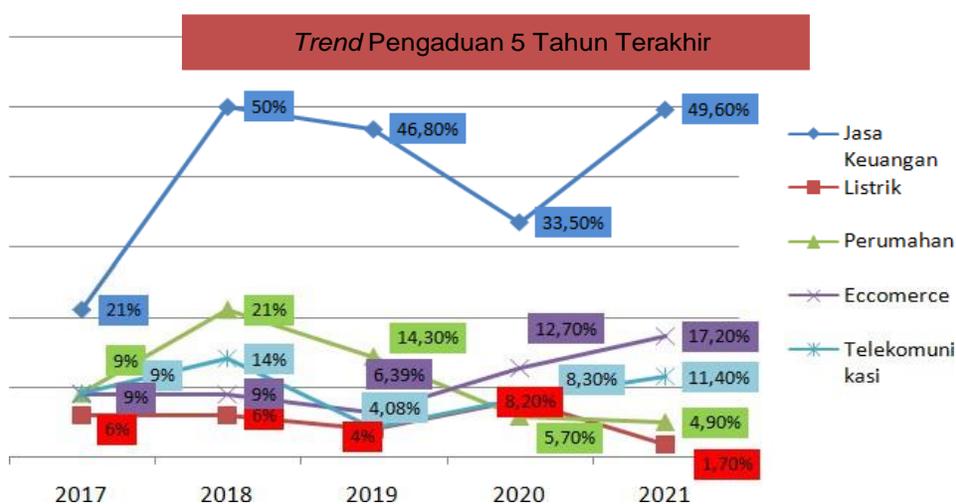


Sumber: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia

Keterangan:

Dari data di atas terlihat bahwa selama tahun 2021, diketahui bahwa komoditas pengaduan di bidang *e-commerce* berada di Grafik tertinggi kedua sebesar 17,2 %, diantara 5 (lima) komoditas lainnya, seperti jasa keuangan, telekomunikasi, perumahan dan listrik.

Grafik 2
Trend Pengaduan
(Selama Kurun Waktu Tahun 2017 – 2021)



Sumber: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia

Keterangan:

Dari data di atas terlihat bahwa selama kurun waktu 5 (lima) tahun, yaitu dari tahun 2017 - 2021, maka diketahui bahwa *trend* pengaduan terhadap *e-commerce* ke YLKI mengalami fluktuasi peningkatan. Dimana pada tahun 2017 pengaduan *e-commerce*, yang tadinya hanya sebesar 9% dan tetap sama pada tahun 2018, sempat mengalami penurunan di tahun 2019 menjadi sebesar 6,39%. Namun di tahun 2020 mengalami peningkatan pengaduan *e-commerce* menjadi sebesar 12,70% serta terus meningkat di tahun 2021 menjadi sebesar 17,20%. Hal ini dipicu akibat terjadinya pandemi Covid-19

Hal ini disebabkan karena pada transaksi *e-commerce* melalui *marketplace*, terdapat adanya kontrak digital, dimana kontrak digital ini ditentukan secara sepihak oleh pihak *marketplace*. Namun di sisi lain, kondisi tersebut dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang, sehingga konsumen berada pada posisi yang lemah. Konsumen dirasakan menjadi obyek aktivitas untuk meraup keuntungan sebesar-besarnya (*profit oriented*) oleh pelaku usaha. Terlebih lagi ketika pelaku usaha menggunakan prinsip ekonomi yakni mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin dengan modal yang seminimal mungkin. Prinsip ekonomi ini sangat berpotensi merugikan kepentingan konsumen.

Konsumen masih rentan terhadap pelanggaran hak dan selalu berada pada posisi yang dirugikan. Konsumen perlu dilindungi karena kedudukannya yang tidak seimbang dengan pelaku usaha.²¹ Kondisi ini seringkali dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dari konsumen. Dimana pelaku usaha terkadang melakukan berbagai tindakan yang dapat menyebabkan konsumen berada pada posisi tawar yang lemah, terutama dalam konteks *platform marketplace*. Beberapa contoh tindakan tersebut adalah:

²¹ Jamaluddin Mukhtar, dkk., *loc. cit.*

1. **Menawarkan Informasi Produk yang salah atau menyesatkan dan menawarkan produk yang tidak serta pembelian barang yang tidak sesuai dengan *platform marketplace*.** Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* banyak pelaku usaha yang menggunakan seluruh cara untuk memperoleh keuntungan lebih dengan modal yang dikeluarkan sedikit, dimana foto katalog tidak sesuai dengan kualitas barang atau barang yang dikirimkan kepada konsumen tidak selaras dengan foto yang tertera²². Pelaku usaha dapat membohongi konsumen dengan menyediakan informasi produk yang salah atau menyesatkan. Hal ini dapat dilakukan melalui iklan atau promosi yang berlebihan dan tidak akurat, yang dapat merugikan kesehatan atau keselamatan hidup konsumen.
2. **Pelanggaran Hukum Perlindungan Konsumen:** Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar dan/atau seolah-olah barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu. Dengan demikian, pelaku usaha yang melanggar hukum ini dapat menyebabkan konsumen berada pada posisi tawar yang lemah.

²² Ni Nengah Bintang Lestari, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Pembelian Barang yang tidak sesuai di E-Commerce", *Jurnal Kertha Wicara* 12, no. 04 (2023): 181–191.

3. **Tidak Menyediakan Layanan yang Baik:** Pelaku usaha juga dapat menempatkan konsumen pada posisi tawar yang lemah jika mereka tidak menyediakan layanan yang baik. Ini dapat berarti bahwa mereka tidak memberikan kompensasi atau penggantian yang tepat kepada konsumen yang dirugikan akibat dari penggunaan produk atau jasa yang tidak sebagaimana mestinya.
4. **Praktik Iklan yang Manipulatif:** Banyaknya iklan atau promosi yang digunakan oleh pelaku usaha untuk menarik konsumen. Namun, iklan seharusnya tidak hanya berdasar pada sebuah pesan yang menarik konsumen agar menggunakan sebuah produk yang ditawarkan tetapi juga harus mengindahkan kaidah-kaidah periklanan dan undang-undang yang terkait. Munculnya iklan-iklan yang manipulatif yang berdampak merugikan masyarakat, seperti informasi tarif yang tidak jelas tertulis, dapat menyebabkan konsumen berada pada posisi tawar yang lemah.
5. Meskipun demikian, pemanfaatan teknologi internet untuk melakukan pembelian barang di *e-commerce* mempunyai dampak buruk terhadap konsumen. Dimana pembelian barang/jasa melalui transaksi *online* yang dilaksanakan oleh konsumen dan pelaku usaha yang tidak saling menatap muka dan hanya mengandalkan rasa kepercayaan dari para pihak, melakukan transaksi *online* dalam menimbulkan permasalahan seperti nilai barang pesanan yang bertentangan dengan janji pelaku usaha atau dengan kata lain barang yang

ditawarkan tidak sesuai dengan yang diterima, keterlambatan dalam waktu pengiriman barang, rawan terjadi kerusakan dalam proses pengiriman barang. Adapun permasalahan lainnya yang dapat berlangsung seperti produk yang telah dibayar dan dipesan oleh pelanggan tidak sampai pada pelanggan atau barang tidak dikirim oleh pelaku usaha bahkan pengaduan yang tidak ditanggapi.

Konsumen seringkali tidak memiliki kekuatan tawar-menawar yang cukup kuat saat membeli produk atau layanan dari perusahaan. Artinya, konsumen biasanya tidak memiliki kemampuan atau pengaruh yang cukup besar dalam menentukan harga produk atau layanan yang dibeli. Hal ini terjadi karena pelaku usaha terutama perusahaan biasanya memiliki kekuatan pasar yang lebih besar dibandingkan dengan konsumen. Pelaku usaha memiliki lebih banyak pilihan produk atau layanan yang ditawarkan dari pada konsumen memiliki opsi untuk memilih. Hal ini memungkinkan pelaku usaha untuk menetapkan harga yang lebih tinggi, dan konsumen terpaksa menerima harga tersebut atau mencari alternatif yang lebih murah. Konsumen juga tidak memiliki pengetahuan atau informasi yang cukup untuk mengevaluasi kualitas produk atau layanan yang mereka beli. Ini juga dapat menyebabkan perusahaan menetapkan harga yang lebih tinggi atau mengenakan biaya tambahan yang tidak perlu. Namun demikian, di pasar yang lebih kompetitif, di mana konsumen memiliki banyak pilihan produk dan layanan, kekuatan tawar-menawar konsumen dapat menjadi lebih besar dan memaksa perusahaan untuk menawarkan harga yang lebih kompetitif atau layanan yang lebih baik.

Ketidakmampuan konsumen untuk menegosiasikan harga atau mempengaruhi harga produk atau layanan yang dibeli dari perusahaan dapat menyebabkan konsumen menjadi dirugikan. Hal ini terutama terjadi ketika perusahaan menetapkan harga yang tidak seimbang atau terlalu tinggi atau ketika konsumen tidak memiliki opsi lain yang lebih murah atau lebih baik.

Dalam kondisi tertentu, seperti Monopoli atau Oligopoli, produk unik atau produk premium, biaya produksi tinggi, perusahaan baru, permintaan pasar yang tinggi, perusahaan mungkin menetapkan harga yang tinggi atau mengenakan biaya tambahan yang tidak perlu karena mereka memiliki kekuatan pasar yang lebih besar. Ini dapat berdampak negatif pada konsumen, terutama pada konsumen dengan anggaran terbatas atau yang membutuhkan produk atau layanan tertentu untuk memenuhi kebutuhan dasar mereka.

Selain itu, kurangnya pengetahuan atau informasi yang cukup mengenai produk atau layanan yang dibeli juga dapat menyebabkan konsumen menjadi dirugikan. Ini dapat terjadi ketika konsumen membayar lebih dari yang seharusnya untuk produk atau layanan yang tidak berkualitas atau tidak memenuhi harapan mereka. Ini juga dapat terjadi ketika perusahaan mengenakan biaya tambahan yang tidak perlu atau menawarkan produk atau layanan yang tidak benar-benar memenuhi kebutuhan konsumen. Ketika konsumen merasa dirugikan dalam transaksi B to C, ini dapat mengurangi kepercayaan mereka pada perusahaan dan mempengaruhi hubungan jangka panjang antara konsumen dan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu

mempertimbangkan kebutuhan dan kepentingan konsumen saat menetapkan harga atau menawarkan produk atau layanan mereka.

Hal ini sesuai dengan UUPK, pelaku usaha yang membuat dan mencantumkan klausula baku pada dokumen dan/atau perjanjian antara konsumen dan pelaku usaha.²³ Namun, faktor ketidaktahuan konsumen, tidak jelasnya informasi terhadap barang / jasa yang diberikan oleh pelaku usaha dan *marketplace*, tidak pahamnya konsumen pada mekanisme transaksi menjadi faktor penyebab lemahnya kedudukan konsumen, sehingga konsumen kadang dirugikan oleh tindakan pelaku usaha dan *marketplace*, seperti contoh di bawah ini:²⁴

1. **Informasi Produk yang Kurang Lengkap** : Pelaku usaha seringkali memberikan informasi produk yang kurang lengkap, sehingga konsumen sulit untuk membuat keputusan pembelian yang tepat. Misalnya, mereka mungkin tidak memberikan informasi yang cukup tentang *warranty*, kondisi produk, atau bagaimana produk tersebut dapat digunakan.
2. **Kompleksitas Transaksi** : Proses transaksi yang kompleks dan tidak jelas dapat membuat konsumen merasa kesulitan. Misalnya, proses *checkout* di *platform marketplace* yang kompleks atau biaya tambahan yang tidak jelas.
3. **Pelanggaran Hukum** : Pelaku usaha yang melanggar hukum, seperti penyebaran *hoax* atau informasi palsu, juga dapat merugikan konsumen. Misalnya, perusahaan yang menyebarkan informasi yang salah tentang produk mereka, sehingga konsumen membeli produk yang tidak sesuai dengan yang dijanjikan.

²³ Pasal 28 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

²⁴ Yohana Artha Uly dan Yoga Sukmana, "Ini Masalah yang Paling Banyak Diadukan Konsumen ke Kemendag", Diakses pada tanggal 14 Januari 2021 Pukul 17.15 WIB., <https://money.kompas.com>.

4. **Penggunaan Data Pribadi Tanpa Izin** : Pelaku usaha yang menggunakan data pribadi konsumen tanpa izin juga dapat merugikan konsumen. Misalnya, perusahaan yang menggunakan data pribadi konsumen untuk tujuan pemasaran atau penargetan tanpa mendapatkan persetujuan dari konsumen .²⁵

Untuk mencegah dan memperbaiki situasi ini, pelaku usaha harus memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang produk mereka, memudahkan proses transaksi dan menghormati privasi dan hak konsumen.

Konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* memiliki risiko yang lebih besar dari pada penjual atau *merchantnya* atau dengan kata lain hak-hak konsumen dalam transaksi transaksi jual beli melalui *platform marketplace* lebih rentan untuk dilanggar. Dimana transaksi jual beli ini sendiri merupakan salah satu pertukaran data melalui *Electronic Data Interchange (EDI)* yang memungkinkan tindak kejahatan terjadi terhadap data-data konsumen ketika melakukan transaksi secara elektronik yang dapat menimbulkan kerugian terhadap konsumen.²⁶ Selain itu, dalam *platform marketplace* dalam praktiknya sangat jarang bagi para pihak untuk memahami isi kontrak, terutama konsumen, sehingga banyak diantara mereka yang mengalami kerugian baik itu diakibatkan karena kelalaiannya maupun tindakan pelaku usaha yang curang;²⁷ Sebagai contoh isi kontrak *online* sebagai berikut :²⁸

²⁵ Rezha Hadyan, "Catat ! Pentingnya Perlindungan Konsumen & Data Pribadi dalam Ekonomi Digital," Diakses pada tanggal 5 September 2021 Pukul 08.10 WIB., <https://ekonomi.bisnis.com>.

²⁶ Ali Musri Syam, "Regulasi Hukum dalam E-Commerce: Hukum Perniagaan Internasional", Diakses pada tanggal 7 Juli 2021 Pukul 10.15 WIB., <https://kompasiana.com>.

²⁷ Ghansham Anand, dkk., "The Perspective of Indonesian Law on E-Commerce: Validity, Liability and Dispute Settlement E-Commerce Dalam Perspektif Hukum Indonesia : Keabsahan, Tanggung Gugat dan Penyelesaian Sengketa A. Introduction Technological Developments in the Era of Glob", *Padjadjaran Jurnal Ilmu Hukum (Journal of Law)*, 7, no. 1 (2020): 334.

²⁸ *Terms & Conditions C. Transaksi Pembelian Poin No. 2. Tokopedia.*

“Saat melakukan pembelian barang, konsumen menyetujui bahwa:

- a. Konsumen bertanggung jawab untuk membaca, memahami, dan menyetujui informasi/deskripsi keseluruhan Barang (termasuk didalamnya namun tidak terbatas pada warna, kualitas, fungsi, dan lainnya) sebelum membuat tawaran atau komitmen untuk membeli.
- b. Konsumen mengakui bahwa warna sebenarnya dari produk sebagaimana terlihat di Situs/Aplikasi Tokopedia tergantung pada monitor komputer dan layar handphone konsumen. Tokopedia telah melakukan upaya terbaik untuk memastikan warna dalam foto-foto yang ditampilkan pada Situs/Aplikasi Tokopedia muncul seakurat mungkin, tetapi tidak dapat menjamin bahwa penampilan warna pada Situs dan aplikasi Tokopedia akan akurat.
- c. Pengguna masuk ke dalam kontrak yang mengikat secara hukum untuk membeli Barang ketika Pengguna membeli suatu barang.
- d. Tokopedia tidak mengalihkan kepemilikan secara hukum atas barang-barang dari Penjual kepada Pembeli.”

Klausula baku sebagaimana di atas adalah ketentuan atau syarat yang sudah dipersiapkan terlebih dahulu secara sepihak dan ditulis secara *online* dalam transaksi melalui *platform marketplace*. Konsumen wajib menaati klausula baku yang sudah ditetapkan oleh pelaku usaha atau penyedia jasa tanpa terkecuali. Klausula baku dalam kontrak bisnis hukumnya mutlak jika kedua belah pihak tersebut telah menyetujuinya. Ketentuan kontrak tidak bisa diubah atau direvisi ketika sudah disetujui.²⁹

²⁹ Redaksi Justika, Blog Justika, “Apa Itu Klausula Baku yang Ada dalam Kontrak Perjanjian?”, Diakses pada tanggal 6 Juni 2022 Pukul 13.25 WIB., <https://blog.justika.com/dokumen-bisnis/apa-itu-klausula-baku/>.

Identifikasi penyebab konsumen terkadang berada pada posisi yang lemah dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, antara lain disebabkan karena beberapa kelalaian konsumen dalam memahami isi kontrak *online* antara lain konsumen tidak membaca kontrak secara menyeluruh. Konsumen sering kali hanya membaca bagian-bagian tertentu dari kontrak *online* atau bahkan hanya menyetujui kontrak tanpa membacanya sama sekali. Hal ini dapat menyebabkan konsumen kehilangan hak-hak yang seharusnya mereka seharusnya mereka miliki atau tidak memahami persyaratan dan ketentuan yang harus mereka penuhi. Sedangkan beberapa tindakan pelaku usaha yang curang dalam *platform marketplace* dapat menyebabkan kerugian bagi konsumen. Beberapa tindakan curang yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha antara lain penipuan, seperti pelaku usaha dapat memberikan informasi palsu tentang kualitas atau jumlah produk yang tersedia.

Selain itu, pelaku usaha dapat memalsukan produk atau layanan yang ditawarkan, misalnya dengan mengganti merek atau label produk dengan merek atau label yang palsu atau bahkan pelaku usaha mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan deskripsi atau gambar yang ditampilkan di situs jual beli melalui *platform marketplace*. Contohnya, pelaku usaha dapat mengirimkan barang yang cacat atau rusak. Padahal pada kontrak *online* kedua belah pihak dan subjek-subjek yang melakukan perjanjian memiliki hak dan kewajiban antara yang satu dengan yang lainnya. Hal ini sesuai dengan ketentuan Kitab

Undang-Undang Hukum Perdata yang selanjutnya disebut dengan KUHPerdata menyebutkan bahwa “syarat sahnya suatu perjanjian terdapat 4 (empat) syarat, yaitu sepakat mereka yang mengikatkan dirinya, kecakapan untuk membuat suatu perjanjian, suatu hal tertentu dan suatu sebab yang halal”.³⁰ Pasal 1320 KUHPerdata merupakan salah satu pasal yang membahas tentang perjanjian dan menerangkan syarat yang harus dipenuhi untuk lahirnya suatu perjanjian secara sempurna, agar suatu perjanjian tidak batal dan tidak dapat dibatalkan.³¹ Bagi para pihak yang tidak melaksanakan tanggung jawabnya sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dapat digugat oleh pihak yang merasa dirugikan untuk mendapatkan ganti rugi. Suatu kontrak atau perjanjian harus memenuhi syarat sahnya perjanjian, yaitu kata sepakat, kecakapan, hal tertentu dan suatu sebab yang halal,³² sebagaimana yang ditentukan dalam Pasal 1320 KUHPerdata. Dengan dipenuhinya 4 (empat) syarat sahnya perjanjian tersebut, maka suatu perjanjian menjadi sah dan mengikat secara hukum bagi para pihak yang membuatnya. Dalam *platform* perdagangan *online* (*marketplace*) yang dikenal dengan istilah kontrak elektronik yang merupakan perjanjian yang dibuat secara *daring* melalui sistem elektronik dan menciptakan kewajiban bersama antara para pihak. Kontrak elektronik (*e-contract*) atau istilah lain adalah kontrak *online* (*online contract*) atau kontrak *daring*. Dalam kontrak elektronik, kesepakatan para

³⁰ Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

³¹ Ahmadi Miru and Sakka Pati, *Memahami Syarat Keabsahan Perjanjian*, Cetakan Pertama (Makassar: UPT Unhas Press, 2022): 118.

³² Suharnoko, *Hukum Perjanjian Teori dan Analisa Kasus* (Jakarta: Prenada Media, 2004): 162.

pihak untuk saling mengikat demi tercapainya tujuan bersama yang dilakukan secara elektronik. Dimana secara umum kontrak elektronik diartikan sebagai kontrak yang dibuat dalam bentuk elektronik. Kesepakatan pada *platform* perdagangan *online* (*marketplace*) yang ditandai dengan adanya penawaran dan penerimaan kontrak elektronik dapat dilakukan melalui proses *online*, seperti dengan menambahkan produk ke keranjang belanja dan melakukan pembayaran, dengan demikian telah terjadi kesepakatan antara para pihak yang terlibat dalam *platform marketplace*.

Selain itu dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* berlaku juga klausula eksonerasi, dimana sesuai dengan Pasal 18 ayat (1) UUPK, pelaku usaha dilarang menyatakan pengalihan tanggung jawabnya kepada konsumen. Namun jika kita perhatikan lebih lanjut terhadap klausula baku pada kontrak elektronik kadang isinya cenderung menyatakan pengalihan tanggung jawab kepada konsumen. Jelas hal ini bertentangan dengan aturan yang berlaku. Namun menyikapi kondisi ini terkadang para pihak baik itu konsumen maupun pelaku usaha berada dalam kondisi seolah-olah dipaksa untuk memberikan persetujuan terhadap klausula baku dalam kontrak elektronik. Sepakat/persetujuan para pihak dalam kontrak elektronik secara tidak langsung seolah terkesan dipaksakan dengan mencentang secara *online* pada *platform* perdagangan *online* (*marketplace*) dengan kesadaran sendiri.

Selanjutnya berdasarkan pada Pasal 18 ayat (2) UUPK, pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit atau tidak dapat dibaca secara jelas atau yang pengungkapannya sulit dimengerti.

Dalam konteks jual beli melalui *platform marketplace*, ini berarti bahwa pelaku usaha tidak dapat menyembunyikan atau menyamarkan syarat dan ketentuan yang mungkin merugikan konsumen dalam *form* atau format yang sulit dipahami.

Misalnya, pelaku usaha tidak dapat menyembunyikan atau menyamarkan syarat dan ketentuan dalam teks yang sangat kecil atau berwarna yang mirip dengan latar belakang, atau dalam format yang sulit dipahami seperti teks yang sangat tebal atau garis putus-putus,³³ sehingga, Jika konsumen dirugikan dalam *e-commerce*, itu bisa saja karena pelaku usaha mencantumkan klausula baku yang sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti. Ini bisa merugikan konsumen karena mereka mungkin tidak memahami syarat dan ketentuan yang ditetapkan oleh pelaku usaha, dan oleh karena itu, mereka mungkin tidak dapat melindungi diri mereka sendiri dari penyalahgunaan.

Ada beberapa alasan mengapa konsumen dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace* yang dilakukan secara *online* lewat internet harus lebih berhati-hati. Untuk itu sebelum memutuskan untuk bertransaksi pada platform perdagangan *online (marketplace)*, maka konsumen terlebih dahulu mencermati beberapa indikator sebagai berikut, antara lain dengan melakukan review pada ulasan produk umum dan penyelesaian ulasan jika terdapat yang komplain, banyak review terhadap produk yang telah dibeli oleh konsumen, banyak produk yang laku terjual mengindikasikan bahwa banyak yang berminat dan tertarik untuk membeli produk

³³ Yanci Libria Fista, dkk., "Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen", *Jurnal Binamulia Hukum* 12, no. 1 (Juli 2023): 177–189.

tersebut, selain itu dilihat juga rating/peringkat toko serta jumlah komplain yang rendah/sedikit. Hal ini dikarenakan dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace*, terdapat beberapa risiko secara garis besarnya seperti :³⁴

- Risiko Finansial, yaitu kemungkinan kerugian keuangan, misal uang telah ditransfer tetapi barang tidak dikirim juga, perubahan data *financial* secara *illegal*.
- Risiko *Privacy*, yaitu kemungkinan kerugian kebocoran data karena penyalahgunaan informasi personal oleh toko *online*.
- Barang tidak sesuai dengan deskripsi. Jika konsumen menerima barang yang tidak sesuai dengan deskripsi yang tertera pada *platform marketplace*, maka konsumen dapat mengajukan komplain dan meminta pengembalian dana atau penggantian barang yang sesuai.
- Barang tidak sampai. Jika konsumen tidak menerima barang yang telah dibayar, maka konsumen dapat mengajukan komplain dan meminta pengembalian dana atau pengiriman ulang barang yang sesuai.
- Barang rusak atau cacat. Jika konsumen menerima barang yang rusak atau cacat, maka konsumen dapat mengajukan komplain dan meminta pengembalian dana atau penggantian barang yang sesuai. Ada risiko tinggi penipuan dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, yaitu konsumen dapat menjadi korban penipuan melalui pembayaran *online* palsu atau pembelian produk palsu atau cacat. Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, konsumen tidak dapat melihat atau memegang produk sebelum membeli. Ada risiko bahwa produk yang dikirimkan bisa salah atau cacat. Konsumen harus memeriksa deskripsi produk secara cermat dan melihat ulasan dari pelanggan sebelum membeli untuk meminimalkan risiko ini. Konsumen harus memastikan bahwa mereka bertransaksi dengan penjual yang terpercaya dan situs *web platform marketplace* yang aman.
- Penipuan *online*. Penipuan belanja di *platform marketplace* menjadi jenis penipuan yang paling umum terjadi di Indonesia. Penipuan *online* menjadi kategori kasus terbesar kedua di Indonesia yang dilaporkan oleh Bareskrim Polri, seperti adanya produk palsu yang diperjualbelikan secara *online*.
- Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* sering terjadi barang yang dipesan / dibeli tidak sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan oleh konsumen selaku pihak yang telah memesan barang tersebut, barang yang dipesan / dibeli tidak sesuai dengan jenis dan kualitas barang yang diperjanjikan dan bahkan yang lebih ekstrim
-

³⁴ Detikinet, "8 Risiko E-Commerce dan Tips Membangun Trust", Diakses pada tanggal 4 September 2012 Pukul 09.20 WIB. <https://inet.detik.com/cyberlife>.

konsumen mengalami penipuan *online*. Terkadang barang yang dibeli tidak sampai dan tidak diterima oleh konsumen dikarenakan wanprestasi yang dilakukan oleh pihak pelaku usaha tidak mau mengirimkan barang pesanan oleh konsumen. Pada hal konsumen telah mentransfer terhadap barang yang dipesannya tersebut dengan alasan tertentu. ketidaktepatan waktu pengiriman barang, akses *illegal* ke sampai dengan pencurian data³⁵ serta yang tidak kalah pentingnya adalah penyalahgunaan data pribadi konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* oleh pedagang / pelaku usaha. Ditemukannya barang yang dibeli konsumen di toko lain ternyata tidak asli dan barang yang dibeli konsumen terlewat dari pengecekan orisinalitas di toko.³⁶

- Keterbatasan hak konsumen. Dalam beberapa kasus, UUPK memberikan beberapa hak kepada konsumen untuk memastikan keamanan dan kenyamanan mereka dalam menggunakan barang dan jasa. Namun, ada beberapa keterbatasan yang diberlakukan pada hak konsumen. Keterbatasan tersebut antara lain adalah sebagai berikut :³⁷
 - Konsumen hanya dapat mengambil tindakan hukum terhadap sebuah usaha melalui pengadilan atau di luar pengadilan. Namun, jika sebuah usaha dinyatakan bersalah karena melakukan pelanggaran, mereka tetap bertanggung jawab atas tindakan kriminal mereka.
 - Meskipun konsumen memiliki hak untuk mengajukan keluhan, mereka harus melakukan hal tersebut dalam batas waktu tertentu.
 - Konsumen hanya berhak atas kompensasi jika barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau yang diharapkan. Konsumen mungkin tidak memiliki hak yang sama, seperti transaksi B to C tradisional, seperti hak untuk mengembalikan produk atau mendapatkan pengembalian uang. Konsumen harus memeriksa syarat dan ketentuan transaksi secara cermat untuk memastikan bahwa hak mereka terlindungi. Hal tersebut menunjukkan lemahnya kedudukan konsumen dalam jual beli *online*, sehingga perlu dilindungi dan sejauh mana tanggung jawab dari pelaku *usaha* dan *marketplace*.³⁸

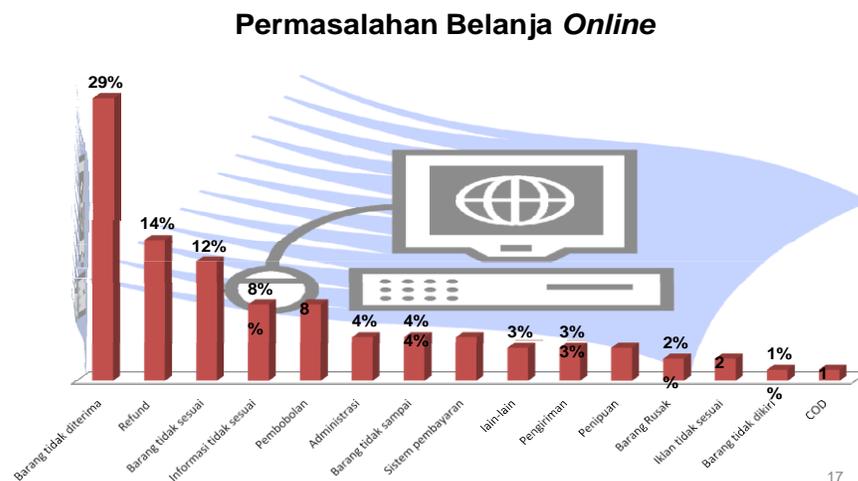
³⁵ Ukie Tukinah, "Rekonstruksi Pengaturan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Onlineshop (E-Commerce) Berbasis Nilai Keadilan Bermartabat" (Program Doktor Ilmu Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 2020), <http://repository.unissula.ac.id/id/eprint/18510>.

³⁶ I Nyoman Putu Budiarta, dkk., "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Tiruan Pada Transaksi E-Commerce (Studi Kasus Pada Toko Stridewear.ID Bali)", *Jurnal Interpretasi Hukum* 3, no. 2 (2022): 332, <https://doi.org/10.22225/juinhum.3.2.5076.332-338>.

³⁷ Issha Harruma, "Hak-hak Konsumen Menurut UU Perlindungan Konsumen", Diakses pada tanggal 29 April 2022 Pukul 16.20 WIB., <https://nasional.kompas.com/read/2022>.

³⁸ Sapta Abi Pratama, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Tidak Sesuai Gambar Pada Transaksi Di Marketplace", *Jurnal Prosiding National Conference on Law Studies (NCOLS) Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta* 2, no. 1 (2020): 182.

Grafik 3



Keterangan:

Dari data di atas terlihat bahwa permasalahan belanja *online* didominasi dengan permasalahan barang tidak diterima 29%, menyusul *refund* barang 14%, barang tidak sesuai 12%, informasi tidak sesuai dan pembobolan barang 8%, administrasi, barang tidak sampai dan sistem pembayaran 4%, pengiriman dan penipuan dan faktor lain 3%, barang rusak dan barang tidak sesuai 2% serta barang tidak dikirim dan COD 1%.

- Belum lagi kebocoran-kebocoran data dari situs-situs *platform marketplace* semakin mengancam kenyamanan konsumen saat berbelanja.³⁹ Hal ini dikarenakan semakin berkembangnya dunia digital memberikan peluang munculnya aksi penipuan terutama saat bertransaksi *online*. Banyak pelaku penipuan yang memanfaatkan *platform marketplace* untuk melancarkan aksinya dengan beragam modus, seperti mengaku sebagai pihak perusahaan *marketplace*, kurir atau pihak lainnya, lainnya, memberikan iming-iming diskon atau

³⁹ Dythia Novianty, "Survei: Penipuan Belanja E-Commerce Paling Marak di Indonesia", Diakses pada tanggal 19 November 2021 Pukul 14.30 WIB., <https://www.suara.com/>.

hadiah/*reward*, hingga meminta konsumen memberikan kode *One Time Password* (OTP) kepada pihak ketiga, sehingga akunnya dapat diambil alih. Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, konsumen dapat dirugikan oleh penipuan dan produk palsu. Terdapat beberapa kasus penipuan belanja *online* di *platform marketplace* yang masih terjadi, seperti barang tidak sampai dan pembelian HP yang datang dalam kardus, selain itu terdapat juga modus seperti:⁴⁰

1. **Toko *online* palsu.** Salah satu modus yang kerap dipakai adalah toko *online* palsu, seperti contoh:

Scam di salah satu marketplace: Dimana terdapat beberapa penjual yang mencuri identitas orang lain dan menjual produk palsu atau penipuan. Misalnya, penjual yang mencuri identitas bank untuk meminta pembeli untuk mentransfer uang ke rekening mereka, atau penjual yang menjual produk palsu atau penipuan. Ada juga beberapa penjual yang mencuri identitas konsumen dan menjual produk palsu atau penipuan. Misalnya, penjual yang mencuri identitas konsumen dan menjual produk palsu atau penipuan. Sebagai catatan bahwa ini hanya beberapa contoh dan bukan semua penjual di *platform-platform* ini adalah penipu.

Biasanya, penipu yang berkedok penjual *online* palsu di *marketplace* dan media sosial menjual barang dengan harga di bawah pasaran. Dengan begitu, calon pembeli langsung tertarik bertransaksi. Dengan demikian pelaku usaha memberikan informasi palsu dalam jual beli melalui *platform marketplace*. Dimana terkait informasi palsu dalam jual beli melalui *platform perdagangan online (marketplace)* secara eksplisit sudah diatur dalam UU Perdagangan, UU ITE dan UU Perlindungan konsumen. Dalam UU ITE dan UU Perdagangan setiap pelaku usaha diberikan tanggung jawab untuk diwajibkan untuk memberikan informasi yang lengkap dan benar kepada konsumen, sedangkan dalam UUPK, perlindungan Konsumen, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang lengkap dan benar.⁴¹

⁴⁰ Rr. Ariyani Yakti Widyastuti, "5 Modus Penipuan Belanja Online dan 4 Tips Menghindarinya", Diakses pada tanggal 27 Agustus 2022 Pukul 16.25 WIB., <https://bisnis.tempo.com/>.

⁴¹ Natasya Milenizha Irianti, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Informasi Palsu dalam Jual Beli Melalui E-Commerce", *Jurnal Kertha Semaya* 10, no. 1 (2021): 64-74.

Berdasarkan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, bentuk perlindungan konsumen dengan adanya ancaman pidana bagi pelaku usaha yang memalsukan merek atau memperjualbelikan produk hasil tindak pidana.⁴²

2. **Mengaku sebagai Petugas Ekspedisi/Bea Cukai.** Sedangkan untuk pembelanjaan antarnegara, penipu tak jarang mengaku sebagai petugas ekspedisi ataupun pihak Bea Cukai yang meminta biaya tambahan. Permintaan biaya tambahan ini untuk mengeluarkan barang yang ditahan oleh otoritas, seperti contoh modus:
 - **Mengaku Sebagai Petugas Ekspedisi:** Penipu mungkin akan mengaku sebagai petugas ekspedisi dan meminta pembeli untuk mentransfer biaya pengiriman ke rekening mereka. Mereka kemudian akan menggunakan biaya tersebut untuk tujuan pribadi atau untuk mengirim barang yang tidak ada.
 - **Mengaku Sebagai Petugas Bea Cukai:** Penipu mungkin akan mengaku sebagai petugas bea cukai dan meminta pembeli untuk mentransfer biaya pabean atau cukai ke rekening mereka. Mereka kemudian akan menggunakan biaya tersebut untuk tujuan pribadi atau untuk mengirim barang yang tidak ada.
 - **Mengirim Resi Palsu:** Penipu mungkin akan mengirimkan resi palsu kepada pembeli dan meminta mereka untuk mentransfer biaya pengiriman ke rekening mereka. Resi palsu ini kemudian dapat digunakan oleh penipu untuk mengirim barang yang tidak ada.

3. **Phishing.** Modus lainnya adalah *phishing*. Modus ini biasanya mengarahkan pembeli untuk masuk ke situs atau halaman belanja palsu. Berikut adalah beberapa contoh penipuan *phishing* dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*:
 - **Spear Phishing:** Dalam *spear phishing*, penipu menargetkan individu atau organisasi tertentu melalui *e-mail* yang tampak resmi. Misalnya, penipu dapat mengirimkan *e-mail* yang tampak seolah-olah dari perusahaan *platform marketplace* favorit, meminta konsumen untuk memperbarui informasi akun konsumen atau memverifikasi pesanan konsumen.⁴³

⁴² A. Rahmi Ainun Kirana, dkk., "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Penjualan Barang Bermerek Palsu Melalui Transaksi Online Ditinjau Berdasarkan Hukum Perdata", *Qawanin Jurnal Ilmu Hukum* 2, no. 1 (Maret - Agustus 2021): 2.

⁴³ MTarget, "Pengertian, Contoh Email Phishing, dan Cara Menghindarinya", Diakses pada tanggal 22 Februari 2023 Pukul 17.21 WIB., [https:// www. https://www.mtarget.co/blog/contoh-email-phishing/](https://www.mtarget.co/blog/contoh-email-phishing/).

- **Whaling:** Dalam *whaling*, penipu menargetkan individu penting dalam organisasi, seperti CEO atau direktur *finance*. Misalnya, penipu dapat mengirimkan *email* yang tampak seolah-olah dari bank atau lembaga keuangan yang terpercaya, meminta Anda untuk memperbarui informasi akun bank atau memverifikasi transaksi.⁴⁴
 - **Phishing melalui Situs Web:** Penipu juga bisa menggunakan situs web palsu yang tampak seperti situs *web e-commerce* yang sah. Misalnya, penipu dapat membuat situs *web* yang tampak seolah-olah adalah situs *web* Tokopedia atau Shopee, dan meminta Anda untuk memasukkan informasi pribadi dan keuangan konsumen.⁴⁵
5. **Meminta Data Pribadi, Password, Kode OTP.** Kadang penipu mengirim *chat*, *email* atau *link* yang mengarahkan korban untuk mengisi data pribadi, *password* atau kode OTP. Selain itu, penipu memberi iming-imingi korban dengan hadiah tetapi dengan meminta informasi personal yang sensitif,". Berikut adalah beberapa contoh penipuan di mana penipu meminta data pribadi, *password* atau kode OTP dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*:
- **Email Fake:** Penipu mungkin mengirim *email* yang tampak seolah-olah dari perusahaan *platform marketplace* favorit konsumen, meminta konsumen untuk memasukkan data pribadi dan *password* konsumen untuk memverifikasi akun atau transaksi konsumen. *Email* ini kemudian dapat digunakan oleh penipu untuk mendapatkan akses ke akun konsumen.⁴⁶
 - **Website Fake:** Penipu mungkin membuat situs *web* palsu yang tampak seperti situs *web platform marketplace* yang sah, dan meminta Anda untuk memasukkan data pribadi dan *password* untuk memverifikasi akun atau transaksi. *Website* ini kemudian dapat digunakan oleh penipu untuk mendapatkan akses ke akun konsumen.⁴⁷
 - **Minta Kode OTP:** Penipu mungkin meminta konsumen untuk memasukkan kode OTP yang dikirimkan ke nomor ponsel atau *email* konsumen. Kode OTP ini biasanya digunakan untuk verifikasi transaksi atau login, dan jika konsumen memberikan kode tersebut kepada penipu, mereka dapat mengakses akun konsumen.⁴⁸

⁴⁴ *Ibid.*

⁴⁵ Fifi Nurfitrianti, "Apa Itu Phishing, Smishing, dan Whishing?", Diakses pada tanggal 19 Agustus 2020 pukul 10.15 WIB., <https://www.jenius.com/highlight/detail/apa-itu-phishing-smishing-dan-whishing>.

⁴⁶ Rr. Ariyani Yakti Widyastuti, *loc. cit.*

⁴⁷ *Ibid.*

⁴⁸ AtmaGo, "One Time Password (OTP): Lapisan Keamanan yang Harus Dirahasiakan", Diakses pada tanggal 11 September 2022 Pukul 11.20 WIB., <https://www.atmago.com/inspirasi/tips-trik/one-time-password-otp/>.

5. Bukti Transaksi Palsu. Berikut adalah beberapa contoh penipuan di mana penipu menggunakan bukti transaksi palsu dalam *platform marketplace*:⁴⁹

- **Bukti Transaksi Palsu** : Penipu mungkin mengirimkan bukti transaksi palsu kepada pembeli setelah mereka melakukan pembayaran. Bukti transaksi ini mungkin menunjukkan transaksi yang valid, tetapi sebenarnya adalah bukti palsu yang dibuat oleh penipu.
- **Mengirimkan Bukti Transaksi Palsu melalui email**: Penipu mungkin mengirimkan *email* yang tampak seolah-olah dari perusahaan *platform marketplace* favorit konsumen, menyertakan bukti transaksi palsu. *Email* ini kemudian dapat digunakan oleh penipu untuk mendapatkan akses ke akun konsumen.
- **Mengirimkan Bukti Transaksi Palsu melalui SMS**: Penipu mungkin mengirimkan SMS yang tampak seolah-olah dari perusahaan *platform marketplace* favorit konsumen, menyertakan bukti transaksi palsu. SMS ini kemudian dapat digunakan oleh penipu untuk mendapatkan akses ke akun konsumen.

Jika konsumen menjadi korban penipuan dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, maka konsumen dapat melaporkan kepada pihak berwenang atau melapor ke *marketplace* dan meminta pertanggungjawaban dari pelaku penipuan.

- Risiko *Security*, yaitu kemungkinan kerugian karena penyalahgunaan informasi personal oleh pihak ketiga (seperti *payment gateway*, dll). Hal ini dapat terjadi ketika konsumen memberikan informasi pribadi seperti:
 - Nomor kartu kredit atau nomor telepon pada situs *web* yang tidak terpercaya.
 - Nomor kartu kredit atau nomor telepon pada situs *web* yang tidak terpercaya.
 - Keamanan data: Transaksi jual beli pada *platform marketplace* juga melibatkan pengiriman informasi sensitif seperti informasi kartu kredit atau informasi pribadi konsumen. Ada risiko bahwa informasi ini bisa diretas atau dicuri oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Konsumen harus memastikan bahwa situs *web platform marketplace* yang mereka gunakan memiliki protokol keamanan yang kuat untuk melindungi informasi mereka.

⁴⁹ Rahmi Yati, "Waspada ! Ini Modus Penipuan Belanja Online yang Sering Terjadi", Diakses pada tanggal 27 Agustus 2022 Pukul 11.10 WIB., [https://www. Teknologi. bisnis. com/read/20220827/84/1571239/waspada-ini-modus-penipuan-belanja-online-yang-sering-terjadi](https://www.Teknologi.bisnis.com/read/20220827/84/1571239/waspada-ini-modus-penipuan-belanja-online-yang-sering-terjadi).

- Kebocoran data pribadi menjadi salah satu isu hangat diperbincangkan di masyarakat, khususnya menyangkut aktifitas transaksi jual beli pada *platform marketplace*. Berita tentang kasus kebocoran data pribadi konsumen yang sempat ramai diperbincangkan di antaranya adalah di Tokopedia dan Lazada. Dugaan kebocoran data pribadi di Tokopedia sempat diajukan gugatan ke pengadilan oleh salah satu lembaga swadaya masyarakat. Terkait hal tersebut, pihak *platform* digital sempat menyatakan bahwa terdapat upaya pencurian data oleh pihak tidak berwenang terkait informasi pengguna Tokopedia.⁵⁰

Selain teknologi jaringan *www.*, *platform marketplace* juga memerlukan teknologi bisnis data atau pangkalan data (*Data base*), surat elektronik (*email*), dan bentuk teknologi non-komputer lain. Dimana setelah 2 (dua) dekade berlalu, praktik dagang *online* kini menjadi sangat lumrah di Indonesia. Salah satu perkembangan teknologi internet yang signifikan adalah transaksi\ jual beli melalui *platform marketplace*. Belanja *online* pun sudah merupakan hal yang biasa terjadi dalam kehidupan bermasyarakat saat ini.

Berbicara mengenai risiko sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan manusia. Begitu pula dalam *platform marketplace*, baik konsumen, pelaku usaha maupun *marketplace* berpotensi menghadapi risiko, sehingga perlu dimitigasi. Mengenai pengertian mitigasi risiko, terlebih dahulu perlu diketahui mengenai definisi mitigasi dan definisi dari risiko terlebih dahulu. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), mitigasi adalah kata benda yang memiliki 2 (dua) makna tergantung konteks penggunaannya. Makna pertama,

⁵⁰ Joddy Mulyasetya Putra, “Data Pribadi Konsumen E-Commerce Bocor dan Dijual Pihak Lain, Bagaimana Hukumnya?”, Diakses pada tanggal 17 Agustus 2021 Pukul 09.15 WIB., <https://www.kompas.com/>

mitigasi adalah upaya menjadikan berkurang kekasaran atau atau kesuburannya (tentang tanah dan sebagainya). Sedangkan makna kedua, mitigasi adalah tindakan mengurangi dampak bencana. Mitigasi adalah kata yang memiliki padanan kata dalam bahasa Inggris, *mitigation*. Definisi *mitigation* Bahasa Inggris, mitigasi adalah tindakan mengurangi keparahan, keseriusan atau rasa sakit dari sesuatu.⁵¹ Menurut *Cambridge Dictionary*, pengertian mitigasi adalah tindakan mengurangi seberapa berbahaya, tidak menyenangkan, atau buruknya sesuatu.⁵² Sementara itu menurut Merriam-Webster, "*mitigate*" berarti untuk mengurangi atau meminimalisir keparahan atau kerugian. Ini bisa berarti untuk mengurangi atau meminimalisir dampak negatif dari suatu hal, seperti masalah, gejala, atau hukuman.

Dalam konteks risiko, mitigasi risiko adalah proses untuk mengurangi atau meminimalisir dampak negatif dari risiko yang ada. Secara khusus, dalam konteks hukum, "*mitigated*" adalah kata yang digunakan untuk menggambarkan upaya yang diambil untuk mengurangi atau meminimalisir kerugian atau kerusakan.⁵³ Dengan kata lain, bisa dikatakan bahwa mitigasi adalah serangkaian upaya yang dilakukan untuk mengurangi risiko, dampak buruk atau hal lain yang tidak diinginkan, akibat dari suatu peristiwa, yang umumnya adalah bencana. Sedangkan definisi risiko,

⁵¹ Penanggulangan Bencana Pemerintah Kabupaten Bogor, Badan, *op. cit.*

⁵² "Cambridge Dictionary", Diakses pada tanggal 12 Januari 2024 Pukul 21.30 WIB., <https://dictionary.cambridge.org/us/example/english/risk-mitigation>.

⁵³ Dictionary, "Mitigation Definition & Meaning", Diakses pada tanggal 13 Januari 2024 Pukul 20.45 WIB., <https://www.merriam-webster.com/ictionary/mitigation>.

mendefinisikan risiko sebagai *exposure to uncertainty of outcome*.⁵⁴ Maksudnya adalah pada kata *outcome* tidak selalu berupa kerugian. Pada suatu kondisi yang dinanti ketika *outcome* menjadi keuntungan. Sedangkan George J. Benston yang mengemukakan pengertian risiko sebagai *The probability that any event, or set of event, might occur. It usually denotes a negative or undesired event-one that will cause a financial institution (hereafter generally called a bank) to fail rather than to be very successful*.⁵⁵ Maksudnya adalah kemungkinan tercapainya suatu keberhasilan namun peluang gagalnya jauh lebih besar. Menurut Ari Kristin Prasetyoningrum, risiko memiliki karakteristik sebagai berikut:⁵⁶

1. Merupakan ketidakpastian atas terjadinya suatu peristiwa.
2. Merupakan ketidakpastian yang bila terjadi akan menimbulkan kerugian

Sedangkan pengertian dari definisi mitigasi risiko dapat dilihat dari berbagai pendapat. Menurut *Cambridge Dictionary*, "*risk mitigation*" merupakan proses identifikasi dan penanganan potensi risiko yang dapat mempengaruhi suatu tujuan atau proyek. Proses ini dirancang untuk mengurangi atau menghilangkan dampak negatif dari berbagai risiko yang mungkin terjadi.⁵⁷ Sedangkan, menurut GRC

⁵⁴ Robert Tampubolon, *Risk Management: Qualitative Approach Applied to Comercial Banks* (Jakarta: Alex Media Komputindo, 2004).

⁵⁵ *Ibid.*

⁵⁶ Ari Kristin Prasetyoningrum, *Risiko Bank Syariah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015).

⁵⁷ Cambridge Dictionary, *loc. cit.*

Indonesia, pengertian mitigasi risiko penting dalam manajemen bisnis karena membantu perusahaan untuk merencanakan dan merespons situasi yang tidak pasti atau risiko yang mungkin muncul, sehingga perusahaan dapat meningkatkan keamanan, efisiensi operasional dan keseluruhan keberhasilan proyek atau aktivitas yang dijalankan.⁵⁸ Istilah mitigasi risiko lebih sering dipergunakan untuk organisasi, dimana definisi mitigasi risiko lebih diartikan sebagai suatu proses atau tindakan yang dilakukan oleh suatu organisasi untuk mengurangi atau meminimalkan dampak dari risiko yang mungkin dihadapi. Tujuannya adalah untuk mengurangi paparan organisasi terhadap berbagai risiko yang dapat menyebabkan gangguan atau kerugian finansial yang signifikan. Mitigasi risiko adalah bagian penting dari manajemen risiko yang mencakup identifikasi, analisis dan penanganan risiko.

Dalam mitigasi risiko, organisasi dapat menerapkan beberapa strategi seperti penghindaran risiko, pengurangan risiko, transfer risiko, atau akseptasi risiko. Strategi mitigasi risiko harus dipilih berdasarkan jenis risiko yang dihadapi, tingkat dampaknya, serta biaya dan efektivitas dari strategi tersebut.⁵⁹ Menurut Tuti Lisnawati, dkk. manajemen risiko yang efektif dalam bisnis pada *platform marketplace* adalah kunci untuk mencapai keberhasilan jangka panjang.

Dengan mengidentifikasi, mengukur, dan mengelola risiko-risiko yang terkait, bisnis dapat melindungi aset mereka, menjaga kepercayaan pelanggan, dan

⁵⁸ GRC Indonesia, "Mengenal Mitigasi Risiko: Pengertian, Tujuan, Jenis, Contoh, dan Perencanaannya", Diakses pada tanggal 18 April 2023 Pukul 11.15 WIB., <https://grc-indonesia.com/mengenal-mitigasi-risiko-pengertian-tujuan-jenis-contoh-dan-perencanaannya/>.

⁵⁹ Myrobin.id, "Mitigasi Risiko: Tujuan, Jenis, dan Perencanaannya", Diakses pada tanggal 6 Juni 2022 Pukul 20.35 WIB., <https://myrobin.id/untuk-bisnis/mitigasi-risiko/>.

mencapai tujuan bisnis yang ditetapkan.⁶⁰ Berikut adalah beberapa langkah penting dalam proses mitigasi risiko sebagai upaya non *penal* sebagai upaya pencegahan terjadinya kejahatan pada transaksi jual beli pada *platform marketplace* sesuai dengan penerapan manajemen risiko:

1. Identifikasi Risiko: Langkah pertama dalam proses mitigasi risiko adalah mengidentifikasi semua risiko yang mungkin terjadi. Ini bisa dilakukan dengan melakukan analisis internal atau eksternal, melihat histori proyek, atau menggunakan metode lainnya.
2. Penilaian Risiko: Setelah risiko diidentifikasi, selanjutnya adalah mengevaluasi tingkat risiko tersebut. Ini biasanya melibatkan penilaian probabilitas terjadinya risiko dan potensi dampak jika risiko tersebut terjadi.
3. Pengambilan Keputusan: Berdasarkan evaluasi risiko, kemudian dibuat keputusan tentang apakah perlu dilakukan tindakan mitigasi atau tidak. Keputusan ini harus didasarkan pada kebijakan organisasi dan prioritas proyek.
4. Implementasi Strategi Mitigasi: Jika diputuskan untuk melakukan mitigasi risiko, langkah selanjutnya adalah merancang dan menerapkan strategi mitigasi. Ini bisa melibatkan berbagai tindakan seperti mengubah proses kerja, menggunakan teknologi baru, atau menyesuaikan strategi proyek.

⁶⁰ Tuti Lisnawati, dkk., "Manajemen Risiko dalam Bisnis E-Commerce", *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 2 (2023): 8259.

5. Monitoring dan Evaluasi: Akhirnya, setelah strategi mitigasi diimplementasikan, penting untuk secara berkala memantau dan mengevaluasi efektivitas strategi tersebut. Ini membantu dalam identifikasi area yang masih perlu ditingkatkan dan memastikan bahwa mitigasi risiko terus relevan dan efisien.

Dengan melakukan mitigasi risiko, organisasi dapat lebih siap untuk menghadapi tantangan dan perubahan, dan dapat memastikan bahwa proyek mereka berjalan lancar dan sesuai dengan tujuan mereka.

Jadi pengertian mitigasi risiko adalah suatu pendekatan atau serangkaian tindakan untuk mengidentifikasi, menilai, mengurangi, atau mengelola potensi risiko. Tujuannya untuk membantu dalam mengatasi atau meminimalkan dampak yang mungkin timbul akibat risiko-risiko tersebut. Sedangkan pengertian mitigasi risiko terkait dengan perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* adalah lebih kepada berbagai langkah dan strategi untuk mengurangi atau meminimalisir kemungkinan terjadinya risiko atau dampak negatif dari berbagai risiko yang mungkin terjadi pada konsumen, pelaku usaha atau *marketplace* yang merugikan dalam transaksi jual beli *online*. Risiko dalam transaksi jual beli melalui *platform* dapat berasal dari berbagai faktor, seperti keamanan informasi, penipuan, ketidakcocokan produk, dan kegagalan pengiriman atau penerimaan barang. Adapun berbagai langkah atau strategi dalam *e-commerce* yang berkaitan dengan perlindungan hukum untuk konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace* melibatkan berbagai langkah dan strategi. Berikut adalah beberapa langkah mitigasi sebagai upaya non *penal* untuk mengurangi atau

menghindari risiko yang terkait dengan operasi transaksi jual beli melalui *platform marketplace* yang meliputi:

1. **Perencanaan Mitigasi Risiko:** Sebelum memulai implementasi, penting untuk merencanakan strategi mitigasi. Ini melibatkan pemahaman mendalam tentang risiko yang ada dan bagaimana risiko tersebut dapat diatasi. Rencana ini harus mencakup langkah-langkah yang akan diambil, sumber daya yang diperlukan, dan jadwal yang diharapkan.
2. **Penggunaan Teknologi Modern:** Dalam era digital ini, penggunaan teknologi modern seperti *AI* dan *machine learning* bisa sangat membantu dalam mitigasi risiko. Misalnya, *AI* dapat digunakan untuk mendeteksi dan memprediksi risiko sebelum terjadi, sementara *machine learning* dapat digunakan untuk mengoptimalkan proses dan operasi.
3. **Menerapkan Kebijakan Keamanan:** Salah satu cara efektif untuk mengurangi risiko dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* adalah dengan menerapkan kebijakan keamanan yang kuat. Ini bisa mencakup penggunaan enkripsi data, pembaruan keamanan secara teratur, dan pelatihan keamanan bagi staf.
4. **Menyiapkan Rencana Darurat:** Memiliki rencana darurat yang jelas dan rinci adalah langkah penting dalam mitigasi risiko. Rencana ini harus mencakup langkah-langkah yang harus diambil jika terjadi insiden keamanan, serta personel yang harus dipanggil dan bagaimana mereka harus bereaksi.
5. **Mengaudit Keamanan:** Audit keamanan adalah proses yang melibatkan pengecekan sistem dan prosedur keamanan untuk menemukan dan memperbaiki celah keamanan. Ini bisa mencakup audit internal atau eksternal, dan hasilnya harus digunakan untuk membuat peningkatan pada sistem dan prosedur keamanan.
6. **Mempertahankan Kompatibilitas Regulasi:** Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, penting untuk mematuhi semua regulasi yang berlaku, termasuk regulasi keamanan data dan privasi. Ini bisa mencakup penggunaan fitur keamanan yang sesuai dengan regulasi, dan pembaruan kebijakan dan prosedur secara teratur untuk memastikan kompatibilitas.

Dengan mengikuti langkah-langkah ini, para pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, dapat lebih siap dan mampu merespons dengan cepat terhadap risiko apa pun yang mungkin terjadi.⁶¹

⁶¹ Ivosights, “Pentingnya Mitigasi Risiko Digital : Manfaat dan Tantangannya”, Diakses pada tanggal 6 Desember 2023 Pukul 10.35 WIB., <https://ivosights.com/read/artikel/>.

Dengan demikian, mitigasi risiko (*risk mitigation*) dalam konteks perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* dalam transaksi jual beli melibatkan serangkaian langkah atau tindakan yang bertujuan untuk mengurangi atau meminimalisir dampak negatif dari berbagai potensi risiko yang mungkin timbul pada konsumen, pelaku usaha maupun *marketplace* dalam jual beli. Dalam melakukan transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, mitigasi risiko sangat penting untuk memastikan keamanan dan kepercayaan dalam transaksi *online*. Dengan melakukan beberapa langkah pencegahan dan memperhatikan faktor risiko yang mungkin terjadi, kita dapat mengurangi kemungkinan terjadinya risiko dan kerugian dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

Terkait dengan mitigasi risiko, maka terlebih dahulu kita harus mengetahui definisi dari Teori Risiko yang dikemukakan oleh berbagai ahli. Martono dan Agus Harjito mendefinisikan risiko sebagai penyimpangan hasil yang diperoleh dari rencana hasil yang diharapkan. Ferdinand Silalahi mendefinisikan risiko sebagai penyimpangan hasil aktual dari hasil yang diharapkan. Definisi risiko juga dikemukakan oleh A. Abas Salim, menurutnya risiko adalah suatu ketidakpastian yang mungkin mengakibatkan peristiwa kerugian atau *loss*. Sedangkan Soekarno mendefinisikan risiko adalah suatu ketidakpastian atas terjadinya suatu peristiwa. Pengertian risiko juga ada dikemukakan oleh Herman Darmawi. Menurutnya, risiko adalah sesuatu hasil atau *outcome* yang berbeda dengan yang diharapkan. Ia juga menyampaikan bahwa risiko adalah penyebaran atau penyimpangan aktual dari hasil yang diharapkan.

Prof. Dr. Ir. Soemarno, M.S. mendefinisikan risiko merupakan suatu kondisi yang muncul karena ketidakpastian dengan seluruh konsekuensi tidak menguntungkan yang mungkin terjadi. Subekti mendefinisikan risiko sebagai suatu kewajiban memikul kerugian yang disebabkan karena suatu kejadian di luar kesalahan salah satu pihak. Selain itu, Sri Redjeki Hartono mendefinisikan risiko adalah suatu ketidakpastian di masa yang akan datang tentang kerugian. Selanjutnya Mamduh Hanafi mendefinisikan risiko adalah bahaya akibat atau konsekuensi yang dapat terjadi akibat sebuah proses yang sedang berlangsung atau kejadian yang akan datang.

Selain itu, menurut Hanafi juga risiko merupakan besarnya penyimpangan antara tingkat pengembalian yang diharapkan (*expected return*) dengan tingkat pengembalian aktual (*actual return*). Teori risiko dalam konteks perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* dalam transaksi pada *platform marketplace* bertujuan untuk memitigasi risiko hukum terhadap eksposur risiko hukum yang mungkin timbul dalam transaksi *e-commerce*. Mitigasi risiko transaksi perdagangan pada *platform marketplace* di era digital sangatlah penting dan diperlukan dalam melindungi konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berdasarkan asas keadilan serta dilandaskan pada Prinsip Kejujuran dan Keterbukaan. Hal ini senantiasa menyertai supaya meminimalisir terjadinya permasalahan hukum dalam transaksi perdagangan melalui *platform marketplace*.

Adapun beberapa upaya untuk mengurangi atau meminimalisir dampak negatif dari berbagai risiko yang mungkin terjadi bagi konsumen dalam *platform marketplace* meliputi, yaitu: ⁶²

1. **Memahami Hak dan Kewajiban:** Konsumen harus memahami hak dan kewajiban mereka sebagai pelanggan. Ini termasuk hak untuk mendapatkan informasi yang benar dan akurat, hak untuk pilihan, dan kewajiban untuk membuat keputusan yang tepat berdasarkan informasi yang mereka miliki.
2. **Pelajari dan Pahami:** Sebelum melakukan transaksi online, konsumen harus mempelajari dan memahami produk atau jasa yang akan dibeli. Ini termasuk membaca deskripsi produk, mencari ulasan dan testimoni, dan memverifikasi informasi kontak penjual.
3. **Periksa Kebijakan Refund dan Garansi:** Sebelum melakukan pembelian, pastikan untuk memeriksa kebijakan refund dan garansi penjual. Ini akan membantu konsumen untuk mencegah penipuan dan memastikan bahwa mereka dapat mendapatkan kompensasi jika terjadi masalah.
4. **Lakukan Transaksi melalui *platform* terpercaya:** Menggunakan *platform marketplace* yang terpercaya dan aman dapat membantu konsumen untuk mencegah penipuan dan melindungi data pribadi mereka.
5. **Menggunakan Layanan dengan Bijak:** Konsumen juga harus menggunakan layanan dengan bijak. Ini termasuk menggunakan layanan dari penjual yang terpercaya, membaca dan memahami syarat dan ketentuan sebelum melakukan pembelian, dan selalu menjaga data pribadi mereka untuk mencegah penipuan.
6. **Penggunaan Password yang Kuat:** Konsumen harus menggunakan *password* yang kuat dan unik untuk setiap akun *online* mereka. Hal ini akan memperkecil kemungkinan akses tidak sah ke akun mereka.
7. **Verifikasi Identitas:** Konsumen harus memastikan bahwa *marketplace* yang digunakan telah melakukan verifikasi identitas penjual sebelum melakukan transaksi.
8. **Pembayaran yang Aman:** Konsumen harus memilih metode pembayaran yang aman, seperti menggunakan kartu kredit yang dilindungi oleh teknologi 3D *Secure*, atau menggunakan metode pembayaran *online* lain yang terjamin keamanannya.

⁶² Atia Nadira, "4 Risiko Memiliki Bisnis Online dan Solusi Mengatasinya", Diakses pada tanggal 3 Mei 2021 Pukul 09.20 WIB., <https://www.oyindonesia.com/blog/risiko-memiliki-bisnis-online-dan-solusi-mengatasinya>.

9. **Penggunaan VPN:** Konsumen dapat menggunakan *VPN (Virtual Private Network)* untuk melindungi data pribadi mereka saat bertransaksi *online*.
10. **Pengawasan Transaksi:** Konsumen harus memantau transaksi mereka secara ketat dan segera menghubungi *marketplace* jika terjadi kesalahan atau kecurangan.

Terhadap semua kasus di atas, konsumen dapat melaporkan masalah tersebut kepada *platform marketplace* yang digunakan untuk transaksi. *Platform marketplace* yang bertanggung jawab harus memberikan penyelesaian yang adil dan segera atas masalah yang terjadi sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Oleh karena itu, konsumen harus memastikan bahwa *platform marketplace* yang digunakan memiliki kebijakan perlindungan konsumen yang jelas dan mematuhi standar keamanan dan privasi yang berlaku. Konsumen juga dapat melaporkan kejadian penipuan atau produk palsu yang dialaminya ke pihak yang berwenang, seperti Kementerian Perdagangan atau Bareskrim Polri.

Untuk menghindari konsumen dirugikan dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, menurut Ketua Komunitas Konsumen Indonesia (KKI), David Tobing menegaskan konsumen harus melakukan pengecekan produk untuk mencegah penipuan produk. “Sama enggak produk itu dengan asli, kemasan dari sisi bentuk, wujud, ukuran, sehingga dengan demikian tidak tertipu. Makanan ringan *repacking*, susu *repacking* sudah sangat berbahaya, tidak ada kadaluarsa dan produk harus disesuaikan dengan deskripsi produk di *website* produsen,” jelas David. Kemudian konsumen diminta untuk melakukan transaksi *online* sesuai dengan kebutuhan. Bagi produk yang memiliki masa kadaluarsa, konsumen

harus proaktif untuk melakukan pengecekan. Belajar dari situs resmi dan memilih melakukan pembayaran lewat sistem *cash on delivery* (COD).⁶³ Terhadap penipuan atau produk palsu pada transaksi jual beli melalui *platform* perdagangan *online* (*marketplace*), maka mitigasi yang dapat dilakukan, antara lain:

- Jangan bagikan PIN atau jangan memberikan Kode OTP kepada pihak ketiga jika melakukan verifikasi akun

OTP merupakan kode yang hanya diketahui oleh konsumen dan digunakan sebagai verifikasi saat melakukan transaksi. Konsumen juga harus memastikan bahwa OTP tersebut hanya digunakan untuk transaksi yang dilakukan sendiri. Saat mendaftarkan akun ke jual beli melalui *platform* perdagangan *online* (*marketplace*), kiranya untuk dilakukan verifikasi akun terlebih dahulu melalui kode OTP berupa PIN yang dikirimkan ke nomor yang kita daftarkan. Untuk bersama-sama menjaga keamanan mengantisipasi serangan *cyber security* dengan tidak memberikan OTP kepada pihak ketiga. OTP merupakan kode yang hanya diketahui oleh konsumen dan digunakan sebagai verifikasi saat melakukan transaksi. Konsumen juga harus memastikan bahwa OTP tersebut hanya digunakan untuk transaksi yang dilakukan sendiri. Selain itu mengganti *password* akun secara berkala, dan tidak memakai *password* yang sama pada situs yang berbeda.

- Waspada nomor tidak dikenal yang mengirimkan link tertentu

Phishing merupakan teknik penipuan yang bisa dibidang paling sukses menjerat korban. *Phishing* dapat dijalankan dengan mengirim SMS, *chat*, hingga *email* dengan mengatasnamakan penyedia layanan. Hal ini dikarenakan *phishing* sudah cukup umum dilakukan, konsumen perlu waspada jika ada nomor tidak dikenal mengirimkan link tertentu. Jangan sembarang klik tautan dari nomor yang tidak dikenal agar data kita tidak diambil oleh pelaku serangan siber.

- Teliti sebelum membeli dengan tidak mudah tergiur barang murah atau diskon besar atau hadiah/reward yang ditawarkan oleh pihak yang tidak dikenal

Konsumen dapat menjadi korban dari penipuan transaksi *online* karena terlena dengan promo besar-besaran dan harga barang yang sangat murah. Pelanggan perlu menjadi *smart buyer* dengan lebih teliti dalam melihat produk dan toko *online* saat belanja *online*.

⁶³ Hukum Online, *loc. cit.*

- **Minta rekomendasi teman atau melihat *review* dari konsumen lain.** Cara menghindari penipuan saat belanja *online* berikutnya adalah dengan meminta rekomendasi dari teman atau melihat *review* dari konsumen lain. Ulasan yang lengkap, detail, dan masuk akal juga menjadi tanda bahwa toko dan produk yang kita lihat bisa dipercaya.⁶⁴ Selalu lakukan pengecekan sebelum melakukan transaksi *online* untuk mencegah penipuan. Untuk mencegah penipuan ini, selalu pastikan untuk melakukan pengecekan sebelum mentransfer uang atau mentransfer barang. Jika konsumen merasa ragu, jangan ragu untuk menghubungi pihak berwenang atau konsultasikan dengan orang yang lebih berpengalaman. Untuk mencegah penipuan ini, selalu lakukan pengecekan sebelum memasukkan data pribadi, *password*, atau kode OTP konsumen. Pastikan untuk memeriksa URL situs *web* dan alamat *email* pengirim. Jangan pernah membagikan informasi pribadi dan keuangan Anda melalui *email* atau situs *web* yang tidak dikenal. Untuk mencegah penipuan ini, selalu lakukan pengecekan sebelum mentransfer uang atau mentransfer barang. Jika Anda merasa ragu, jangan ragu untuk menghubungi pihak berwenang atau konsultasikan dengan orang yang lebih berpengalaman.
- Hindari memberikan data pribadi, seperti nomor identitas atau nomor kartu kredit, kecuali jika diperlukan untuk transaksi.
- Pastikan bahwa *website* atau aplikasi yang digunakan untuk bertransaksi memiliki sertifikat SSL yang valid dan terbaru. Sertifikat ini memastikan bahwa *website* atau aplikasi tersebut aman dan data yang diinputkan oleh konsumen akan dienkripsi.
- Jangan mudah tergiur dengan diskon besar atau hadiah/*reward* yang ditawarkan oleh pihak yang tidak dikenal. Biasanya, hadiah tersebut hanya berupa tipuan untuk mengambil data pribadi konsumen.
- Lakukan riset terhadap situs tempat berbelanja. Kunjungi mesin pencari *Google* atau *Yahoo* kemudian masukkan nama situs itu. Carilah ulasan dari konsumen mereka.
- Identitas dan legalitas pelaku usaha, berupa kejelasan nama perusahaan, alamat, *email* atau nomor telpon yang dapat dihubungi. Pastikan memiliki nomor telepon yang valid, lebih bagus jika mempunyai nomor lebih dari 1 (satu).
- Cek kebijakan internal situs terhadap data pribadi. Bacalah ketentuannya dengan cermat adakah jaminan perlindungan data pribadi.

⁶⁴ Liputan6.com, "Marak Penipuan, Simak 4 Tips Agar Tidak Tertipu Belanja di E-Commerce Selama Idul Fitri", Diakses pada tanggal 21 April 2023 Pukul 15.35 WIB., <https://www.liputan6.com>.

- Cermatlah dalam memilih suatu produk, perhatikan spesifikasinya apakah cocok dengan keperluan kita. Hindari berbelanja produk *illegal*.
- Pastikan adakah kebijakan pengembalian barang bila barang yang dibeli ternyata cacat karena saat memesan karena tidak bisa melihat secara fisik barang tersebut.
- Catat kode produk yang dipesan. Pengelola toko *online* yang bonafit akan mengonfirmasi pesanan konsumen. Konsumen hendaklah meminta nomor resi pengiriman. Apabila barang tidak kunjung datang, maka konsumen bisa melakukan pengecekan ke jasa ekspedisi.
- Transfer pembayaran dilakukan dengan angka unik agar cepat dikenali oleh pengelola toko *online*.
- Jika barang sudah diterima, cermati apakah barang tersebut dalam kondisi baik dan sesuai dengan pesanan konsumen. Toko *online* yang baik akan melakukan penggantian apabila barang yang dipesan cacat.

Dengan melakukan upaya tersebut di atas, konsumen dapat menghindari penipuan dan produk palsu dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Konsumen juga dapat melaporkan kejadian penipuan atau produk palsu yang dialaminya ke pihak yang berwenang, seperti Kementerian Perdagangan atau Bareskrim Polri.

Pengiriman produk yang tepat waktu dan aman merupakan hal yang penting dalam transaksi B to C. Konsumen biasanya membayar biaya pengiriman, namun mereka juga ingin produk yang dikirimkan dalam kondisi yang baik dan tidak rusak. Untuk mencegah sejumlah kejadian itu, masyarakat terutama yang kerap melakukan transaksi belanja *online* dapat juga melakukan mitigasi berikut ini :

1. Jangan memakai *password* dengan data mudah ditebak

Data yang mudah ditebak biasanya seputar tanggal lahir maupun alamat tempat tinggal. Selain itu, data dan informasi akun harus dijaga ketat dan jangan memberikan kode OTP ke pihak ketiga maupun keluarga.

2. Periksa validitas toko *online* atau penjual

Selalu periksa ulang ulasan pembeli sebelumnya dan cek apakah ada beberapa akun yang serupa. Toko *online* palsu di media sosial terkadang terlihat mempunyai *followers* tidak aktif yang mencurigakan.

3. Gunakan lebih dari satu akses keamanan

Sebaiknya menggunakan verifikasi ganda untuk masuk ke dalam akun media sosial maupun akun *platform marketplace*.

4. Lakukan riset soal modus penipuan dan tips keamanan digital

Memperbanyak informasi mengenai penipuan secara *online* dan tips keamanan digital. Selain itu, cek dan ricek kali setiap informasi penjualan maupun pembelian yang diterima.

Dalam melindungi diri sebagai konsumen *online* terdapat beberapa langkah mitigasi yang dapat diambil oleh konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, yaitu: ⁶⁵

1. **Verifikasi Informasi:** Selalu verifikasi informasi penjual sebelum melakukan transaksi. Pastikan untuk memeriksa nama penjual, alamat, dan rating yang ditampilkan. Jangan ragu untuk menghubungi penjual jika ada pertanyaan atau ketidakpastian. Saat melakukan transaksi *e-commerce*, pastikan untuk memeriksa dan memverifikasi informasi pembeli atau penjual, termasuk alamat pengiriman dan informasi pembayaran. Konsumen juga dapat menggunakan metode pembayaran yang aman dan terpercaya untuk memastikan bahwa pembayaran yang dilakukan aman dan tidak disalahgunakan.

⁶⁵ Ary Ardianto, "Pahami Risiko Keamanan Transaksi Digital dan 8 Tips untuk Mencegahnya", Diakses pada tanggal 27 Juli 2023 Pukul 13.30 WIB., <https://www.helios.id/id/blog-id/detail/pahami-risiko-keamanan-transaksi-digital-dan-8-tips-untuk-mencegahnya/>.

2. **Periksa Syarat dan Ketentuan:** Baca dan pahami syarat dan ketentuan sebelum melakukan transaksi. Pastikan tidak ada klausa yang tidak jelas atau memungkinkan penjual untuk menuntut lebih dari yang seharusnya.
3. **Pilih Metode Pembayaran yang Aman:** Gunakan metode pembayaran yang aman dan populer. Hindari metode pembayaran yang tidak dikenal atau yang tampak mencurigakan.
4. **Gunakan Kata Sandi Strong:** Gunakan kata sandi yang strong dan unik untuk akun Anda. Jangan gunakan kata sandi yang mudah ditebak atau yang sering digunakan.
5. **Lakukan Verifikasi 2 (dua) Faktor:** Aktifkan verifikasi 2 (dua) faktor jika *platform marketplace* menyediakannya. Ini akan memberikan tingkat keamanan tambahan.
6. **Lakukan Review:** Setelah melakukan transaksi, lakukan *review*. Ini akan membantu penjual lain untuk membuat keputusan yang lebih baik dan juga membantu *platform marketplace* dalam meningkatkan keamanan dan kualitas layanan mereka.

Selain itu juga dilakukan langkah mitigasi berupa:

7. Perlindungan informasi: Pastikan bahwa informasi sensitif seperti nomor kartu kredit atau informasi akun bank Anda tidak disalahgunakan dengan cara melindungi data pribadi dan menggunakan koneksi internet yang aman dan terenkripsi saat melakukan transaksi.
8. Pemeriksaan produk: Pastikan produk yang konsumen beli sesuai dengan deskripsi dan gambar yang ditampilkan. Jangan ragu untuk meminta penjelasan atau gambar tambahan jika konsumen memiliki keraguan tentang produk yang akan dibeli.
9. Pengiriman dan pemenuhan pesanan: Pastikan bahwa metode pengiriman yang dipilih adalah aman dan andal, dan pastikan bahwa barang yang dikirimkan sudah diperiksa terlebih dahulu sebelum dikirimkan. Jika ada masalah dengan pengiriman atau pemenuhan pesanan, segera hubungi penjual atau *marketplace* tempat membeli barang.
10. Pemilihan *marketplace* yang terpercaya: Pilih *marketplace* yang sudah terpercaya dan memiliki sistem keamanan yang baik, serta dapat memberikan perlindungan untuk pembeli dan penjual dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.
11. Membaca dan memahami syarat dan ketentuan dari pihak *marketplace* sebelum melakukan transaksi: Pastikan untuk membaca dan memahami syarat dan ketentuan dari *marketplace* atau situs *platform marketplace* tempat konsumen bertransaksi, termasuk kebijakan pengembalian, ganti rugi, dan kebijakan privasi dan aturan yang berlaku. Dengan pemahaman yang baik terutama terhadap ketentuan yang berlaku seperti UUPK dan langkah-langkah perlindungan konsumen ini, kiranya dapat menjadi konsumen yang cerdas dan mampu melindungi diri sendiri dalam transaksi jual beli, baik di *marketplace* maupun dalam transaksi konvensional.
12. Memeriksa reputasi dan keandalan penjual atau pedagang sebelum membeli produk.
13. Menjaga privasi dan keamanan data pribadi, termasuk memastikan bahwa situs *web* yang digunakan aman dan terverifikasi.

14. Menggunakan metode pembayaran yang aman dan terpercaya.
15. Melakukan penelitian dan membandingkan harga serta kualitas produk sebelum membeli.

2. Identifikasi Risiko dan Mitigasi Risiko pada Pelaku Usaha

Selain identifikasi risiko pada konsumen, juga dilakukan indentifikasi risiko pada pelaku usaha dalam hal ini toko *online*. Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, pelaku usaha dapat mengalami kerugian jika terjadi tuntutan ganti rugi dari konsumen yang mengalami kerugian akibat kesalahan atau kelalaian pelaku usaha. Kerugian ini dapat meliputi:⁶⁶

- Kerugian finansial akibat pengembalian uang atau produk yang dibeli;
- Kerugian reputasi, dan biaya hukum. Dimana pelaku usaha kadang dirugikan akibat dampak dari kerugian konsumen atau pembeli selaku konsumen yang melakukan penipuan. Jika pembeli/konsumen dalam transaksi melakukan penipuan dengan mengklaim tidak menerima barang padahal sebenarnya telah menerima, maka hal ini dapat dikategorikan sebagai salah satu modus penipuan belanja *online*.⁶⁷ Modus penipuan ini biasanya terjadi ketika penjual / pelaku usaha memberikan nomor resi palsu kepada pembeli / konsumen seolah-olah barang sudah dikirim, namun pembeli tidak pernah menerima barang tersebut. *Tracking* resi pun tidak sesuai dengan data si pembeli. Saat penjual dihubungi, dia menghindar dan hilang entah kemana. Keluhan lain yang tidak berdasar, jika pembeli /konsumen mengajukan keluhan yang tidak berdasar atas produk yang dijual oleh pelaku usaha. Konsumen yang merasa tidak puas atas barang yang dibelinya dan meretur barang tersebut kepada pelaku usaha. Hal tersebut bisa disebabkan oleh berbagai alasan yang berkaitan dengan:

⁶⁶ Mochammad Januar Rizki, "Melihat Risiko Pelanggaran Persaingan Usaha di Sektor E-Commerce", Diakses pada tanggal 6 Juli 2020 Pukul 20.35 WIB., <https://hukumonline.com/berita>.

⁶⁷ Redva Kaurvakii, "Catat, Ini Modus Penipuan Belanja Online Terhadap Penjual dan Pembeli", Diakses pada tanggal 7 Mei 2023 Pukul 09.10 WIB., <https://pandagila.com>.

- Kualitas produk tidak sesuai;
- Tingkat pelayanan yang diberikan tidak memadai; atau
- Harapan yang tidak terpenuhi.⁶⁸

Dimana konsumen tidak menggunakan mekanisme sesuai dengan mekanisme yang telah ditentukan oleh pelaku usaha atau terkadang terdapat pelaku usaha yang belum mengatur mekanisme retur oleh konsumen. Pelanggaran privasi jika *platform marketplace* yang digunakan oleh pelaku usaha tidak dapat menjaga kerahasiaan data pribadi konsumen, dimana data pribadi konsumen mengalami kebocoran yang dijual oleh pihak lain.⁶⁹ Dengan demikian terjadi pelanggaran privasi pada pelaku usaha. Terhadap hal tersebut, pelaku usaha dapat melaporkan masalah ini kepada *platform marketplace* yang digunakan dan meminta bantuan untuk menyelesaikan masalah ini.

- Konsumen yang tidak melakukan itikad baik berupa tidak melakukan pembayaran terhadap barang yang sudah dipesan dalam sistem *pre order (PO)*. Perlindungan hukum terhadap pelaku usaha yang mengalami kerugian adalah berupa ganti kerugian dan/atau sanksi pidana terhadap konsumen bilamana konsumen tetap tidak mengganti kerugian sebagaimana dimaksud dan perbuatannya telah memenuhi unsur pidana. Akibat hukum terhadap konsumen yang tidak melakukan itikad baik dalam bertransaksi, yaitu :⁷⁰
 - (a) Menimbulkan tanggung jawab mutlak (*strict liability*) terhadap kerugian yang dialami oleh pelaku usaha;
 - (b) Menimbulkan gigitan ganti kerugian dari pelaku usaha;
 - (c) Menimbulkan tuntutan pidana berdasarkan ketentuan pidana pada UU ITE, BAB 13 UUPK dan/atau ketentuan pidana dalam KUHP.
- Keluhan yang tidak berdasar . .Jika Konsumen mengajukan keluhan yang tidak berdasar atas produk yang dijual oleh pelaku usaha, maka pelaku usaha dapat memberikan penjelasan yang jelas dan berdasar untuk mempertahankan produknya.

⁶⁸ Muchlisin Riadi, "Kepuasan Konsumen (Pengertian, Aspek, Strategi dan Indikator)", Diakses pada tanggal 7 Januari 2021 Pukul 20.10 WIB., <https://kajianpustaka.com>.

⁶⁹ Joddy Mulyasetya Putra, "Data Pribadi Konsumen E-Commerce Bocor dan Dijual Pihak Lain, Bagaimana Hukumnya ?", Diakses pada tanggal 17 Agustus 2021 Pukul 21.45 WIB., <https://kompas.com/konsultasihukum>.

⁷⁰ Chory Ayu Sugesti, dkk., "Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Online Shop yang mengalami Kerugian yang disebabkan oleh Konsumen di Kota Singaraja", *Jurnal Komunitas Yustisia Universitas Pendidikan Ganesha Program Studi Ilmu Hukum* 3, no. 3 (2020): 166.

- Pelanggaran privasi Jika *platform marketplace* yang digunakan oleh pelaku usaha tidak dapat menjaga privasi data pelaku usaha atau terjadi pelanggaran privasi pada pelaku usaha, maka pelaku usaha dapat melaporkan masalah ini kepada *platform marketplace* atau pihak yang berwenang.
- Dalam semua kasus di atas, pelaku usaha harus memastikan bahwa *platform marketplace* yang digunakan memiliki kebijakan perlindungan yang jelas dan mematuhi standar keamanan dan privasi yang berlaku. Pelaku usaha juga dapat mencari bantuan dari lembaga atau organisasi yang terkait untuk membantu menyelesaikan masalah yang timbul dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

Adapun identifikasi potensi risiko yang muncul pada pelaku usaha pada *platform marketplace* memunculkan potensi risiko pada pelaku usaha perlu juga dilakukan. Hal ini dikarenakan pelaku usaha juga dapat mengalami kerugian akibat pelanggaran persaingan usaha dalam sektor transaksi jual beli pada *platform marketplace*. Pelanggaran persaingan usaha dapat terjadi dalam berbagai bentuk, seperti diskriminasi harga, kartel, dan praktik bisnis yang merugikan konsumen. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran persaingan usaha dapat dikenakan sanksi oleh otoritas yang berwenang dan mengalami kerugian finansial akibat denda atau sanksi lainnya. Beberapa contoh kasus perlindungan terhadap pelaku usaha pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*:

1. Konsumen yang melakukan penipuan. Jika konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* melakukan penipuan dengan mengklaim tidak menerima barang padahal sebenarnya telah menerima, maka pelaku usaha dapat melaporkan masalah ini kepada *platform marketplace* yang digunakan dan meminta bantuan untuk menyelesaikan masalah ini.

Tindakan konsumen yang memalsukan alamat, nomor handphone, bahkan bukti transfer yang tentunya menyebabkan kerugian bagi pelaku usaha. Ketika unsur penipuan di Pasal 378 KUHP dalam suatu transaksi *online* terpenuhi maka pihak pelaku usaha sebagai pihak yang dirugikan dapat mengajukan laporan atas tindak pidana penipuan. Langkah yang dapat diambil oleh pelaku usaha untuk mendapatkan haknya kembali dapat diawali dengan cara kekeluargaan. Namun apabila konsumen tidak menghiraukan atau bahkan tidak dapat dihubungi untuk menyelesaikan permasalahan tersebut secara kekeluargaan dengan adanya unsur tidak beritikad baik, maka konsumen tersebut dapat digugat secara perdata dan/atau dilaporkan ke pihak kepolisian untuk dapat diproses secara pidana. Melakukan tuntutan hak memiliki beberapa jenis gugatan, salah satunya adalah gugatan biasa. Gugatan biasa dalam perkara perdata terdiri dari dua pihak yaitu penggugat dan tergugat. Dalam perkara perdata, untuk mengajukan tuntutan hak dapat dilakukan dengan dua cara yaitu lisan maupun tertulis.

Pengajuan tuntutan hak melalui gugatan biasa merupakan suatu pengajuan tuntutan hak oleh subjek hukum yang satu kepada subjek hukum lainnya atas suatu sengketa keperdataan, baik berupa wanprestasi maupun perbuatan melawan hukum, dimana pada diri pihak yang mengajukan tuntutan hak (gugatan) mengalami kerugian langsung maupun kerugian materiil sebagai akibatnya. Selain gugatan biasa, terdapat pula gugatan secara *class action* atau gugatan perwakilan. Pengaturan

mengenai *class action* di Indonesia terdapat dalam PERMA Nomor 1 Tahun 2002 tentang Acara Gugatan Perwakilan Kelompok.⁷¹ Namun pada saat penulis melakukan riset di Poltabes Palembang, kasus perdagangan *online* yang menimpa konsumen antara lain, seperti pelaku usaha yang tidak menggunakan atau melengkkapi label berbahasa Indonesia pada barang yang diperdagangkan di dalam negeri, dimana terhadap pelaku usaha dikenakan sanksi sebagaimana yang diatur dalam Pasal 77A Permendag Nomor 25 Tahun 2021 tentang Penetapan Barang yang Wajib Menggunakan atau Melengkkapi Label Berbahasa Indonesia, pelaku usaha yang melakukan kegiatan usaha perdagangan tidak memiliki perizinan dikenakan sanksi sebagaimana yang diatur dalam Pasal 24 ayat (1) Permendag Nomor 25 Tahun 2021, penyedia jasa yang memperdagangkan jasa di dalam negeri yang tidak memenuhi SNI dikenakan sanksi Pasal 60 ayat (1) Permendag.⁷²

2. Keluhan yang tidak berdasar. Jika konsumen mengajukan keluhan yang tidak berdasar atas produk yang dijual oleh pelaku usaha, maka pelaku usaha dapat memberikan penjelasan yang jelas dan berdasar untuk mempertahankan produknya.
3. Pelanggaran privasi. Jika *platform marketplace* yang digunakan oleh pelaku usaha tidak dapat menjaga privasi data pelaku usaha atau terjadi pelanggaran privasi pada pelaku usaha, maka pelaku usaha dapat melaporkan masalah ini kepada *platform marketplace* atau pihak yang berwenang.

⁷¹ Rizka Noor Hashela, "Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Dalam Kegiatan Jual Beli Secara Online", Diakses pada tanggal 18 Agustus 2024 Pukul 11.33 WIB., <https://jdih.tanahlautkab.go.id/>.

⁷² Hasil wawancara dengan Bapak Ipda Okta Kuncoro dari Satuan Reserse Kriminal Tindak Pidana Khusus Polrestabes Palembang tanggal 15 November 2023.

Dalam semua kasus di atas, pelaku usaha harus memastikan bahwa *platform marketplace* yang digunakan memiliki kebijakan perlindungan yang jelas dan mematuhi standar keamanan dan privasi yang berlaku. Pelaku usaha juga dapat mencari bantuan dari lembaga atau organisasi yang terkait untuk membantu menyelesaikan masalah yang timbul dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

Sesuai dengan Pasal 6 huruf (b) UUPK, pelaku usaha berhak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik. Berikut adalah beberapa contoh kasus perlindungan terhadap pelaku usaha pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*:

1. Konsumen yang melakukan penipuan. Jika konsumen dalam transaksi pada *platform marketplace* melakukan penipuan dengan mengklaim tidak menerima barang padahal sebenarnya telah menerima, maka pelaku usaha dapat melaporkan masalah ini kepada *platform marketplace* yang digunakan dan meminta bantuan untuk menyelesaikan masalah ini. *Marketplace* memiliki tanggung jawab untuk menangani pengaduan dari pelaku usaha terkait penipuan oleh konsumen. Tindakan yang dilakukan meliputi: penyediaan layanan pengaduan, proses penyelesaian dan monitoring serta penegakan aturan.
2. Keluhan yang tidak berdasar. Jika konsumen mengajukan keluhan yang tidak berdasar atas produk yang dijual oleh pelaku usaha, maka pelaku usaha dapat memberikan penjelasan yang jelas dan berdasar untuk mempertahankan produknya.

3. Pelanggaran privasi Jika *platform marketplace* yang digunakan oleh pelaku usaha tidak dapat menjaga privasi data pelaku usaha atau terjadi pelanggaran privasi pada pelaku usaha, maka pelaku usaha dapat melaporkan masalah ini kepada *platform marketplace* atau pihak yang berwenang.
4. Dalam semua kasus di atas, pelaku usaha harus memastikan bahwa *platform marketplace* yang digunakan memiliki kebijakan perlindungan yang jelas dan mematuhi standar keamanan dan privasi yang berlaku. Pelaku usaha juga dapat mencari bantuan dari lembaga atau organisasi yang terkait untuk membantu menyelesaikan masalah yang timbul dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

Adapun beberapa upaya untuk mengurangi atau meminimalisir dampak negatif dari berbagai risiko yang mungkin terjadi bagi pelaku usaha, dalam *platform marketplace* meliputi, yaitu: ⁷³

1. **Mematuhi Perlindungan Konsumen:** Pelaku usaha harus mematuhi perlindungan konsumen dan memastikan bahwa mereka menyediakan produk atau layanan yang sesuai dengan standar dan regulasi yang berlaku. Ini termasuk menyediakan informasi yang benar dan akurat, memberikan layanan purna jual yang baik, dan memproses pengembalian dan penukaran dengan bijak.
2. **Menghindari Perbuatan Melawan Hukum:** Pelaku usaha juga harus menghindari perbuatan melawan hukum, seperti memakai nama palsu, menggunakan martabat/keadaan palsu, atau melakukan penipuan. Jika terdeteksi melakukan perbuatan melawan hukum, mereka dapat dituntut hukum dan harus mengganti kerugian yang timbul.

⁷³ Atia Nadira, *loc. cit.*

3. Melakukan **riset tentang Kebutuhan Pelanggan**: Melakukan riset tentang kebutuhan pelanggan dan merancang produk atau layanan yang menyesuaikan dengan kebutuhan tersebut dapat membantu bisnis untuk tetap relevan dan unggul.
4. **Waspada dan jangan mudah percaya**: Sebagai pemilik bisnis, penting untuk selalu waspada dan tidak mudah percaya dengan pelanggan. Ini termasuk memverifikasi data pelanggan dan menyediakan mekanisme untuk melaporkan penipuan.
5. **Tentukan Strategi Pemasaran yang Menarik**: Strategi pemasaran yang efektif dapat menarik perhatian pelanggan dan membantu bisnis untuk tetap relevan dan unggul. Ini bisa mencakup komunikasi yang baik dengan pelanggan, penggunaan media sosial untuk mempromosikan bisnis, dan penawaran promosi dan diskon yang menarik.
6. **Penggunaan Teknologi Keamanan**: Pelaku usaha harus menggunakan teknologi keamanan yang terjamin, seperti *SSL (Secure Sockets Layer)* dan *HTTPS*, untuk melindungi data pelanggan dan transaksi.
7. **Verifikasi Identitas Konsumen**: Pelaku usaha harus melakukan verifikasi identitas konsumen sebelum melakukan transaksi.
8. **Penggunaan Metode Pembayaran yang Aman**: Pelaku usaha harus menggunakan metode pembayaran yang aman dan terjamin keamanannya, seperti menggunakan kartu kredit yang dilindungi oleh teknologi *3D Secure*.
9. **Pengawasan Transaksi**: Pelaku usaha harus memantau transaksi secara ketat dan segera menghubungi konsumen jika terjadi kesalahan atau kecurangan.
10. **Penggunaan Asuransi**: Pelaku usaha dapat menggunakan asuransi untuk melindungi investasi mereka dalam bisnis *e-commerce*.

Dalam perspektif perlindungan konsumen untuk meminimalisir potensi risiko tuntutan ganti rugi konsumen yang dirugikan. Mitigasi risiko yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha, yaitu pelaku usaha juga harus memastikan bahwa mereka memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang produk yang mereka jual dan memastikan bahwa konsumen dapat memahami informasi tersebut. Selain itu, pelaku usaha harus memastikan bahwa mereka tidak melakukan praktik bisnis yang menyesatkan atau merugikan konsumen. Untuk mengatasi risiko kerugian pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, pelaku usaha dapat meningkatkan sistem keamanan dan melakukan verifikasi identitas konsumen sebelum melakukan transaksi.

pelaku usaha juga dapat meningkatkan kualitas produk dan memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang produk yang mereka jual. Selain itu, pelaku usaha dapat memperkuat kebijakan pengembalian dan menjamin bahwa konsumen dapat mengajukan klaim jika terjadi kerugian pada transaksi yang dilakukan.

Adapun mitigasi risiko yang dilakukan oleh *marketplace* sebagai pihak ketiga yang memfasilitasi interaksi antara konsumen dan pelaku usaha serta membantu proses transaksi atau dengan kata lain sebagai pihak yang menyediakan tempat untuk bertransaksi dalam bentuk toko *online*. Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Oke Nurwan menjelaskan bahwa pelaku usaha PMSE, pedagang dan penyedia sarana perantara wajib memiliki izin usaha sebagaimana tertuang dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang PMSE dan Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam PMSE. Dengan demikian bagi pedagang luar negeri pun wajib memiliki izin usaha berupa mendaftarkan diri ke *marketplace* yang ada dan secara otomatis *marketplace* harus menunjukkan atau mencantumkan asal pedagang tersebut.⁷⁴

3. Identifikasi Risiko dan Mitigasi Risiko pada *Marketplace*

Selain berpotensi memunculkan kerugian pada konsumen dan pelaku usaha, pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* juga berpotensi

⁷⁴ Lim Fatimah Timorria, "Pelapak E-Commerce Bakal Diatur Ketat, Ini Alasan Pemerintah", Diakses pada tanggal 17 Mei 2021 Pukul 08.15 WIB., <https://bisnis.com>.

memunculkan potensi risiko pada *marketplace*, sehingga perlu dilakukan identifikasi. Dimana *marketplace* dalam penyelenggaraan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* berpotensi mengalami potensi risiko kerugian. Sebagai sebuah *platform digital* yang mempertemukan antara penjual dan pembeli dalam sebuah transaksi *e-commerce*, *marketplace* memiliki sistem keamanan yang baik, tetapi masih terdapat celah untuk dapat melakukan kecurangan, salah satunya dengan menjual barang yang tidak sesuai gambar. Kerugian yang menimpa *marketplace* terjadi tuntutan ganti rugi dari konsumen yang mengalami kerugian akibat kesalahan atau kelalaian *marketplace* dalam menyediakan layanan mereka. Untuk itu, *marketplace* perlu melakukan identifikasi risiko yang mungkin timbul pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Identifikasi yang dilakukan oleh *marketplace* untuk memastikan operasional dan transaksi yang berjalan dengan lancar dan aman. Berikut adalah beberapa identifikasi risiko yang perlu dilakukan oleh *marketplace* terdiri dari: ⁷⁵

1. **Risiko Keamanan Data:** *Marketplace* harus melindungi data pengguna dan transaksi dengan cara yang tepat. Risiko ini mencakup akses tidak sah, pencurian data, dan serangan *cyber*.
2. **Risiko Penipuan:** *Marketplace* harus melindungi pengguna dari penipuan, seperti penjual yang mencoba menipu pengguna dengan menawarkan barang atau jasa yang tidak ada atau tidak sesuai.
3. **Risiko Kehilangan Transaksi:** *Marketplace* harus melindungi pengguna dari kehilangan transaksi, seperti pembatalan transaksi oleh penjual atau pembatalan oleh sistem.

⁷⁵ Puja Rahayu dan Sahnun Rangkuti., "Analisis Manajemen Risiko Penggunaan Aplikasi E-Commerce dalam Transaksi Penjualan CV. Roti Aroma Bakery dan Cake Shop Medab", *Jurnal Bisnis Net (Jurnal Ekonomi dan Bisnis) Universitas Dharmawangsa* 5, no. 1 (Januari - Juni 2022): 55-68.

1. **Risiko Retensi:** *Marketplace* harus melindungi pengguna dari retensi, seperti penjual yang menolak untuk mengirimkan barang atau jasa yang telah dibayar.
2. **Risiko Klaim Pelanggan:** *Marketplace* harus melindungi pengguna dari klaim yang tidak sah dari penjual.

Identifikasi risiko ini membantu *marketplace* dalam merancang dan implementasikan strategi yang tepat untuk mencegah dan mengendalikan risiko tersebut. Identifikasi risiko tersebut bertujuan untuk meminimalisir terhadap potensi kerugian yang mungkin timbul yang meliputi: ⁷⁶

- Kerugian finansial akibat pengembalian uang atau produk yang dibeli, kerugian reputasi, dan biaya hukum. Selain itu, *marketplace* juga dapat mengalami kerugian akibat pelanggaran persaingan usaha dalam sektor transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Pelanggaran persaingan usaha dapat terjadi dalam berbagai bentuk, seperti diskriminasi harga, kartel, dan praktik bisnis yang merugikan konsumen. *Marketplace* yang melakukan pelanggaran persaingan usaha dapat dikenakan sanksi oleh otoritas yang berwenang dan mengalami kerugian finansial akibat denda atau sanksi lainnya.

Selain itu terdapat juga potensi kerugian, seperti:

- Penipuan yang terjadi pada *platform marketplace*. Penggunaan ilegal *platform marketplace*.
- Pelanggaran privasi. Jika terjadi pelanggaran privasi pada *platform marketplace*, maka *marketplace* harus memastikan bahwa data pelanggan dan pelaku usaha dijaga dengan baik dan menindaklanjuti dengan cepat untuk mengatasi masalah privasi yang terjadi.

⁷⁶ Amit Mathradas (Forbes Councils Member), "The Prevalence of The Online Marketplace Model And Its Impact on E-Commerce", Accessed on February 22, 2021 at 09.07 WIB., <https://forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil>.

Adapun beberapa upaya untuk mengurangi atau meminimalisir dampak negatif dari berbagai risiko yang mungkin terjadi bagi konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace* dalam *platform marketplace* meliputi, yaitu: ⁷⁷

1. *Marketplace* harus memastikan bahwa semua penjual di *platform* mereka mematuhi kebijakan dan standar yang ditetapkan. Ini bisa mencakup memverifikasi identitas penjual, memonitor aktivitas penjual, dan menyediakan alat dan dukungan untuk membantu penjual mencegah penipuan dan melindungi data pribadi mereka.
2. Menerapkan Kebijakan dan Standar yang ketat: *Marketplace* harus menerapkan kebijakan dan standar yang ketat untuk melindungi konsumen dan penjual. Ini termasuk memverifikasi identitas penjual dan konsumen, memantau aktivitas di *platform*, dan menyediakan alat dan dukungan untuk membantu penjual dan konsumen mencegah penipuan.
3. Menyediakan Sistem Mediasi: *Marketplace* juga harus menyediakan sistem mediasi yang efektif untuk membantu menyelesaikan perselisihan antara penjual dan konsumen. Ini dapat membantu mencegah kerugian yang timbul dari perlawanan dan memastikan bahwa semua pihak mendapatkan hasil yang adil.

Untuk mengatasi risiko kerugian pada transaksi jual beli pada *platform marketplace*, maka *marketplace* dapat menerapkan berbagai bentuk mitigasi risiko untuk memastikan operasional dan transaksi yang berjalan dengan lancar dan aman, yaitu: ⁷⁸

1. **Peningkatan Keamanan Data:** *Marketplace* dapat menerapkan berbagai teknologi dan prosedur untuk melindungi data pengguna dan transaksi. Misalnya, enkripsi data, otentikasi 2 (dua) faktor, dan audit keamanan secara berkala. *Marketplace* dapat meningkatkan sistem keamanan dan melakukan verifikasi identitas penjual sebelum menyetujui penjual untuk menjual produk di *platform* mereka. *Marketplace* juga dapat meningkatkan kualitas produk dan memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang produk yang dijual oleh penjual di *platform* mereka. Selain itu, *marketplace* dapat memperkuat kebijakan pengembalian dan menjamin bahwa konsumen dapat mengajukan klaim jika terjadi kerugian pada transaksi yang dilakukan.

⁷⁷ Atia Nadira, *loc. cit.*

⁷⁸ *Ibid.*

2. **Pengawasan Penjual:** *Marketplace* dapat melakukan pengawasan terhadap penjual untuk mencegah penipuan. Misalnya, dengan memeriksa profil penjual, mengevaluasi ulasan dan *feedback* dari pembeli, dan menyediakan sistem komplain.
3. **Pelayanan Pelanggan yang baik:** *Marketplace* dapat menyediakan layanan pelanggan yang baik untuk membantu pengguna menyelesaikan masalah atau klaim. Misalnya, dengan menyediakan tim dukungan pelanggan, forum diskusi, dan prosedur komplain yang jelas.
4. **Penyediaan Edukasi Keamanan:** *Marketplace* dapat menyediakan edukasi keamanan untuk membantu pengguna memahami dan menghindari risiko keamanan. Misalnya, dengan menyediakan artikel dan video tentang cara menjaga keamanan *online*, dan memberikan tips dan trik untuk mencegah penipuan.
5. **Penerapan Syarat dan Ketentuan yang Jelas:** *Marketplace* dapat menerapkan syarat dan ketentuan yang jelas dan transparan untuk melindungi hak dan kepentingan pengguna. Misalnya, dengan menjelaskan clauses yang mungkin mempengaruhi pengguna, dan memberikan arahan tentang cara membaca dan memahami syarat dan ketentuan.

Jika ada pelaku usaha yang menggunakan *platform marketplace* untuk menjual barang atau jasa yang *illegal* dan terjadi pelanggaran privasi, maka *marketplace* harus memastikan bahwa akun tersebut dihapus dan memberikan penjelasan yang jelas kepada publik mengenai tindakan yang diambil. Hal ini karena menurut penulis, sebagai pihak ketiga, *platform marketplace* sesungguhnya memiliki peran penting dalam menengahi sengketa dan memfasilitasi ganti rugi antara konsumen dengan pelaku usaha. *Marketplace* sebagai *platform* yang memfasilitasi aplikasi belanja *online* dan yang membuat kontrak *online/digital* dalam *platform marketplace*. Walaupun secara regulasi, belum diakuinya pihak ketiga dalam UUPK, namun pengaturan mengenai *marketplace* ini dapat ditemukan dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang mengatur

bahwa yang dimaksudkan dengan pengertian Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE) adalah “pelaku usaha penyedia sarana komunikasi elektronik yang digunakan untuk transaksi perdagangan”.⁷⁹

Marketplace dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* berpotensi juga menghadapi risiko. Baru-baru ini terjadi *marketplace unicorn* terbesar di Indonesia diretas dan data pribadi penggunanya jatuh kepada pihak ketiga secara melawan hukum. Padahal dengan telah diberlakukannya UU PDP. Dikaitkan dengan perlindungan hukum pada *marketplace* pada transaksi jual beli melalui *platform* perdagangan *online*, maka data pribadi dan informasi para pengguna dijaga kerahasiaannya dan tidak disalahgunakan oleh pihak yang tidak berwenang.

Data pribadi dalam *platform marketplace* dapat bocor atau terjebak di tangan pihak yang tidak berwenang melalui beberapa cara:⁸⁰

1. **Serangan Cyber:** Serangan *cyber* adalah salah satu cara paling umum bocornya data pribadi. Penyerang dapat mengakses database yang tidak aman dan mencuri data pribadi pengguna.
2. **Pencurian Identitas:** Pencurian identitas adalah proses di mana penyerang mengumpulkan informasi pribadi pengguna seperti nama, alamat, nomor telepon, dan detail akun bank, dan kemudian menggunakannya untuk mencuri uang atau membeli barang.
3. **Penyalahgunaan Aplikasi:** Aplikasi yang tidak aman atau *malicious apps* dapat mengakses dan mencuri data pribadi pengguna.\

⁷⁹ Pasal 1 Butir 7 Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

⁸⁰ Novina Putri Bestari (CNBC Indonesia), “Cara Cek dan Melindungi Data Pribadi Bocor di Internet”, Diakses pada tanggal 2 Februari 2023 Pukul 20.25 WIB., <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230202074601-37-410248/cara-cek-dan-melindungi-data-pribadi-bocor-di-internet>.

4. **Penggunaan Fitur Pencarian:** *Platform* seperti *Google* dapat menyimpan informasi pribadi pengguna dalam hasil pencarian, yang dapat dilihat oleh siapa saja.

Pelaku dalam *platform marketplace* dapat mencuri data pribadi untuk berbagai alasan, termasuk:⁸¹

1. **Penjualan Data:** Beberapa pelaku mungkin mencuri data pribadi pengguna untuk menjualnya kepada pihak ketiga. Hal ini dapat dilakukan untuk berbagai tujuan, seperti pemasaran, penelitian, atau analisis pasar.
2. **Pencurian Identitas:** Pelaku juga dapat mencuri data pribadi untuk melakukan pencurian identitas. Mereka dapat menggunakan informasi tersebut untuk membuka akun bank, memesan barang, atau melakukan transaksi lainnya.
3. **Penipuan:** Pelaku dapat mencuri data pribadi untuk melakukan penipuan. Mereka dapat menggunakan informasi tersebut untuk menciptakan situasi yang mencurigakan atau mengingatkan pengguna untuk melakukan tindakan tertentu.
4. **Penggunaan Sendiri:** Beberapa pelaku mungkin mencuri data pribadi untuk penggunaan pribadi mereka sendiri. Mereka dapat menggunakan informasi tersebut untuk tujuan pribadi, seperti mendekati atau mencari hubungan romantik.

Untuk mencegah kebocoran dan pencurian data pribadi, penting untuk selalu menggunakan teknologi dan prosedur yang aman. Ini termasuk menggunakan kata sandi yang kuat, memperbarui *software* dan *hardware* secara teratur, dan hanya menggunakan aplikasi dan situs *web* yang dikenal dan aman. Pelaku dalam jual beli melalui *platform marketplace* harus mematuhi hukum dan regulasi yang berlaku, termasuk hukum

⁸¹ Smartlegal.id, "5 Hal Yang Harus Diperhatikan Oleh E-Commerce Terkait Data Pribadi Konsumen", Diakses pada tanggal 13 Februari 2021 Pukul 16.40 WIB., <https://www.smartlegal.id/galeri-hukum/perindungan-konsumen/2021/02/13/5-hal-yang-harus-diperhatikan-oleh-e-commerce-terkait-data-pribadi-konsumen/>.

perlindungan data pribadi. Ini termasuk mengumpulkan, menggunakan, dan melindungi data pribadi pengguna dengan cara yang etis dan transparan. Untuk itu, sesuai dengan Pasal 16 ayat (2) huruf (e) UU PDP mengatur bahwa untuk pemrosesan Data Pribadi dilakukan dengan melindungi keamanan Data Pribadi dari pengaksesan yang tidak sah, pengungkapan yang tidak sah, perubahan yang tidak sah, penyalahgunaan, perusakan, dan/atau penghilangan Data Pribadi.

Selanjutnya dalam Pasal 16 ayat (2) huruf (f) UU PDP diatur bahwa pemrosesan Data Pribadi dilakukan dengan memberitahukan tujuan dan aktivitas pemrosesan serta kegagalan Perlindungan Data Pribadi, sedangkan pada Pasal 16 ayat (2) huruf (h) UU PDP diatur bahwa pemrosesan Data Pribadi dilakukan secara bertanggung jawab dan dapat dibuktikan secara jelas diharapkan kebobolan terhadap data pribadi dapat lebih diminimalisir dalam rangka memberikan perlindungan hukum.

Marketplace umumnya menyediakan lapisan keamanan tambahan untuk setiap transaksi yang terjadi, seperti sistem pembayaran secara *escrow account* atau lebih umum dikenal sebagai rekening bersama. Penyedia *platform marketplace* juga bertanggung jawab untuk terus membentengi *platformnya* dari berbagai ancaman dan risiko, seperti serangan *bot* dan *malware*, meningkatkan keandalan autentifikasi dan perlindungan akun, serta memastikan *platform* yang aman dan nyaman, baik untuk pedagang maupun untuk

konsumen. Pengguna *platform* juga diharapkan aktif melaporkan kejanggalan yang diamatinya sebelum berkembang menjadi insiden serius.⁸²

Penyedia *platform* sebagai penyelenggara sistem elektronik memiliki tugas untuk menyediakan informasi mengenai penjual, barang, dan/atau jasa yang dijual secara *online* guna mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi perdagangan melalui sistem elektronik. Namun, di lain sisi penyedia *platform* juga rentan dalam penyalahgunaan data dan/atau informasi yang melanggar hukum dimana dilakukan oleh pemilik akun dan/atau pengunggah dengan tujuan mencari keuntungan. Untuk itu harus mengetahui tanggung jawab penyedia *platform* agar dapat menjamin terseenggaranya penyelenggaraan sistem elektronik yang aman, andal dan bertanggung jawab. Melalui huruf C angka 1 Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2016 tentang Batasan dan Tanggung Jawab Penyedia Platform dan Pedagang (*Merchant*) Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*Electronic Commerce*) yang berbentuk *User Generated Content*, diketahui bahwa kewajiban penyedia *platform* adalah sebagai berikut:⁸³

1. Menyajikan syarat dan ketentuan penggunaan *platform* yang sekurang-kurangnya memuat hal-hal sebagai berikut : kewajiban dan hak pedagang atau pengguna dalam menggunakan layanan *platform*; kewajiban dan hak penyedia *platform* dalam melaksanakan kegiatan usaha; ketentuan mengenai pertanggungjawaban terhadap konten yang diunggah.

⁸² Euis Rita Hartati, "Keamanan Dan Kenyamanan Transaksi E-Commerce Harus Jadi Perhatian Khusus", Diakses pada tanggal 6 Mei 2022 Pukul 09.31 WIB., <https://investor.id/business/keamanan-dan-kenyamanan-transaksi-ecommerce-harus-jadi-perhatian-khusus>.

⁸³ Suria Nataadmadja & Associates (Advocates & Legal Consultants), "Kewajiban dan Tanggung Jawab Penyedia Platform Terhadap Penyalahgunaan Konten", Diakses pada tanggal 17 Februari 2022 Pukul 11.15 WIB., <https://surialaw.com>.

2. Menyediakan sarana pelaporan yang dapat digunakan untuk menyampaikan aduan mengenai konten yang dilarang di *platform* yang dikelolanya, untuk mendapatkan informasi paling sedikit meliputi: tautan (*link*) yang spesifik mengarah ke konten yang dilarang; alasan laporan konten yang dilarang; bukti-bukti penunjang laporan, seperti *screenshot*, pernyataan, sertifikat merek, surat kuasa.
3. Melakukan tindakan terhadap aduan atau pelaporan atas konten, antara lain:
 - a. melakukan pemeriksaan kebenaran laporan dan meminta pelapor untuk melengkapi persyaratan dan/atau menyertakan informasi tambahan lainnya terkait dengan aduan dan/atau pelaporan dalam hal diperlukan;
 - b. melakukan tindakan penghapusan dan/atau pemblokiran terhadap konten yang dilarang;
 - c. memberikan notifikasi ke pedagang bahwa konten yang diunggahnya adalah konten yang dilarang;
 - d. menyediakan sarana bagi pedagang (*merchant*) untuk melakukan sanggahan bahwa konten yang diunggahnya bukan konten yang dilarang;
 - e. menolak aduan dan/atau pelaporan apabila konten yang dilaporkan bukan merupakan konten yang dilarang.
4. Memperhatikan jangka waktu penghapusan dan/atau pemblokiran terhadap pelaporan konten yang dilarang:
 - a. Untuk konten yang dilarang yang mendesak adalah selambat-lambatnya 1 (satu) hari kalender sejak laporan diterima oleh penyedia *platform*. Konten yang dilarang mendesak termasuk, namun tidak terbatas pada: Produk barang atau jasa yang berbahaya bagi kesehatan; mengancam keamanan negara; perdagangan manusia dan/atau organ tubuh manusia; terorisme; dan/atau konten lain yang ditentukan oleh peraturan perundang-undangan.
 - b. Konten yang dilarang yang mendesak selain daripada yang telah disebutkan di nomor 4 (a) adalah selambat-lambatnya 7 (tujuh) hari kalender sejak laporan diterima penyedia *platform*;
 - c. Konten yang dilarang yakni konten yang berkaitan dengan barang dan/atau jasa yang memuat konten yang melanggar hak kekayaan intelektual adalah selambat-lambatnya 14 (empat belas) hari kalender sejak aduan dan/atau pelaporan diterima oleh penyedia *platform* dengan dilengkapi oleh bukti pendukung yang diperlukan.
5. Melakukan evaluasi dan/atau *monitoring* secara aktif terhadap kegiatan penyelenggaraan pedagang (*merchant*) dalam *platform*.
6. Mematuhi kewajiban lain yang ditetapkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Selain itu menghindari memberikan data pribadi, seperti nomor identitas atau nomor kartu kredit, kecuali jika diperlukan untuk transaksi. Selain itu memastikan bahwa *website* atau aplikasi yang digunakan untuk bertransaksi memiliki sertifikat SSL yang valid dan terbaru. Sertifikat ini memastikan bahwa *website* atau aplikasi tersebut aman dan data yang diinputkan oleh konsumen akan dienkripsi. Dimana konsumen berhak atas keamanan data pribadi dan Informasi transaksi yang dihasilkan dari transaksi pada *platform marketplace*. Jangan mudah tergiur dengan diskon besar atau hadiah / *reward* yang ditawarkan oleh pihak yang tidak dikenal. Jangan memberikan kode OTP kepada pihak ketiga. OTP merupakan kode yang hanya diketahui oleh konsumen dan digunakan sebagai verifikasi saat melakukan transaksi. Konsumen juga harus memastikan bahwa OTP tersebut hanya digunakan untuk transaksi yang dilakukan sendiri. Jangan mudah terpancing dengan iming-iming hadiah atau hadiah undian yang menawarkan hadiah berupa uang tunai atau barang mahal. Biasanya, hadiah tersebut hanya berupa tipuan untuk mengambil data pribadi konsumen.⁸⁴ Selain itu, untuk mengurangi risiko tersebut, dapat dilakukan beberapa upaya mitigasi risiko seperti menggunakan sistem keamanan yang baik, melakukan *back up* data secara teratur, memastikan adanya sistem pemulihan yang baik jika terjadi kerusakan, dan melakukan pelayanan yang baik kepada konsumen. Hal ini bertujuan untuk meminimalkan risiko penipuan dan penyalahgunaan data dan membantu konsumen untuk membuat keputusan yang tepat dalam membeli produk atau layanan didalamnya.

⁸⁴ Liputan6.com, "Waspada Penipuan Terkait E-Commerce, Jaga Kerahasiaan Data !", Diakses pada tanggal 25 Maret 2022 Pukul 09.15 WIB., <https://www.liputan6.com>.

Dalam semua kasus di atas, *marketplace* harus melakukan mitigasi dengan memastikan bahwa mereka mematuhi standar keamanan dan privasi yang berlaku serta memberikan kebijakan perlindungan yang jelas kepada para pelaku usaha dan konsumen. *Marketplace* juga dapat bekerja sama dengan pihak berwenang untuk menyelesaikan masalah yang lebih serius yang terjadi pada *platform marketplace* mereka. Dalam konteks *marketplace*, baik itu transaksi jual beli konvensional maupun *online*, UUPK tetap berlaku untuk melindungi hak-hak *konsumen*. Konsumen memiliki hak yang sama untuk mendapatkan perlindungan dan keadilan dalam transaksi *online* seperti dalam transaksi konvensional. Pihak *marketplace* sendiri juga memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa pedagang yang beroperasi di *platform* mereka mematuhi aturan perlindungan konsumen.

Dalam praktiknya, agar UUPK dapat diterapkan dengan baik dalam konteks *marketplace* dalam rangka memitigasi risiko, beberapa langkah yang dapat diambil antara lain, yaitu:

1. Pemerintah dan pihak *marketplace* perlu melakukan pengawasan yang lebih ketat terhadap praktik-praktik bisnis yang merugikan konsumen di *platform* tersebut.
2. Pihak *marketplace* perlu memberikan informasi yang jelas kepada konsumen mengenai hak-hak mereka, prosedur penyelesaian sengketa, dan kebijakan perlindungan konsumen yang diterapkan di *platform*. Konsumen harus mampu melaporkan pelanggaran atau masalah yang mereka hadapi kepada pihak *marketplace* dan otoritas yang berwenang.

3. Edukasi kepada konsumen mengenai hak-hak mereka sebagai konsumen dan bagaimana melindungi diri mereka sendiri dalam transaksi *online* juga perlu ditingkatkan.

Di samping UUPK, ada juga regulasi lain yang mengatur transaksi *online* di Indonesia, seperti UU ITE yang mengatur aspek-aspek hukum elektronik, termasuk transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

Upaya mitigasi perlindungan hukum konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, adalah dengan:

1. **Mengatur hak-hak konsumen secara jelas dan tegas dalam UUPK** diantaranya hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur dari pelaku usaha, serta mengajukan komplain jika terjadi kerusakan atau cacat produk serta hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian sebagaimana yang diatur dalam Pasal 4 UUPK. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
2. **Penggunaan Teknologi Keamanan:** *Marketplace* harus menggunakan teknologi keamanan yang terjamin, seperti *SSL (Secure Sockets Layer)* dan *HTTPS*, untuk melindungi data pelanggan dan transaksi.
3. **Verifikasi Identitas Penjual:** *Marketplace* harus melakukan verifikasi identitas penjual sebelum memperbolehkan mereka untuk berjualan di *platform*.

4. **Penggunaan Metode Pembayaran yang Aman:** *Marketplace* harus menggunakan metode pembayaran yang aman dan terjamin keamanannya, seperti menggunakan kartu kredit yang dilindungi oleh teknologi *3D Secure*.
5. **Pengawasan Transaksi:** *Marketplace* harus memantau transaksi secara ketat dan segera menghubungi pelaku usaha jika terjadi kesalahan atau kecurangan.
6. **Penggunaan Asuransi:** *Marketplace* dapat menggunakan asuransi untuk melindungi investasi mereka dalam bisnis *e-commerce*.

Dengan menerapkan strategi mitigasi risiko yang tepat, konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace* dapat mengurangi potensi kerugian dan meningkatkan keamanan transaksi *online*, sehingga memastikan kesuksesan bisnis pada *platform marketplace*.

Selain itu, UU ITE juga terkait dengan perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce*, seperti masalah klausula baku dan perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha. Dimana para pihak yang melakukan Transaksi Elektronik wajib beriktikad baik dalam melakukan interaksi dan/atau pertukaran Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik sebagaimana yang diatur dalam Pasal 17 ayat (1) UU ITE.

Selanjutnya sesuai dengan UU ITE diatur bahwa “Transaksi Elektronik yang dituangkan ke dalam Kontrak Elektronik mengikat para pihak”.⁸⁵

⁸⁵ Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara RI Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 4843 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Lembaran Negara RI Tahun 2024 Nomor 1, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6905. Sekretariat Negara. Jakarta.

Dimana para pihak yang melakukan Transaksi Elektronik harus menggunakan sistem Elektronik yang disepakati. Jadi keabsahan dari klausula baku dalam transaksi *e-commerce* adalah sah selama tidak melanggar pasal 1337 KUHPdata yang menentukan bahwa “suatu sebab adalah terlarang, apabila dilarang oleh undang-undang, atau apabila berlawanan dengan kesusilaan baik atau ketertiban umum” dan UUPK yang mengatur mengenai Klausula Baku. Konsumen dapat melaporkan terkait klausula baku yang mungkin dapat merugikan konsumen ke BPSK meskipun masih dalam pra transaksi. Walaupun sudah dalam tahap setuju, maka perjanjiannya masih sah namun untuk klausula bakunya dapat dimohonkan ke BPSK dan nantinya akan ditindaklanjuti.

Perkembangan teknologi *blockchain* akan mengharuskan konsumen untuk memahami *smart contract* karena pada masa yang akan datang penyelesaian sengketa dapat dilakukan secara *online*. Pada transaksi elektronik yang kerap jadi kendala, yaitu terkait pembuktian bahwa “penyelenggara Sistem Elektronik telah menyelenggarakan Sistem Elektronik secara andal dan aman serta bertanggung jawab terhadap beroperasinya Sistem Elektronik” sebagaimana mestinya sebagaimana yang diatur dalam UU ITE.⁸⁶

Selain itu terdapat juga peraturan-peraturan turunannya, yaitu Peraturan

⁸⁶ *Ibid.*, Pasal 15 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PSTE), Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) dan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik. Dalam transaksi elektronik, penyelenggara juga wajib memberikan rekam jejak elektronik. Rekam jejak dilakukan untuk melakukan penegakan hukum, penyelesaian sengketa, verifikasi, pengujian, dan pemeriksaan lainnya. Apabila penyelenggara elektronik tidak memberikan rekam jejak elektronik, maka dapat dikenakan sanksi berupa pidana penjara maksimal 5 (lima) tahun sebagaimana yang diatur dalam Pasal 100 Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

Pada Pasal 39 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 yang mengatur mengenai sanksi Sanksi Administratif sebagaimana yang diatur dalam Pasal 100 Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019. Pada Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 yang mengatur bahwa yang dimaksudkan dengan pengertian Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE) adalah “pelaku usaha penyedia sarana komunikasi elektronik yang digunakan untuk transaksi perdagangan”, yaitu *marketplace*.⁸⁷ Pengaturan mengenai hal ini juga

⁸⁷ Pasal 1 Butir 7 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Berita Negara RI Tahun 2020 Nomor 498. Sekretariat Negara. Jakarta.

diatur dalam Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2016 tentang Batasan dan Tanggung Jawab Penyedia *Platform* dan Pedagang (*Merchant*) Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*Electronic Commerce*). Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Penyelenggaraan keamanan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dalam rangka memberikan perlindungan dan jaminan kepastian hukum pada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*, sehingga tidak terdapat pihak yang dirugikan dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* tersebut.

Perlindungan hukum dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* kepada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berdasarkan pada Asas kepastian hukum mempunyai 2 (dua) segi.

Pertama, mengenai soal dapat dibentuknya (*bepaalbaarheid*) hukum dalam hal-hal yang konkret. Artinya pihak-pihak yang mencari keadilan ingin mengetahui hukum dalam hal yang khusus sebelum memulai perkara.

Kedua, kepastian hukum berarti keamanan hukum. Artinya perlindungan bagi para pihak terhadap kesewenangan hakim.⁸⁸ Dalam menjalankan dan memberikan perlindungan hukum dibutuhkannya suatu tempat atau wadah dalam pelaksanaannya yang sering disebut dengan sarana perlindungan hukum.

⁸⁸ L.J. Van Aveloorn, *loc. cit.*.

Sarana perlindungan hukum meliputi baik preventif maupun refresif.⁸⁹

Menurut Utrecht kepastian hukum mengandung 2 (dua) pengertian; pertama adanya aturan yang bersifat umum membuat individu mengetahui perbuatan apa yang boleh atau tidak boleh dilakukan dan kedua berupa keamanan hukum bagi individu dari kesewenangan pemerintah karena dengan adanya aturan yang bersifat umum itu individu dapat mengetahui apa saja yang boleh dibebankan atau dilakukan oleh negara terhadap individu. Sifat umum dari aturan-aturan hukum membuktikan bahwa hukum tidak bertujuan untuk mewujudkan keadilan atau kemanfaatan, melainkan semata-mata untuk kepastian hukum.

Sudikno Mertokusumo mendefinisikan kepastian hukum merupakan sebuah jaminan bahwa hukum tersebut harus dijalankan dengan cara yang baik. Kepastian hukum menghendaki adanya upaya pengaturan hukum dalam perundang-undangan yang dibuat oleh pihak yang berwenang dan berwibawa, sehingga aturan-aturan itu memiliki aspek yuridis yang dapat menjamin adanya kepastian bahwa hukum berfungsi sebagai suatu peraturan yang harus ditaati.⁹⁰ Dilihat dari Teori Kepastian Hukum, maka kita dapat melihat definisi kepastian hukum menurut Jan Michiel Otto mendefinisikan sebagai kemungkinan bahwa dalam situasi tertentu:

- 1) Tersedia aturan-aturan yang jelas (jernih), konsisten dan mudah diperoleh, diterbitkan oleh dan diakui karena (kekuasaan) negara.

⁸⁹ Hukum Online, *loc. cit.*

⁹⁰ Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum* (Yogyakarta: Liberty, 1999): 145.

- 1) Instansi-instansi penguasa (pemerintah) menerapkan aturan-aturan hukum tersebut secara konsisten dan juga tunduk dan taat kepadanya.
- 2) Warga secara prinsipil menyesuaikan perilaku mereka terhadap aturan-aturan tersebut.
- 3) Hakim-hakim (peradilan) yang mandiri dan tidak berpikuk menerapkan aturan-aturan hukum tersebut secara konsisten sewaktu mereka menyelesaikan sengketa hukum.
- 4) Keputusan peradilan secara konkrit dilaksanakan.⁹¹

Beberapa contoh dari bagaimana asas kepastian hukum dapat diterapkan dalam perlindungan konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* adalah sebagai berikut:

- 1. Penggunaan kontrak yang jelas:** Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, kontrak harus jelas dan mudah dipahami oleh semua pihak yang terlibat dalam transaksi tersebut. Kontrak harus mencakup detail mengenai barang atau jasa yang dibeli, harga, waktu pengiriman, dan ketentuan-ketentuan lain yang berlaku. Kontrak harus mengikat dan tidak dapat diubah secara sepihak oleh salah satu pihak.
- 2. Perlindungan atas data pribadi:** Konsumen harus dilindungi dari penyalahgunaan data pribadi mereka oleh pedagang pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Konsumen harus diberikan informasi yang jelas mengenai bagaimana data pribadi mereka akan digunakan oleh pedagang pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dan harus diberikan pilihan untuk menolak penggunaan data pribadi mereka jika mereka tidak setuju.

⁹¹ Soeroso, *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta, PT. Sinar Grafika, 2011): 45.

3. **Perlindungan atas produk yang cacat atau tidak sesuai:** Konsumen harus dilindungi dari produk yang cacat atau tidak sesuai dengan deskripsi yang diberikan oleh pedagang pada *platform marketplace*. Konsumen harus diberikan jaminan bahwa produk yang dibeli akan bekerja dengan baik selama periode waktu tertentu dan bahwa mereka dapat mengembalikan produk yang cacat atau tidak sesuai dengan deskripsi untuk mendapatkan pengembalian dana atau penggantian.
4. **Penyelesaian sengketa yang jelas:** Konsumen harus diberikan mekanisme yang jelas untuk menyelesaikan sengketa dengan pedagang pada *platform marketplace*. Konsumen harus diberikan informasi mengenai cara mengajukan keluhan atau sengketa dan harus diberikan jaminan bahwa keluhan atau sengketa akan ditangani dengan cepat dan adil.

Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik mengatur perlindungan data pribadi dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Untuk menghindari konsumen dirugikan dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, seperti penipuan atau produk palsu, maka perlu dilakukan upaya mitigasi risiko.

Dalam kasus tersebut konsumen dalam hal ini yang disebut sebagai pembeli harus lebih memahami mengenai syarat sahnya perjanjian dan memahami tentang klausula baku yang diberlakukan oleh penjual demi menghindari kerugian yang

disebabkan oleh tindak kelalaian dan ketidak hati-hatian Tergugat yang dilakukan oleh pelaku usaha sebagai penjual dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Dalam permasalahan tersebut kedudukan pelaku usaha dan konsumen cenderung tidak seimbang, sehingga konsumen selalu berada dalam posisi yang lemah. Kondisi demikian pada satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis kualitas barang dan / atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen. Di sisi lain, kondisi tersebut dapat mengakibatkan konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui promosi, cara penjualan dan penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen.⁹²

Dari serangkaian upaya mitigasi baik yang dilakukan oleh konsumen, pelaku usaha maupun *marketplace*, menurut analisa penulis mitigasi yang dilakukan lebih kepada upaya pencegahan yang bersifat sikap waspada yang melekat pada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* itu sendiri, seperti cermat dan bersikap hati-hati dalam memilih *marketplace* dan toko *online* untuk diajak bertransaksi, cermat dalam memilih produk, teliti sebelum membeli tidak mudah tergiur dengan diskon besar atau hadiah/*reward* yang ditawarkan, sebelum bertransaksi untuk membaca dan memahami secara seksama terhadap kontrak baku / kontrak *online* dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dan lain-lain. Mitigasi risiko yang perlu

⁹² Arrista Trimaya, *loc. cit.*

dilakukan menurut peneliti, juga perlu dilakukan terkait dengan aturan dan penerapan aturan serta penegakan hukum pada proses peradilan.

Dalam melakukan transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, mitigasi risiko sangat penting untuk memastikan keamanan dan kepercayaan dalam transaksi *online*. Dengan melakukan beberapa langkah pencegahan dan memperhatikan faktor risiko yang mungkin terjadi, kita dapat mengurangi kemungkinan terjadinya risiko dan kerugian dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

C. Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace*

1. Penerapan Hukum Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace*

Dalam konteks jual beli melalui *platform marketplace*, berarti bahwa hukum yang dibuat oleh otoritas hukum harus diakui dan diimplementasikan oleh semua pihak yang terlibat dalam transaksi. Ini termasuk pelaku usaha, konsumen, dan *platform marketplace*. Sebagai contoh, jika ada perubahan hukum yang mempengaruhi transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, perusahaan *platform marketplace* harus memperbarui kebijakan dan prosedur mereka sesuai dengan hukum baru tersebut. Misalnya dalam laporan pengaduan kasus transaksi jual beli melalui *platform marketplace* melalui aparat penegak hukum kiranya diterapkan UUPK bukan dikategorikan sebagai Tindak Pidana Penipuan dengan menerapkan 378 KUHPidana (Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2023 mengatur mengenai Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP)).

Asas kepastian hukum juga berlaku dalam penyelesaian *dispute* atau sengketa dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Jika terjadi sengketa antara pelaku usaha dan konsumen, perusahaan *platform marketplace* harus memastikan bahwa ada mekanisme yang jelas dan efektif untuk menyelesaikan sengketa tersebut. Ini termasuk memastikan bahwa semua pihak memahami dan setuju dengan prosedur resolusi *dispute*, dan bahwa hasil resolusi *dispute* diimplementasikan dengan cepat dan tepat.

Untuk mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* dalam penyelesaian sengketa pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* untuk memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

- a) **Ketentuan Perlindungan hukum yang Jelas:** Hukum harus merumuskan ketentuan perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* yang jelas dan tegas, termasuk hak-hak dasar konsumen, pelaku usaha dan jelas dan tegas, termasuk hak-hak dasar konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*, kebijakan pengembalian yang adil dan standar kualitas produk atau layanan. Kepastian hukum akan memberikan kepastian kepada konsumen dan penjual.
- b) **Kerja Sama dan Konsultasi:** Mendorong kerja sama aktif antara pemerintah, industri, dan kelompok konsumen dalam proses perumusan kebijakan. Ini akan memungkinkan semua pihak untuk berpartisipasi dalam pembentukan aturan yang seimbang dan efektif.

- a) **Penegakan Hukum yang Efektif, Cepat dan Efisien:** Hukum harus mendukung penegakan hukum yang efektif terhadap pelanggaran perlindungan konsumen di *marketplace*. Ini mencakup sanksi yang memadai untuk penjual yang melanggar aturan serta pemantauan dan pelaporan pelanggaran yang lebih baik. Apabila, dalam penegakan hukum cenderung pada nilai kepastian hukum atau dari sudut peraturannya, maka sebagai nilai ia telah menggeser nilai keadilan dan kegunaan. Hal ini dikarenakan, di dalam kepastian hukum yang terpenting adalah peraturan itu sendiri sesuai dengan apa yang dirumuskan. Begitu juga ketika nilai kegunaan lebih diutamakan, maka nilai kegunaan akan menggeser nilai kepastian hukum maupun nilai keadilan karena yang penting bagi nilai kegunaan adalah kenyataan apakah hukum tersebut berguna bagi masyarakat.

Demikian juga, ketika yang diperhatikan hanya nilai keadilan, maka akan menggeser nilai kepastian hukum dan kegunaan, sehingga, dalam penegakan hukum harus ada keseimbangan antara ketiga nilai tersebut.⁹³ Dalam *case* ini aturan hukum, yaitu UUPK tidak dapat diberlakukan karena pengaturan aturannya tidak efektif dan adanya inkonsistensi di dalam pengaturan pasal dengan pelaksanaannya di lapangan, sehingga penerapan peraturan tersebut tidak dapat mewujudkan keadilan, kepastian hukum dan asas manfaat. Dengan demikian penerapan hukum yang berkeadilan, berkepastian hukum dan terciptanya serta terwujudnya kemanfaatan merupakan tujuan yang harus dicapai.

⁹³ LBH Perjuangan, “Penegakan Hukum yang Menjamin Keadilan, Kepastian Hukum dan Kemanfaatan (Studi Kasus: Kasus Mbah Minah)”, Diakses pada tanggal 7 Juni 2010 Pukul 13.30 WIB., <http://lbhperjuangan.blogspot.com/>.

Selain itu terkait perlindungan hukum terhadap konsumen, maka perlu dibahas mengenai Teori Perlindungan Hukum dilihat dari *Applied Theory*nya membawa kemanfaatan bagi kehidupan masyarakat untuk mewujudkan masyarakat adil dan makmur. Pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, maka dalam semua kasus terkait *platform marketplace*, *marketplace* harus memastikan bahwa mereka mematuhi standar keamanan dan privasi yang berlaku serta memberikan kebijakan perlindungan yang jelas kepada para pelaku usaha dan konsumen. *Marketplace* juga dapat bekerja sama dengan pihak berwenang untuk menyelesaikan masalah yang lebih serius yang terjadi pada *platform marketplace* mereka. Terutama bentuk perlindungan hukum pada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* terdiri dari beberapa aspek yang terkait dengan transaksi elektronik dan penggunaan teknologi informasi, untuk melindungi hak dan kewajiban dari masing-masing pihak.

2. Kontrak Digital/Online Transaksi Jual Beli melalui Platform Marketplace

2.1 Kontrak secara umum

Istilah Kontrak pada umumnya dipakai sebagai istilah perjanjian tertulis. Berdasarkan KUH Perdata,⁹⁴ definisi dari kontrak adalah “Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang

⁹⁴ Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.”⁹⁵ Kontrak ini mencakup ketentuan-ketentuan yang harus dipenuhi oleh pihak-pihak yang terlibat, termasuk jumlah, kualitas, waktu, dan cara pembayaran. Kontrak dapat berbentuk tertulis atau tidak tertulis, dan dapat berlaku dalam berbagai bidang, seperti hukum, bisnis, perjanjian kerja, dan lainnya. Kontrak adalah menjadi dasar dari kebanyakan transaksi bisnis termasuk transaksi bisnis yang menggunakan *platform marketplace*.⁹⁶

Dalam Hukum Kontrak terdapat Asas-asas umum hukum perjanjian, yang terdiri dari :

- a) **Asas kebebasan berkontrak** : Asas kebebasan berkontrak dapat dianalisis dari ketentuan KUH Perdata, yang berisi ketentuan bahwa:⁹⁷ “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-undang bagi mereka yang membuatnya.” Asas kebebasan berkontrak adalah suatu asas yang memberikan kebebasan kepada para pihak untuk :
- 1) Membuat atau tidak membuat perjanjian;
 - 2) Mengadakan perjanjian dengan siapa pun;
 - 3) Menentukan isi perjanjian, pelaksanaan, dan persyaratannya;
 - 4) Menentukan bentuknya perjanjian, yaitu tertulis atau lisan.

⁹⁵ HS. Salim, *Pengantar Hukum Perdata Tertulis* (Jakarta: Sinar Grafika, 2003), hlm. 157-166.

⁹⁶ Yahya Ahmad Zein, *Kontrak Elektronik Penyelesaian Sengketa E-Commerce* (Bandung: CV. Mandar Maju, 2009), hlm. 32.

⁹⁷ Pasal 1338 ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

- b) **Asas konsensualisme:** Asas konsensualisme dapat disimpulkan dalam KUH Perdata yang berisi ketentuan bahwa: ⁹⁸ “Salah satu syarat sahnya perjanjian adalah kesepakatan kedua belah pihak.” Ini mengandung makna, bahwa perjanjian pada umumnya tidak diadakan secara formal, tetapi cukup dengan adanya kesepakatan kedua belah pihak.
- c) **Asas *pacta sunt servanda*:** Asas *pacta sunt servanda* berhubungan dengan akibat perjanjian.. Asas ini sebagai asas kekuatan mengikat. Hal ini dapat disimpulkan dalam KUH Perdata, yang berisi ketentuan bahwa : ⁹⁹ “Perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang.”
- d) **Asas itikad baik:** Berdasarkan KUH Perdata, yang dimaksud dengan asas itikad baik adalah: ¹⁰⁰ “Suatu perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik.” Para pihak baik kreditur maupun debitur harus melaksanakan substansi kontrak atau perjanjian berdasarkan kepercayaan atau keyakinan teguh atau kemauan baik dari para pihak. ¹⁰¹

Dengan mendayagunakan asas keseimbangan sebagai asas pokok perjanjian yang keempat yang mandiri dari hukum kontrak Indonesia, disamping asas-asas perjanjian lainnya, yaitu asas-asas konsensualisme, kebebasan berkontak dan kekuatan mengikat, kita memberikan "kehidupan baru" pada hukum kontrak kita. Asas keseimbangan juga ternyata menjiwai dan melandasi *Unidroit Principles* ma

⁹⁸ Pasal 1320 ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

⁹⁹ Pasal 1338 ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

¹⁰⁰ Pasal 1338 ayat (3) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

¹⁰¹ HS. Salim, *loc. cit.*

European contract Law yang berarti pengakuan secara internasional dan univesal asas keseimbangan.¹⁰²

Syarat-syarat sahnya perjanjian diatur di dalam KUH Perdata, yaitu sebagai berikut:¹⁰³

- 1) **Adanya kesepakatan para pihak.** Kesepakatan adalah persesuaian pernyataan kehendak antara satu orang atau lebih dengan pihak lainnya.
- 2) **Kecakapan bertindak,** yaitu adalah kecakapan atau kemampuan untuk melakukan perbuatan hukum. Perbuatan hukum adalah perbuatan yang akan menimbulkan akibat hukum. Orang-orang yang akan mengadakan perjanjian haruslah orang-orang yang cakap dan berwenang untuk melakukan perbuatan hukum sebagaimana yang ditentukan oleh undang-undang. Orang yang cakap atau berwenang untuk melakukan perbuatan hukum adalah orang yang telah dewasa. Ukuran kedewasaan adalah telah berumur 21 tahun dan atau sudah menikah. Orang yang tidak berwenang untuk melakukan perbuatan hukum, yaitu:
 - a) Anak di bawah umur (*minderjarigheid*);
 - b) Orang yang ditaruh di bawah pengampuan;
 - c) Istri (Pasal 1330 KUH Perdata), tetapi dalam perkembangannya istri dapat melakukan perbuatan hukum sebagaimana yang diatur dalam Pasal 31 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974 tentang Perkawinan jo. SEMA Nomor 3 Tahun 1963.
- 3) **Adanya objek perjanjian** (*onderwerp der overeenkomst*). Berbagai literatur menyebutkan bahwa yang menjadi objek perjanjian adalah prestasi (pokok perjanjian). Prestasi adalah apa yang menjadi kewajiban debitur dan apa yang menjadi hak kreditur.¹⁰⁴ Prestasi ini terdiri dari perbuatan positif dan negatif. Prestasi berdasarkan KUH Perdata terdiri atas:¹⁰⁵
 - a) Memberikan sesuatu;
 - b) Berbuat sesuatu; dan
 - c) Tidak berbuat sesuatu.

¹⁰² Herlien Budiono, *op. cit.*, hlm 513-538.

¹⁰³ Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

¹⁰⁴ M. Yahya Harahap, *Segi-Segi Hukum Perjanjian* (Bandung: Alumni, 1986): 36.

¹⁰⁵ Pasal 1234 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

- 4) **Adanya kausa yang halal** (*geoorloofde oorzaak*). Pasal 1320 KUH Perdata tidak menjelaskan pengertian *orzaak* (kausa yang halal). Di dalam 1337 KUHPerdata hanya disebutkan kasus yang terlarang. Suatu sebab adalah terlarang apabila bertentangan dengan Undang-Undang, kesusilaan dan ketertiban umum.

Adapun unsur- unsur perjanjian terdiri dari:¹⁰⁶

- 1) *Essensialia*, unsur yang harus ada dalam perjanjian, yaitu sebab yang halal. Unsur ini merupakan hal yang pokok dalam suatu perjanjian, sehingga tanpa hal pokok tersebut perjanjian menjadi tidak sah dan tidak mengikat para pihak yang membuatnya. Sebagai contoh, unsur esensialia pada perjanjian jual beli adalah adanya barang dan harga.
- 2) *Naturalia*, unsur yang telah ada di dalam Undang-undang dengan hukum yang bersifat mengatur atau menambah (*regelend/aanvullend recht*), yaitu dipakai sebagai hukum pelengkap, tetapi bisa dikesampingkan oleh para pihak. Unsur ini sifatnya alami dan melekat secara diam-diam pada perjanjian. Contoh unsur *Naturalia* adalah klausula mengenai pajak. Jika para pihak tidak menentukan lain, maka mereka diartikan tunduk pada peraturan perpajakan yang sudah ada.
- 3) *Accidentalialia*, unsur yang tidak diatur di dalam Undang-undang, tetapi dapat ditambahkan oleh para pihak). Unsur *Accidentalialia* ini unsur yang merupakan sifat pada perjanjian yang secara tegas diperjanjikan oleh para pihak.

2.2 Kontrak Digital/Online Global/Lintas Batas Negara/Internasional Transaksi Platform Marketplace yang Berkepastian Hukum

Kontrak *online* dalam transaksi *e-commerce* memainkan peranan penting dalam melindungi hak konsumen. Dalam Kongresnya di Amerika Serikat Presiden John F. Kennedy pada tahun 1962 telah menjabarkan 4 (empat) hak konsumen sebagai berikut:¹⁰⁷

¹⁰⁶ R. Subekti, *loc. cit.*

1. Hak atas keselamatan/keamanan (*The right to safety*);
2. Hak untuk memilih (*The right to choose*);
3. Hak untuk mendapatkan informasi (*The right to be informed*);
4. Hak untuk didengar pendapatnya (*The right to be heard*).

Selain itu terdapat juga rumusan tentang hak-hak konsumen yang harus dilindungi oleh produsen / pelaku usaha dari Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) dalam Resolusi PBB Nomor 39/248 Tahun 1985. Dimana rumusan hak-hak konsumen ini didasarkan pada hasil-hasil penelitian yang cukup lama terhadap 25 negara anggota PBB. Adapun hak-hak konsumen menurut resolusi tersebut adalah: ¹⁰⁸

- a. Perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya;
- b. Promosi dan perlindungan dari kepentingan sosial ekonomi konsumen;
- c. Tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen;
- d. Pendidikan konsumen;
- e. Tersedianya upaya ganti rugi yang efektif;
- f. Kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen atau organisasi lainnya yang relevan dan memberikan kesempatan kepada organisasi tersebut untuk menyuarakan pendapatnya dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut kepentingan mereka.

Rumusan tentang hak-hak konsumen di Indonesia juga sudah banyak diperbincangkan dan diajukan kepada pemerintah. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) sudah sering menyuarakan hak-hak konsumen yang harus dilindungi, baik oleh produsen maupun pemerintah.

¹⁰⁷ Ade Maman Suherman, *Aspek-Aspek Hukum Dalam Ekonomi Global* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001): 71.

¹⁰⁸ Gunawan Wijaya dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Gramedia Utama, 2003): 28.

Menurut Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) sudah sering menyuarakan hak-hak konsumen yang harus dilindungi, baik oleh produsen maupun pemerintah.

Menurut YLKI, hak-hak konsumen yang harus dipenuhi adalah: ¹⁰⁹

- a) Hak atas keamanan (*right to safety*);
- b) Hak atas informasi (*right to be informed*);
- c) Hak untuk memilih (*right to choose*);
- d) Hak untuk didengar (*right to be heard*);
- e) Hak atas lingkungan hidup (*right to the environment will enhance the quality of life*)

Uraian hak-hak konsumen sebagaimana diuraikan tersebut di atas menunjukkan bahwa usulan-usulan yang dikemukakan oleh berbagai pihak di atas ada beberapa kesamaan hak yang dikemukakan, yaitu hak keamanan, hak atas informasi, hak memilih, hak didengar dan hak untuk mendapatkan ganti rugi. Hak-hak lain yang diajukan untuk diatur dalam undang-undang tentang perlindungan konsumen adalah hak atas lingkungan hidup dan hak atas harga yang wajar atau harga yang secara ekonomis sesuai dengan kualitas barang yang ditawarkan. Hak-hak konsumen menurut UUPK, yaitu : ¹¹⁰

- a. “Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan atau jasa serta mendapatkan barang dan atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;

¹⁰⁹ Shidarta, *op. cit.*, hlm. 16.

¹¹⁰ Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

- d. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian, apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya”.

Hal lain yang juga harus menjadi perhatian adalah hak atas lingkungan hidup.

Hal ini memang tidak langsung berkaitan dengan kepentingan konsumen, tetapi berkaitan dengan kepentingan semua orang termasuk produsen atau pengusaha dan pemerintah.

Konsumen mempunyai peran strategis dalam upaya menumbuhkan kesadaran produsen dan pengusaha agar aktivitas dalam memproduksi dan memperdagangkan produk-produknya senantiasa memperhatikan dampak terhadap lingkungan hidup. Tuntutan konsumen di negara-negara maju semakin kompleks. Mereka tidak hanya sekedar menuntut agar barang yang dikonsumsi itu memenuhi standar kualitas yang ditentukan, melainkan menuntut agar produk tersebut ramah terhadap lingkungan hidup. Persyaratan yang demikian itu akan semakin ketat dan selektif apabila produk tersebut berasal dari negara yang mempunyai hutan tropis seperti Indonesia.¹¹¹

¹¹¹ Shidarta, *op. cit.*, hlm. 120.

Asas kepastian hukum juga berlaku dalam penggunaan kontrak dan S&K dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Kontrak dan S&K harus jelas dan transparan dan semua pihak yang terlibat dalam transaksi harus memahaminya. Jika ada ketidaksesuaian atau keraguan tentang kontrak atau S&K, maka harus ada mekanisme yang jelas untuk menyelesaikannya dan hasilnya harus diimplementasikan dengan cepat dan tepat. Apabila terdapat permasalahan hukum yang timbul dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Diakui, kegagalan untuk mematuhi ketentuan perjanjian sering disebut sebagai pelanggaran kontrak.¹¹² Contoh kontrak dan S&K dalam *platform marketplace*, seperti *Terms & Conditions* yang dibuat oleh *marketplace* Tokopedia, dimana diantara klausula baku tersebut terdapat klausula sepihak yang dinilai lebih menguntungkan dari sisi Tokopedia sebagai *marketplace*, yaitu:

- Pada Bagian B yang mengatur mengenai Akun, Saldo Refund, Saldo Penghasilan, Password dan Keamanan:

7. Tokopedia tanpa pemberitahuan terlebih dahulu kepada Pengguna, memiliki kewenangan untuk melakukan tindakan yang perlu atas setiap dugaan pelanggaran atau pelanggaran Syarat & ketentuan dan/atau hukum yang berlaku, yakni tindakan berupa memindahkan barang ke gudang, penghapusan Barang, moderasi toko, penutupan toko, pembatalan listing, suspensi akun, dan/atau penghapusan akun pengguna.
8. Tokopedia memiliki kewenangan untuk menutup toko atau akun Pengguna baik sementara maupun permanen apabila didapati adanya tindakan kecurangan dalam bertransaksi, pelanggaran terhadap Syarat dan Ketentuan Tokopedia, termasuk namun tidak terbatas pada Kebijakan Penalti Pengguna. Pengguna menyetujui bahwa Tokopedia berhak melakukan tindakan lain yang diperlukan terkait hal tersebut, termasuk namun tidak terbatas pada menolak pengajuan pembukaan toko yang baru apabila ditemukan kesamaan data.

¹¹² Salamiah dan Ningrum Ambarsari, "Urgensi Kontrak Perdagangan E-Commerce dalam Hukum Perjanjian", *Jurnal Al-Adl Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari* 15, no. 2 (Juli 2023): 362.

17. Tokopedia memiliki kewenangan untuk melakukan pembekuan Saldo *Refund* dan Saldo Penghasilan Pengguna apabila ditemukan / diduga adanya tindak kecurangan dalam bertransaksi dan/atau pelanggaran terhadap syarat dan ketentuan Tokopedia.
24. Pengguna dengan ini menyatakan bahwa Tokopedia tidak bertanggung jawab atas kerugian ataupun kendala yang timbul atas penyalahgunaan akun Pengguna yang diakibatkan oleh kelalaian Pengguna, termasuk namun tidak terbatas pada menyetujui dan/atau memberikan akses masuk akun yang dikirimkan oleh Tokopedia melalui pesan notifikasi kepada pihak lain melalui perangkat Pengguna, meminjamkan akun kepada pihak lain, mengakses link atau tautan yang diberikan oleh pihak lain, memberikan atau memperlihatkan kode verifikasi (OTP), *password* atau *email* kepada pihak lain, maupun kelalaian Pengguna lainnya yang mengakibatkan kerugian ataupun kendala pada akun Pengguna.

- Pada .Bagian C yang mengatur mengenai Transaksi Pembelian:

6. Pembeli memahami sepenuhnya dan menyetujui bahwa segala transaksi yang dilakukan antara Pembeli dan Penjual selain melalui Rekening Resmi Tokopedia dan/atau tanpa sepengetahuan Tokopedia (melalui fasilitas/jaringan pribadi, pengiriman pesan, pengaturan transaksi khusus diluar situs Tokopedia atau upaya lainnya) adalah merupakan tanggung jawab pribadi dari Pembeli.
10. Pembeli wajib melakukan pembayaran dengan metode pembayaran yang dipilih dengan nominal yang sesuai dengan jumlah tagihan beserta kode unik (apabila ada) yang tertera pada halaman pembayaran. PT Tokopedia tidak bertanggung jawab atas kerugian yang dialami Pembeli, apabila Pembeli melakukan pembayaran yang tidak sesuai dengan jumlah tagihan yang tertera pada halaman pembayaran.
11. Pembayaran oleh Pembeli wajib dilakukan segera (selambat-lambatnya dalam batas waktu 1x24 jam) setelah Pembeli melakukan *check-out*. Jika dalam batas waktu tersebut pembayaran belum dilakukan oleh Pembeli, Tokopedia memiliki kewenangan untuk membatalkan transaksi tersebut. Pengguna tidak berhak mengajukan klaim atau tuntutan atas pembatalan transaksi tersebut.
18. Pembeli memahami dan menyetujui untuk melepaskan Tokopedia dari tanggung jawab apabila terjadi kendala atas transaksi yang menggunakan metode *split payment*, termasuk namun tidak terbatas pada kendala transaksi, kendala pembayaran, kendala pengiriman, maupun kerusakan dan/atau kehilangan barang baik sebagian maupun seluruhnya.

21. Pembeli memahami dan menyetujui bahwa Pembeli bertanggungjawab untuk menjaga informasi terkait transaksi dan pengiriman melalui Situs/Aplikasi Tokopedia. Seluruh tindakan termasuk namun tidak terbatas pada kesepakatan yang dilakukan atas transaksi pembelian, pengembalian maupun penukaran Barang diluar Situs/Aplikasi Tokopedia adalah bukan tanggung jawab Tokopedia, sehingga klaim serta kerugian yang timbul akibat tindakan tersebut menjadi tanggung jawab masing-masing pihak secara pribadi.
27. Pengguna memahami dan menyetujui jika ditemukan adanya indikasi kecurangan, pelanggaran Syarat dan Ketentuan Tokopedia atau ketentuan hukum yang berlaku, maka Tokopedia berwenang untuk melakukan tindakan-tindakan yang diperlukan termasuk namun tidak terbatas pada tindakan pembatasan pilihan metode pembayaran, melakukan pembatalan transaksi tanpa pemberitahuan sebelumnya.

- Pada Bagian D yang mengatur mengenai Transaksi Penjualan:

10. Penjual memahami dan menyetujui untuk melepaskan Tokopedia dari tanggung jawab apabila terjadi kendala atas transaksi yang menggunakan metode *split payment*, termasuk namun tidak terbatas pada kendala transaksi, kendala pembayaran, kendala pengiriman, maupun kerusakan dan/atau kehilangan produk baik sebagian maupun seluruhnya.

Dilihat dari klausula baku tersebut, terlihat adanya pengalihan tanggung jawab *marketplace* baik kepada pihak pembeli selaku konsumen maupun kepada pihak penjual selaku pelaku usaha. Padahal sesuai dengan UUPK diatur bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila salah satunya menyatakan pengalihan tanggung jawab.¹¹³

¹¹³ Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

Legalitas kontrak pada *platform marketplace* (*online contract/electronic contract*) dan kekuatan bukti kontrak dalam kasus sengketa merupakan 2 (dua) isu yang muncul selama implementasi transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Tunduk pada hal tersebut di atas, sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, khususnya tata cara HIR/Rbg untuk menyelesaikan sengketa perdata melalui pengadilan.

Dilihat dari Penjelasan Pasal 5 UU ITE, yaitu bahwa keberadaan informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik mengikat dan diakui sebagai alat bukti yang sah untuk memberikan kepastian hukum terhadap penyelenggaraan sistem elektronik dan transaksi elektronik, terutama dalam pembuktian dan hal yang berkaitan dengan perbuatan hukum yang dilakukan melalui sistem elektronik. Undang-undang ini memberikan pengakuan secara tegas bahwa meskipun hanya merupakan suatu kode, tanda tangan elektronik memiliki kedudukan yang sama dengan tanda tangan manual pada umumnya yang memiliki kekuatan hukum dan akibat hukum. Hal ini sesuai dengan Ketentuan dalam 1338 ayat (1) KUHPerdata bahwa “perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya”, untuk memberikan kepastian hukum terhadap penyelenggaraan sistem elektronik dan transaksi elektronik, terutama dalam pembuktian dan hal yang berkaitan dengan perbuatan hukum yang dilakukan melalui sistem elektronik. Undang-undang ini memberikan pengakuan secara tegas bahwa meskipun hanya merupakan suatu kode, tanda tangan elektronik memiliki kedudukan yang sama dengan tanda tangan manual

pada umumnya yang memiliki kekuatan hukum dan akibat hukum. Para pihak harus menaati perjanjian yang dibuat oleh mereka sama dengan menaati undang-undang.

Asas konsensualisme di dalam hukum perjanjian memantapkan adanya asas kebebasan berkontrak. Sebagaimana yang diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdara, maka syarat sahnya suatu perjanjian sangatlah penting (urgensi), bila syarat perjanjian tidak terpenuhi, maka perjanjian dianggap batal demi hukum baik yang bersifat konvensional maupun *online* seperti dalam perjanjian pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

Berdasarkan UU ITE diatur bahwa Kontrak Elektronik Internasional yang menggunakan klausula baku yang dibuat oleh Penyelenggara Sistem Elektronik diatur dengan Hukum Indonesia dalam hal: ¹¹⁴

- a. “Pengguna layanan Penyelenggara Sistem Elektronik sebagai salah satu pihak dalam Transaksi Elektronik berasal dari Indonesia dan memberikan persetujuannya dari atau dalam yurisdiksi Indonesia.
- b. Tempat pelaksanaan kontrak ada di Wilayah Indonesia; dan atau
- c. Penyelenggara Sistem Elektronik memiliki tempat usaha atau melakukan kegiatan usaha di Wilayah Indonesia”.

Kontrak Elektronik sebagaimana tersebut di atas menggunakan bahasa yang sederhana, jelas dan mudah dipahami serta menjunjung prinsip iktikad baik dan transparansi.

¹¹⁴ Pasal 18A Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara RI Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 4843 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Lembaran Negara RI Tahun 2024 Nomor 1, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6905. Sekretariat Negara. Jakarta.

Oleh karena itu, konsumen harus selalu berhati-hati saat bertransaksi jual beli melalui *platform marketplace*, karena terdapat kelemahan terutama dari sisi keamanan dari *platform marketplace* yang perlu diantisipasi dan dicermati supaya tidak menimbulkan kerugian tidak hanya bagi konsumen, pelaku usaha bahkan *marketplace*. Persoalan tersebut antara lain menyangkut masalah mekanisme pembayaran (*payment mechanism*) dan jaminan keamanan dalam bertransaksi (*security risk*). Oleh sebab itu, untuk dipahami apa itu klausula baku agar dapat mengetahui kondisi kontrak yang diberikan oleh pelaku usaha atau juga oleh *marketplace* agar terhindar dari kerugian karena klausula baku sudah disetujui supaya terwujud perlindungan yang berkepastian hukum.

3 Standar Keamanan pembayaran Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace*

Keamanan transaksi *online* memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan konsumen dan mendorong pertumbuhan transaksi non tunai yang lebih luas. Saat ini berlaku berbagai undang-undang sektoral yang mengatur mengenai perlindungan konsumen antara lain Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan. Undang-undang tersebut mengatur juga tentang Perlindungan Konsumen Jasa Keuangan di dalam satu Bab khusus, yaitu Bab VI tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat. Selain itu, mengenai perlindungan konsumen dalam sistem pembayaran telah dinyatakan dalam Penjelasan Pasal 15

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia bahwa kewajiban penyampaian laporan berlaku bagi setiap penyelenggara jasa sistem pembayaran. Hal ini dimaksudkan agar Bank Indonesia dapat memantau penyelenggaraan sistem pembayaran. Perubahan UUPK ini harus tetap menjadi payung hukum bagi pelaksanaan wewenang perlindungan konsumen dalam berbagai undang-undang sektoral tersebut.

Dalam menghadapi tantangan keamanan di era digital, standar keamanan yang ketat menjadi kunci utama dalam menjaga integritas dan kerahasiaan transaksi *online*. *Platform* resmi biasanya menyediakan banyak pilihan metode pembayaran untuk transaksi *online*. Usahakan konsumen untuk memilih jenis pembayaran minim risiko, seperti *Cash on Delivery* atau rekening bersama. Anda juga bisa menghindari penipuan transaksi *online* dengan menggunakan metode *Cash On Delivery* (COD) yang memungkinkan konsumen untuk membayar setelah produk diterima. Selain itu, konsumen juga bisa memilih sistem pembayaran atau *channel* pembayaran *online* yang secara kredibilitas sudah baik dan dengan memperhatikan berbagai izin atau standar keamanan yang sebelumnya sudah dipaparkan di atas. Hindari melakukan transfer ke rekening pribadi penjual dan pilihlah toko yang menyediakan metode pembayaran rekening bersama agar dana yang konsumen kirimkan hanya akan diteruskan ke penjual/pelaku usaha setelah transaksi benar-benar selesai. Gunakan laptop atau ponsel pribadi ketika bertransaksi *online*. Hindari melakukan transaksi

dengan menggunakan perangkat umum atau terkoneksi dengan WiFi publik. Hal ini dikarenakan konsumen tidak bisa menjamin keamanan perangkat yang bukan miliknya. Ini diperlukan untuk menghindari pencurian data, penyalahgunaan data pribadi, dan kejahatan *online* lainnya.

Selain itu, hindari memberikan data pribadi kepada pihak di luar penjual atau *marketplace* terutama yang berkaitan dengan keamanan, seperti nomor rekening, PIN atau *password* yang biasa digunakan untuk bertransaksi dan kode *One Time Password* (OTP) serta memberikan data pribadi seperti nomor telepon, *e-mail* dan nomor identitas di media sosial yang berpotensi untuk disalahgunakan.

Keamanan data pribadi konsumen adalah salah satu kekhawatiran utama dalam transaksi *online*. Terdapat 3 (tiga) standar yang wajib untuk dipatuhi oleh *payment gateway* yang menyediakan opsi transaksi *online*:¹¹⁵

1. Memiliki Sertifikasi PCI-DSS Level 1

Salah satu standar keamanan yang paling penting dalam transaksi digital adalah memiliki sertifikasi PCI-DSS level 1. *Payment Card Industry Data Security Standard (PCI-DSS)* adalah standar internasional yang dirancang untuk melindungi data kartu dan mencegah penyalahgunaan saat seseorang melakukan pembayaran *online* pada transaksi digital. Level 1 adalah tingkatan tertinggi dalam sertifikasi ini, menunjukkan bahwa suatu *platform* pembayaran telah memenuhi persyaratan keamanan yang ketat. Sertifikasi ini mencakup penggunaan protokol enkripsi yang kuat, pengamanan data yang baik, pemantauan keamanan secara terus-menerus, dan perlindungan terhadap serangan keamanan.

¹¹⁵ Faspay, "Ketahuilah Standar Keamanan Transaksi Online dan Manfaatnya", Diakses pada tanggal 6 Juli 2022 Pukul 15.45 WIB., <https://faspay.co.id/>.

2. Terdapat *Fraud Detection System* (FSD)

Fraud Detection System (FSD) adalah sistem keamanan yang berperan dalam mendeteksi aktivitas penipuan dalam transaksi *online*. FSD menggunakan algoritma dan analisis data untuk memantau pola transaksi yang mencurigakan. Dengan memeriksa faktor-faktor seperti lokasi geografis, jumlah transaksi, pola pengeluaran, dan lainnya, FSD dapat mengidentifikasi transaksi yang berpotensi sebagai upaya penipuan. Jika transaksi dianggap mencurigakan, FSD dapat memicu tindakan pencegahan, seperti memblokir transaksi atau meminta verifikasi tambahan sebelum melanjutkan proses pembayaran dalam transaksi digital.

3. Mengantongi Izin Operasional dari Bank Indonesia

Standar keamanan selanjutnya dalam transaksi digital merupakan standar dari *payment gateway* yang mengacu pada standar umum yang diakui Bank Indonesia (BI). Artinya, setiap transaksi *online* yang dilakukan melalui *payment gateway* harus telah mengantongi izin dari Bank Indonesia sehingga dijamin keamanannya.

Dengan adanya standar keamanan, konsumen dapat memiliki keyakinan bahwa informasi pribadi mereka, seperti nomor kartu kredit dan data identitas, akan dilindungi dengan baik. Ini mengurangi risiko pencurian identitas, penipuan, dan penyalahgunaan informasi pribadi.¹¹⁶

Dalam *platform marketplace*, terdapat beberapa jenis pembayaran yang umum digunakan. Berikut adalah beberapa diantaranya:¹¹⁷

9. *Modern Channels*

Metode pembayaran ini meliputi transfer bank, bayar di tempat (COD), dan pembayaran melalui gerai ritel modern seperti *minimarket*. Transfer bank bisa dilakukan secara *online* melalui *internet banking* atau *mobile banking*, memungkinkan pembeli untuk mentransfer uang langsung dari rekening toko *online*.

¹¹⁶ *Ibid.*

¹¹⁷ Wellium (MitraComm Ekasarana, "Pembayaran E-commerce : Inovasi Dalam Kemudahan Berbelanja Online", Diakses pada tanggal 28 Agustus 2023 Pukul 21.15 WIB., <https://mitracomm.com/pembayaran-e-commerce/>.

10. *Mobile Payments*

Metode ini semakin populer dengan berkembangnya penggunaan *smartphone*. Pengguna dapat menghubungkan rekening bank atau kartu kredit mereka dengan aplikasi ini dan melakukan pembayaran dengan mudah melalui *smartphone* mereka.

11. **Kartu Kredit**

Kartu kredit adalah salah satu metode transaksi yang paling umum ditemukan dalam *platform marketplace*. Pembeli memasukkan informasi kartu kredit mereka saat melakukan pembelian. Ini memungkinkan pembayaran yang cepat dan mudah, tetapi memerlukan penggunaan kartu kredit yang *valid*.

12. *E-money*

Juga dikenal sebagai dompet digital, *e-money* memungkinkan pengguna untuk menyimpan uang dalam bentuk digital. Mereka dapat mengisi ulang saldo *e-money* mereka dan kemudian menggunakan saldo ini untuk melakukan transaksi di *platform marketplace*.

Adapun beberapa keuntungan utama yang dapat diperoleh dengan memiliki sistem pembayaran untuk transaksi jual beli melalui *platform marketplace*:¹¹⁸

1. **Transaksi Lebih Mudah dan Cepat**

Sistem pembayaran pada *platform marketplace* memungkinkan konsumen untuk melakukan pembayaran secara *online* dengan cepat dan mudah. Mereka tidak perlu datang ke toko fisik atau mengirimkan uang secara manual.

2. **Metode Pembayaran lebih Variatif**

Adanya sistem pembayaran pada *platform marketplace* memungkinkan bisnis untuk menyediakan berbagai metode pembayaran seperti kartu kredit, transfer bank, dompet digital, dan lainnya. Ini memberikan fleksibilitas kepada konsumen dalam memilih metode pembayaran sesuai preferensi mereka.

¹¹⁸ *Ibid.*

3. Transaksi Lebih Aman

Sistem pembayaran pada *platform marketplace* umumnya dilengkapi dengan lapisan keamanan yang kuat. Ini mencakup enkripsi data sensitif, pemeriksaan otentikasi, dan perlindungan terhadap penipuan, yang menjadikan transaksi *online* lebih aman bagi konsumen.

4. Jangkauan Bisnis Lebih Luas

Adanya sistem pembayaran pada *platform marketplace* memungkinkan bisnis untuk menjangkau konsumen di berbagai lokasi geografis. Hal ini membuka peluang baru untuk pertumbuhan bisnis dengan menjangkau pasar yang lebih luas.

5. Transaksi Tanpa Batasan Waktu

Sistem pembayaran pada *platform marketplace* memungkinkan bisnis untuk melakukan transaksi tanpa terbatas oleh jam operasional toko fisik. Konsumen dapat berbelanja kapan saja sesuai kenyamanan mereka.

6. Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan

Melalui penggunaan sistem pembayaran yang aman dan andal, bisnis dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap *platform* mereka. Kepercayaan ini penting untuk membangun hubungan jangka panjang dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

7. Rekonsiliasi Keuangan dan Pelacakan Pendapatan Lebih Efisien

Sistem pembayaran pada *platform marketplace* secara otomatis merekam transaksi dan pembayaran. Hal ini memudahkan proses rekonsiliasi keuangan dan pelacakan pendapatan bisnis dengan lebih efisien.

Pembayaran elektronik saat ini, kerangka pembayaran belanja berbasis jaringan sedang ditingkatkan secara bertahap dan diharapkan dapat menyelesaikan pembayaran melalui pengiriman uang ATM (Anjungan Tunai Mandiri). Banyak pengecer *online* sekarang menerima kartu debit dan dompet digital, membentuk ekosistem yang semakin beragam. Namun, bahkan sistem yang paling kompleks pun membuat kesalahan dari waktu ke waktu. Masalah ini biasanya disebabkan oleh salah satu dari 2 (dua) faktor, yaitu non-teknis atau teknis. Contoh elemen teknis adalah koneksi internet yang buruk, teknis lebih mementingkan kecermatan pada proses *check out*

bagi calon pembeli. Misalnya, hati-hati untuk memeriksa bahwa biaya nominal yang dibayarkan sesuai dengan tagihan. Jika demikian, solusi untuk potensi masalah pembayaran digital adalah dengan memeriksa kembali tagihan dan memeriksa kembali status koneksi internet sebelum memproses pembayaran. Hal ini untuk memberikan keamanan dan kepastian hukum dalam perlindungan konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

D. Upaya Penyelesaian Sengketa Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace*

1. Model Penyelesaian Sengketa Transaksi Jual Beli melalui *Marketplace*

Apabila terjadi sengketa dalam transaksi jual beli melalui *marketplace*, maka sesuai dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan yang menyatakan bahwa “Ketentuan lebih lanjut mengenai transaksi Perdagangan melalui Sistem Elektronik diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Pemerintah.”¹¹⁹ Apabila ditinjau dari Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang selanjutnya disingkat dengan PP PMSE bahwa “Pelaku usaha wajib menyediakan layanan pengaduan bagi konsumen, hal itu mencakup alamat dan nomor kontak pengaduan, prosedur pengaduan konsumen, mekanisme tindak lanjut pengaduan, petugas yang kompeten dalam memproses layanan

¹¹⁹ Pasal 66 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Lembaran Negara RI Tahun 2014 Nomor 45, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 5512. Sekretariat Negara. Jakarta.

pengaduan dan jangka waktu pengaduan.”.¹²⁰ Artinya apabila konsumen memiliki kendala dalam bertransaksi melalui transaksi jual beli melalui *platform marketplace* proses awalnya adalah mengadukan dan melaporkan kepada pihak *platform marketplace*. *Marketplace* Tokopedia sendiri telah memiliki Pusat Resolusi yang merupakan sarana bagi Pembeli dan Penjual untuk berdiskusi hingga mencapai solusi dari pesanan yang terkendala berdasarkan bukti yang dilampirkan. Konsumen selaku pembeli dapat mengajukan komplain kepada pihak penjual/pelaku usaha melalui Pusat Resolusi Tokopedia untuk pesanan yang mengalami kendala, diantaranya pesanan belum diterima, produk rusak, produk tidak sesuai, produk kurang dan selisih ongkos kirim.

Selanjutnya apabila hal tersebut masih dirasa belum memberikan keadilan yang cukup, pihak konsumen dapat melaporkan hal ini kepada pihak berwenang. Berdasarkan PP PMSE juga menyatakan bahwa “Bukti transaksi PMSE dapat dijadikan sebagai alat bukti lain dalam hukum acara dan tidak dapat ditolak pengajuannya sebagai suatu alat bukti dalam persidangan hanya karena dalam bentuknya yang elektronik”.¹²¹

Selain itu bukti transaksi PMSE dapat dijadikan bukti tulisan yang autentik jika menggunakan tanda tangan elektronik yang didukung oleh suatu sertifikat elektronik yang terpercaya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

¹²⁰ Pasal 27 Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Lembaran Negara RI Tahun 2021 Nomor 234, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6728. Sekretariat Negara. Jakarta.

¹²¹ *Ibid.*, Pasal 29 Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Bukti transaksi PMSE dapat dijadikan bukti tulisan yang autentik jika menggunakan tanda tangan elektronik yang didukung oleh suatu sertifikat elektronik yang terpercaya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-perundangan.” Selain itu, PP PMSE dapat dijadikan dasar laporan. Selanjutnya, terdapat upaya hukum represif yaitu upaya hukum yang dilakukan setelah sudah terjadinya peristiwa atau sengketa hukum. Jika sudah terjadinya sengketa konsumen, maka perlu diadakannya upaya represif. Perlindungan bagi pengguna *e-commerce* dalam perluasan ekonomi secara global selanjutnya mengarah pada kejelasan perlindungan kepada para pengguna *platform marketplace* sebagai perluasan ekonomi global haruslah memiliki kejelasan apabila terjadi sengketa permasalahan transaksi elektronik lintas yuridiksi.

Di Indonesia terdapat 2 (dua) upaya hukum yang konsumen dapat tempuh jika mendapat kerugian dalam transaksi perdagangan *online*. Hal ini sesuai dengan UUPK, penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui, yaitu: ¹²²

1. Melalui peradilan
2. Luar pengadilan (non litigasi)

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Anita Afriana dan Efa Laela Fakhriah pada tahun 2019 dinyatakan bahwa bentuk penyelesaian sengketa konsumen di Indonesia terdiri dari beberapa bentuk atau pluralistik dan

¹²² Pasal 45 ayat (1) s.d (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

pada umumnya belum efektif.¹²³ Dalam penelitian lainnya yang telah dilakukan oleh H. Matnuh dinyatakan bahwa secara umum bentuk penyelesaian yang tersedia masih belum efektif, oleh sebab itu disarankan agar merubah putusan BPSK menjadi final dan banding artinya tidak dapat dimintakan pembatalan ke Pengadilan Negeri dengan mempertimbangkan nilai klaim.¹²⁴

Upaya penyelesaian sengketa pada jual beli melalui *platform marketplace* dapat dilakukan melalui jalur litigasi dan non litigasi sebagai upaya *penal* dalam pencegahan kejahatan pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, yaitu:

1.1. Model Penyelesaian Sengketa Transaksi Jual Beli pada *Platform Marketplace* melalui Jalur Pengadilan (Litigasi)

Model penyelesaian sengketa transaksi jual beli melalui *platform marketplace* melalui jalur pengadilan (litigasi) merupakan model penyelesaian sengketa yang berada di lingkungan peradilan umum atau ditempuh dengan melalui jalur pengadilan (litigasi). Sesuai dengan UUPK, diatur bahwa jalur penyelesaian sengketa konsumen melalui jalur litigasi dengan mengacu pada ketentuan tentang peradilan umum yang berlaku.¹²⁵

¹²³ Efa Laela Fakhriah and Anita Afriana, "Undertanding the Plurality of Consumer Dispute Resolution in Indonesia: A Comparative Study with Singapore", *Jurnal Yuridika* 1, no. 34 (2019): 1.

¹²⁴ Matnuh, *loc. cit.*

¹²⁵ Pasal 48 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

Berdasarkan UUPK, maka apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan telah berhasil oleh salahsatu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.¹²⁶ Dalam pelaksanaannya berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Bapak Wakil Ketua Pengadilan Negeri Palembang, maka ternyata konsumen yang dirugikan tidak langsung menyelesaikan permasalahannya melalui jalur pengadilan. Penyelesaian melalui jalur Pengadilan, jika terdapat para pihak yang tidak puas atas hasil putusan BPSK. Biasanya pihak yang menggugat, yaitu pelaku usaha yang merasa dirugikan dengan putusan BPSK.¹²⁷

Pada mekanisme penyelesaian melalui jalur peradilan ini Hakim seyogyanya memutus dengan berdasarkan rasa keadilan. Keadilan sendiri berkaitan erat dan memiliki hubungan yang sangat erat dengan penegakan hukum. Bahkan secara lebih tegas dapat dikatakan bahwa hukum tidak memiliki tujuan pada dirinya sendiri. Hukum bahwa hukum tidak memiliki tujuan pada dirinya sendiri. Hukumn hanya merupakan instrumen untuk mencapai keadilan. Setiap kali hakim memutuskan sebuah perkara, ia selalu memulainya dengan kalimat demi keadilan. Namun yang menjadi persoalan adalah bahwa keputusan hukum di satu sisi selalu bersifat normatif, objektif dan positivistik dan masalah keadilan pada sisi yang lain bersifat subjektif.

Kata keadilan sendiri berasal dari kata adil, menurut Kamus Bahasa

¹²⁶ *Ibid.*, Pasal 45 ayat (4) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

¹²⁷ Hasil Wawancara dengan Bapak Wakil Ketua Pengadilan Negeri Palembang tanggal 8 Nopember 2023.

Indonesia adil adalah tidak sewenang-wenang, tidak memihak, tidak berat sebelah. Adil terutama mengandung arti bahwa suatu keputusan dan tindakan didasarkan atas norma-norma objektif. Keadilan pada dasarnya adalah suatu konsep yang relatif, setiap orang tidak sama, adil menurut yang 1 (satu) belum tentu adil bagi yang lainnya, ketika seseorang menegaskan bahwa ia melakukan suatu keadilan, hal itu tentunya harus relevan dengan ketertiban umum, dimana suatu skala keadilan diakui. Skala keadilan sangat bervariasi dari satu tempat ke tempat lain, setiap skala didefinisikan dan sepenuhnya ditentukan oleh masyarakat sesuai dengan ketertiban umum dari masyarakat tersebut.¹²⁸

Berbicara mengenai konsep keadilan sendiri banyak pendapat para ahli dalam hal ini Filsuf yang mendefinisikan mengenai keadilan. Menurut Aristoteles dalam karyanya yang berjudul *Etika Nichomachea* menjelaskan pemikiran-pemikirannya tentang keadilan. Bagi Aristoteles, keutamaan, yaitu ketaatan terhadap hukum (hukum polis pada waktu itu, tertulis dan tidak tertulis) adalah keadilan. Dengan kata lain keadilan adalah keutamaan dan ini bersifat umum. Salah satunya Aristoteles, yang menekankan pada persamaan hak sebagai konsep keadilan. Artinya keadilan akan tercapai jika beberapa pihak diperlakukan secara sama atau sebaliknya, beberapa pihak tersebut tidak diperlakukan secara sama.

Selain itu Aristoteles juga membedakan antara keadilan distributif

¹²⁸ M. Agus Santoso, *Hukum, Moral & Keadilan Sebuah Kajian Filsafat Hukum*, Ctk. Kedua (Jakarta, Kencana, 2014): 85.

dengan keadilan korektif. Keadilan distributif menurutnya adalah keadilan yang berlaku dalam hukum publik, yaitu berfokus pada distribusi, honor kekayaan, dan barang-barang lain yang diperoleh oleh anggota masyarakat. Kemudian keadilan korektif berhubungan dengan pembetulan sesuatu yang salah, memberikan kompensasi kepada pihak yang dirugikan atau hukuman yang pantas bagi pelaku kejahatan, sehingga dapat disebutkan bahwa ganti rugi dan sanksi merupakan keadilan akorektif menurut Aristoteles.

Teori keadilan menurut Aristoteles yang dikemukakan oleh Theo Huijbers adalah sebagai berikut:¹²⁹

- 1) Keadilan dalam pembagian jabatan dan harta benda publik.
- 2) Keadilan dalam jual beli. Menurutnya harga barang tergantung kedudukan dari para pihak. Ini sekarang tidak mungkin diterima.
- 3) Keadilan sebagai kesamaan aritmetis dalam bidang privat dan juga publik. Kalau seorang mencuri, maka ia harus dihukum, tanpa mempedulikan kedudukan orang yang bersangkutan. Sekarang, kalau pejabat terbukti secara sah melakukan korupsi, maka pejabat itu harus dihukum tidak peduli bahwa ia adalah pejabat.
- 4) Keadilan dalam bidang penafsiran hukum. Karena Undang-Undang itu bersifat umum, tidak meliputi semua persoalan konkret, maka hakim harus menafsirkannya seolah-olah ia sendiri terlibat dalam peristiwa konkret tersebut. Menurut Aristoteles, hakim tersebut harus memiliki epikeia, yaitu suatu rasa tentang apa yang pantas”.

Berbeda dengan John Rawls, mendefinisikan keadilan melalui karya-karyanya, seperti *A Theory of Justice*, *Political Liberalism*, dan *The Law of Peoples*, John Rawls dikenal sebagai salah seorang filsuf Amerika kenamaan di akhir abad ke-20. John Rawls berpendapat bahwa keadilan adalah kebajikan utama dari

¹²⁹ M. Agus Santoso, *op. cit.*, hlm. 242.

hadirnya institusi-institusi sosial (*social institutions*). Akan tetapi, menurutnya, kebaikan bagi seluruh masyarakat tidak dapat mengesampingkan atau mengganggu rasa keadilan dari setiap orang yang telah memperoleh rasa keadilan, khususnya masyarakat lemah. Uraian filsafat mengenai keterkaitan antara keadilan dan hukum juga dapat kita temukan dalam pandangan Jhon Rawls. Jhon Rawls mengemukakan bahwa kedaulatan hukum jelas-jelas berkaitan erat dengan keadilan. Rawls mendefinisikan keadilan sebagai keteraturan, *justice as regulatory*. Menurut John Rawls, keadilan adalah *fairness (justice as fairness)*. Pendapat John Rawls ini berakar pada teori kontrak sosial Locke dan Rousseau serta ajaran deontologi dari Imanuel Kant.

Roscoe Pound melihat keadilan dalam hasil-hasil kongkrit yang bisa diberikannya kepada masyarakat. Ia melihat bahwa hasil yang diperoleh itu hendaknya berupa pemuasan kebutuhan manusia sebanyak-banyaknya dengan pengorbanan yang sekecil-kecilnya. Pound sendiri mengatakan, bahwa ia sendiri senang melihat “semakin meluasnya pengakuan dan pemuasan terhadap kebutuhan, tuntutan atau keinginan-keinginan manusia melalui pengendalian sosial; semakin meluas dan efektifnya jaminan terhadap kepentingan sosial; suatu usaha untuk menghapuskan pemborosan yang terus-menerus dan semakin efektif dan menghindari perbenturan antara manusia dalam menikmati sumber-sumber daya, singkatnya *social engineering* semakin efektif”.¹³⁰

¹³⁰ Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, Ctk. Kedelapan (Bandung, Citra Aditya Bakti, 2014): 174-175.

Pada era Liberalisme klasik yang dipelopori oleh Jhon Locke menjelaskan bahwa dalam “keadaan alamiah”, tiap-tiap orang hidup dalam keadaan harmonis yang ditandai kebebasan dan kesamaan hak. Hans Kelsen mendefinisikan keadilan adalah suatu tertib sosial tertentu yang di bawah lindungannya usaha untuk mencari kebenaran bisa berkembang dan subur. Karena keadilan menurut Hans Kelsen adalah keadilan kemerdekaan, keadilan perdamaian, keadilan demokrasi dan keadilan sosial.¹³¹ Hans Kelsen dalam bukunya *general theory of law and state*, berpandangan bahwa hukum sebagai tatanan sosial yang dapat dinyatakan adil apabila dapat mengatur perbuatan manusia dengan cara yang memuaskan, sehingga dapat menemukan kebahagiaan didalamnya.

Konsep keadilan menurut Hukum Murni Hans Kelsen, untuk mencapai keadilan, manusia tidak hanya berkewajiban menata diri sendiri, namun juga wajib menata masyarakat dan negara yang diatur hukum. Hal tersebut harus dilakukan agar setiap hak dan kewajiban dapat dilaksanakan secara seimbang. "Menurut Hans Kelsen, hukum harus dibersihkan dari anasir-anasir non yuridis seperti unsur sosiologis, politis, historis, bahkan nilai-nilai etis. Hans Kelsen menegaskan bahwa keadilan dalam konteks hukum memiliki makna legalitas. Menurut Kelsen suatu peraturan umum adalah adil jika ia benar-benar diterapkan kepada semua kasus yang, menurut isinya, peraturan ini harus diterapkan. Suatu peraturan umum adalah tidak adil jika diterapkan pada suatu kasus dan tidak diterapkan

¹³¹ *Ibid.*

pada kasus lain yang serupa. Hans Kelsen memaknai keadilan dalam pengertian legalitas sebagai suatu kualitas yang berhubungan bukan dengan isi dari suatu tatanan hukum positif, melainkan dengan penerapannya. Hans Kelsen berpendapat adalah bahwa penerapan hukum itu berlaku bagi semua orang. Pernyataan bahwa perbuatan seseorang adalah adil atau tidak adil dalam arti berdasarkan hukum atau tidak berdasarkan hukum, berarti bahwa perbuatan tersebut sesuai atau tidak sesuai dengan suatu norma hukum yang dianggap absah oleh subyek yang menilainya karena norma ini termasuk dalam tatanan hukum positif. Dengan memahami keadilan dalam konteks legal, Hans Kelsen menegaskan bahwa basis dari keadilan hukum bukan pada individu melainkan pada norma-norma hukum itu sendiri.

Namun, Konsep keadilan yang berlaku dalam Hukum Murni dewasa ini dinilai sudah tidak lagi sesuai dengan jiwa masyarakat, jiwa keadilan dimana kenyataan hukum telah melukai pemikiran hukum dan hati rakyat. Disamping mencari relevansi dengan menentukan jalan serta menyelesaikan permasalahan hukum karena banyak praktek hukum di masyarakat telah terjadi penyimpangan atau dengan cara lain yang bertentangan dengan nilai moral dan hukum yang dirasakan menyimpang dari cita-cita hukum yang sebenarnya karena hukum telah dicampuri politik dengan unsur-unsur psikologi, sosiologi, etika dan teori-teori yang terkait sehingga kemurnian hukum menjadi terabaikan, sehingga mengaburkan esensi ilmu hukum dan meniadakan batas-batas yang telah ditetapkan oleh peraturan perundangan yang berlaku.

Masalah subjektifitas keadilan hukum ini telah menjadi perhatian Hans Kelsen. Menurut Hans Kelsen keadilan tidak bisa menjadi dasar dari keputusan hukum, karena keadilan bersifat subjektif sementara hukum harus bersifat objektif. Dalam dilema seperti ini, bagaimanakah kita harus memaknai keadilan dalam konteks hukum ? Untuk mencapai keadilan, manusia tidak hanya berkewajiban menata diri sendiri, namun juga wajib menata masyarakat dan negara yang diatur hukum. Hal tersebut harus dilakukan agar setiap hak dan kewajiban dapat dilaksanakan secara seimbang. Di dalam mempertahankan pemikiran tentang konsep keadilan, setiap manusia harus mampu menjalankan hak dan kewajiban secara seimbang. Kemurnian hukum dapat berjalan sesuai dengan perkembangan dan pertumbuhan manusia atas dasar perkembangan ilmu pengetahuan, perkembangan masyarakat, perkembangan teknologi sesuai dengan kepribadian bangsa.

Perlakuan hukum yang menimpa masyarakat miskin kerap kali melahirkan ketidakadilan. Masyarakat miskin adalah kelompok sosial di tengah kehidupan masyarakat yang sangat rentan terhadap perlakuan hukum yang tidak adil. Proses penegakan hukum kerap kali melahirkan ketidakadilan hukum dan ketidakadilan hukum ini bersumber dari bekerjanya hukum dalam sebuah sistemnya. Ketika hukum dilepaskan dari konteks sosialnya, maka hukum akan jauh dari rasa keadilan masyarakat. Inilah yang sekarang sedang menjadi sorotan masyarakat luas. Aparat penegak hukum melihat dan memahami kasus

hukum hanya pada teks-teks “kaku” yang ada dalam aturan perundang-undangan semata, *legalistic-positivistik*, tanpa berusaha memahami kasus hukum tersebut dalam konteks sosiologisnya. Selama ini, praktik penegakan hukum terhadap masyarakat miskin telah mengusik rasa keadilan masyarakat. Salah satu kelompok masyarakat yang kerap kali menjadi korban ketidakadilan dalam penegakan hukum adalah kelompok masyarakat miskin.

Dalam kasus pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, penyelesaian sengketa melalui jalur peradilan yang diputus secara adil, sepertinya sulit didapat. Hal ini dikarenakan keadilan sendiri berkaitan erat dan memiliki hubungan yang sangat erat dengan penegakan hukum. Seorang konsumen melakukan mitigasi risiko dengan memastikan sebelum bertransaksi bahwa konsumen tersebut telah memilih *marketplace* yang memiliki sistem keamanan yang baik. Hal ini sesuai dengan UU ITE yang mewajibkan “setiap Penyelenggara Sistem Elektronik harus menyelenggarakan Sistem Elektronik secara andal dan aman serta bertanggung jawab terhadap beroperasinya Sistem Elektronik sebagaimana mestinya”.¹³²

Penyelenggara Sistem Elektronik bertanggung jawab terhadap Penyelenggaraan Sistem Elektroniknya. Ketentuan tersebut tidak

¹³² Pasal 15 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi elektronik. Lembaran Negara RI Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 4843 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Lembaran Negara RI Tahun 2024 Nomor 1, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6905. Sekretariat Negara. Jakarta.

berlaku dalam hal dapat dibuktikan terjadinya keadaan memaksa, kesalahan, dan/atau kelalaian pihak pengguna Sistem Elektronik. Menurut Penjelasan UU ITE, maka yang dimaksudkan dengan “andal” adalah “Sistem Elektronik memiliki kemampuan yang sesuai dengan kebutuhan penggunaannya”. Sedangkan yang dimaksud dengan definisi “aman” di sini adalah “Sistem Elektronik terlindungi secara fisik dan nonfisik”. Selanjutnya yang dimaksud dengan pengertian “beroperasi sebagaimana mestinya” adalah “Sistem Elektronik memiliki kemampuan sesuai dengan spesifikasinya”, termasuk kemampuan Sistem Elektronik dalam mematuhi atau memenuhi kewajiban tata kelola penyelenggaraan Sistem Elektronik yang diatur dalam peraturan perundang-undangan.¹³³

Pengertian penyelenggara Sistem Elektronik bertanggung jawab terhadap Penyelenggaraan Sistem Elektroniknya maksudnya adalah dimana pengertian dari kata “bertanggung jawab” adalah “ada subjek hukum yang bertanggung jawab terhadap penyelenggaraan Sistem Elektronik tersebut”. Namun seketika terjadi permasalahan hukum, pembuktian di sidang peradilan terkait apakah penyelenggara sistem elektronik dalam *platform marketplace*. Untuk penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi perlu adanya sebuah hukum acara yang khusus terkait penyelesaian sengketa jual beli

¹³³ *Ibid.*, Penjelasan Pasal 15 ayat (1) dan (2) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi elektronik.

online serta diperlukan adanya peningkatan kapasitas para aparat penegak hukum terkait dengan teknologi informasi.¹³⁴

Sesuai dengan UU ITE diketahui bahwa “Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah”.¹³⁵ Keberadaan informasi elektronik dan/atau Dokumen Elektronik mengikat dan diakui sebagai alat bukti yang sah untuk memberikan kepastian hukum terhadap penyelenggaraan Sistem Elektronik dan Transaksi Elektronik terutama dalam pembuktian dan hal yang berkaitan dengan perbuatan hukum yang dilakukan melalui Sistem Elektronik.¹³⁶ Contoh Studi Kasus Putusan Pengadilan Nomor 183/Pdt.G/2018/PN.Mdn) pada transaksi pembelian *Macbook* oleh pembeli dalam hal ini adalah Penggugat (konsumen) terhadap Toko *Elipa Store* sebagai *e-merchant* (pelaku usaha) melalui *platform* Aplikasi Tokopedia.

1.2 Model Penyelesaian Sengketa Transaksi Jual Beli pada *Platform Marketplace* melalui Jalur di Luar Pengadilan (Non Litigasi)

Model penyelesaian sengketa transaksi jual beli pada *platform marketplace* melalui jalur di luar pengadilan (non litigasi) dilakukan melalui

¹³⁴ Trivenna Gabriela Miracle Tumbel, Emma V. T. Senewe dan Donna O. Setiabudhi, “Perlingungan Konsumen Jual Beli Online Dalam Era Digital 4.01”, *Jurnal Lex Et Societatis* VIII, no. 3 (Juli - September 2020): 93-105.

¹³⁵ Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara RI Tahun 2024 Nomor 1. Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6905. Sekretariat Negara. Jakarta.

¹³⁶ *Ibid.*, Penjelasan Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha (konsultasi, negosiasi, mediasi atau penilaian para ahli) berdasarkan pilihan sukarela dari para pihak yang bersengketa atau kesepakatan dari masing-masing pihak. dapat pula dengan cara non litigasi (di luar pengadilan) yaitu dengan bantuan BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen) seperti yang diatur dalam UUPK dan PP Nomor 80 tahun 2019. Cara non litigasi bisa diupayakan dengan banyak cara, umpamanya melalui Konsiliasi Penilaian Ahli, Lembaga Arbitrase, Mediasi, dan cara-cara lain yang umumnya dapat dikategorikan sebagai Penyelesaian Sengketa Alternatif atau *Alternative Dispute Resolution* (ADR) sesuai dengan Undang-Undang Nomor 30 tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa. Lembaga-lembaga tersebut ada yang didirikan oleh pihak swasta dan ada juga yang didirikan dan dioperasikan oleh pemerintah.¹³⁷

Lembaga penyelesaian sengketa konsumen yang ada saat ini masih belum efektif karena tidak mengakomodir penyelesaian sengketa dengan baik, terutama untuk sengketa yang nilainya kecil yakni yang hanya puluhan sampai ratusan ribu. Walaupun *online dispute resolution* sudah diakomodir didalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 akan tetapi belum dapat diimplementasikan penyelesaian sengketa yang lebih masuk akal adalah dengan membuat BPSK menjadi semacam *consumer tribunal* yang dilakukan secara *full online*,

¹³⁷ Mosgan Sitomorang, "Menakar Efektivitas Penyelesaian Sengketa Konsumen Bernilai Kecil pada E-Commerce", *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 22, no. 4 (Desember 2022): 537-550.

yakni penyelesaian sengketa konsumen yang mulai proses pendaftaran sampai pemeriksaan dan eksekusinya dilakukan secara *online* dan cepat. Dalam sistem ini lembaganya adalah lembaga adjudikatif serta putusannya adalah benar-benar bersifat *final and binding*, dimana para pihak wajib melaksanakan putusan secara suka rela. Dalam sistem ini apabila putusan tidak dilaksanakan yang bersangkutan dapat dikenai pidana denda atau kurungan.¹³⁸ Sesuai dengan Pasal 45 ayat (3) UUPK diatur bahwa penyelesaian sengketa di luar pengadilan tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana yang diatur dalam undang-undang.

Memperhatikan Pasal 45 ayat (2) UUPK memberikan ruang bagi konsumen yang dirugikan menggugat pelaku usaha melalui peradilan umum tetapi jika konsumen ingin penyelesaian sengketa dengan pelaku usaha melalui di luar pengadilan, maka UUPK menyediakan badan yang dibentuk pemerintah secara khusus untuk menyelesaikan sengketa konsumen dengan pelaku usaha. Badan khusus yang dibentuk pemerintah yang mempunyai wewenang menyelesaikan sengketa konsumen di luar pengadilan adalah Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (yang selanjutnya disingkat BPSK) dan/atau ke lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen untuk penyelesaian sengketa tersebut. Sesuai dengan Pasal 49 (1) UUPK, Pemerintah membentuk Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen di Daerah

¹³⁸ *Ibid.*

Tingkat II untuk penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan.¹³⁹ Namun penyelesaian sengketa di luar Pengadilan oleh BPSK ini yang diatur oleh Pasal 49 ayat (1) UUPK, terjadi tumpang tindih pengaturan jika penyelesaian sengketa dalam lingkup perlindungan terhadap konsumen pada *platform marketplace* terkait sistem pembayaran, bukanlah BPSK melainkan Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa Sektor Jasa keuangan, yang selanjutnya disebut dengan LAPS Sektor Jasa Keuangan. Hal ini sebagaimana yang diatur dalam Pasal 1 Butir 1 dan Pasal 4 huruf (a) POJK Nomor 61/POJK.07/2020 Tanggal 14 Desember 2020 tentang Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa Sektor Jasa Keuangan, yaitu melaksanakan penanganan dan penyelesaian Sengketa Konsumen di sektor jasa keuangan di luar pengadilan.

Jalur non litigasi di dalam negeri dapat dilakukan di BPSK terlebih dahulu apabila belum selesai bisa melanjutkan ke pengadilan, sedangkan apabila melewati batas negara dapat dilakukan melalui arbitrase.¹⁴⁰ Kendala yang dihadapi dalam penyelesaian pengaduan atau sengketa melalui jalur di luar Pengadilan (Non Litigasi), diantaranya yaitu dari sisi kelembagaan dimana keberadaan BPSK yang belum terbentuk di setiap provinsi mengakibatkan penyelesaian pengaduan/sengketa melalui jalur penyelesaian di luar Pengadilan (Non Litigas) menjadi terkendala. Hal ini disebabkan saat ini,

¹³⁹ Pasal 49 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

¹⁴⁰ Natasya Milenizha Irianti, *loc. cit.*

tahun 2024, provinsi di Indonesia berjumlah 38 yang tersebar dari Sabang sampai Merauke. Hal ini terjadi karena Pemekaran daerah adalah pemecahan provinsi atau kabupaten/kota menjadi 2 (dua) daerah atau lebih.

Beberapa provinsi terbaru di Indonesia adalah hasil pemekaran dari Provinsi Papua.¹⁴¹ Sedangkan jumlah BPSK hingga bulan Agustus 2024, terdapat 188 BPSK yang sudah tersebar hanya di 33 Provinsi. Dengan demikian masih terdapat 5 (lima) provinsi lagi yang bentuk dibentuk BPSK. Dari jumlah tersebut, ada 171 BPSK dibentuk berdasarkan Keputusan Presiden (2001-2015), dan 17 BPSK dibentuk berdasarkan Keputusan Gubernur (2020-2024). Ditambah lagi saat ini hanya 58 BPSK yang beroperasi secara aktif di 18 Provinsi. Selain itu, pendanaan BPSK dibebankan kepada APBD Provinsi, termasuk sarana, operasional, honorarium dan sekretariat. Terdapat dua mekanisme penganggaran diantaranya melalui program kegiatan dinas terkait dana hibah.¹⁴²

Untuk menumbuhkan kepercayaan dan menangkal risiko atas perdagangan *online*, utamanya transaksi bersifat lintas batas (*cross border*) perlu adanya suatu mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif dan berbiaya rendah. Hal ini juga sejalan dengan *United Nation Guidelines for Consumer Protection (UNGCP)* yang

¹⁴¹ Kholida Qothrunnada - detikEdu, "Daftar 38 Provinsi di Indonesia Lengkap 2024 Baca artikel detikedu, "Daftar 38 Provinsi di Indonesia Lengkap 2024", Diakses pada tanggal 11 Oktober 2024 Pukul 03.37 WIB., <https://www.detik.com/>.

¹⁴² BPKN-RI, "*Focus Group Discussion (FGD) I* "Hak Keuangan Anggota dan Sekretariat Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)", Diakses pada tanggal 11 Oktober 2023 Pukul 03.46 WIB., <https://bpkn.go.id/>.

menekankan pentingnya penanganan pengaduan konsumen, termasuk kasus lintas batas (*cross border*), melalui mekanisme yang tidak memihak (imparsial), adil, efektif dan transparan. ODR dipandang sebagai mekanisme yang paling efektif, untuk itu (UNCTAD, *DODR Workshop* 24 Oktober 2022).

Belum ada mekanisme dan penanganan pengaduan konsumen yang terintegrasi baik di dalam negeri maupun *cross border*, sehingga perlu melakukan percepatan pembuatan sistem dan regulasi yang berbasis *Digital Online Dispute Resolution (DODR)*.¹⁴³ ODR lahir sebagai alternatif penyelesaian sengketa yang menggunakan *Information of Computer Technology (ICT)* sebagai sarana dalam menyelesaikan sengketa yang terjadi diantara para pihak sebagai akibat dari adanya aktivitas transaksi perdagangan pada *platform marketplace*. Ketika transaksi tersebut menggunakan sarana atau objeknya adalah ICT, maka cara-cara penyelesaian sengketa yang diterapkan juga harus berbeda dengan cara-cara penyelesaian sengketa yang diterapkan dalam perdagangan konvensional, yaitu penyelesaiannya melalui pendekatan digital. ODR merupakan pengembangan dan implementasi secara *daring* dari mekanisme *Alternative Dispute Resolution (ADR)* yang diatur oleh Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.

Selain itu landasan yuridis di Indonesia, seperti Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

¹⁴³ Fery Nurdiansyah, "Pentingnya Perlindungan Konsumen Di Bidang E-Commerce Terhadap Transaksi Internasional", Diakses pada tanggal 27 Januari 2023 Pukul 14.20 WIB., <https://kompasiana.com>.

sebagaimana diubah oleh Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 (UU ITE), Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa (UU AAPS), Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (UU Perdagangan) dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE). Terdapat banyak ragam jenis sarana media elektronik yang dapat digunakan dalam ODR seperti aplikasi konferensi *video (video conference)*, seperti *Zoom, Google Meet* dan aplikasi konferensi video lainnya, surat elektronik (*email*), *feedback system*, fitur obrolan (*chat feature*) dan *artificial intelligence (AI)* dan campuran diantara sarana media elektronik tersebut.

Untuk jenis penyelesaian sengketa yang ada pada saat ini meliputi *online settlement* (penyelesaian sengketa secara *daring*), *online mediation* (mediasi secara *daring*), *online negotiation* (negosiasi secara *daring*) dan *online arbitration* (arbitrase secara *daring*).¹⁴⁴ Pada praktiknya saat ini, menurut Van Den Heuvel, ODR menyelesaikan sengketa melalui 4 (empat) mekanisme, yaitu :¹⁴⁵

- a. *Online Settlement*. Mekanisme yang berkembang di Amerika Serikat ini merupakan suatu fasilitas penyelesaian sengketa yang dilakukan secara *daring*. Mekanisme ini digunakan untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan di bidang finansial yang tidak hanya melayani permasalahan yang berkaitan dengan aktivitas yang terjadi di *cyber space* (dunia maya). *Cybersettle* merupakan *website* pertama yang menyediakan penyelesaian sengketa yang berhubungan dengan bidang finansial yang kemudian selanjutnya diikuti oleh *clicknsettle*.

¹⁴⁴ Sree Khresna Bharadwaj H, "A Comparative Analysis of Online Dispute Resolution Platforms," *American Journal of Operations Management and Information Systems* 2, no. 3 (2017): 84.

¹⁴⁵ Esther Van Den Heuvel", *Online Dispute Resolution As A Solution To Cross-Border E-Disputes*", Diakses pada tanggal 22 Juni 2022 Pukul 13.20 WIB., <https://www.oecd.org/digital/consumer/1878940.pdf>.

- b. *Online Arbitration*. Mekanisme ini juga dapat disebut dengan arbitrase *daring*, dimana mekanisme ini menggunakan *website* sebagai media arbitrase yang tentunya didukung dengan arbitrator yang terqualifikasi sebagai pihak ketiga. Tujuan dari mekanisme ini adalah untuk menyelesaikan sengketa diantara para pihak yang timbul sebagai akibat adanya hubungan kontrak online diantara mereka. Mekanisme ini banyak digunakan pada model *e-commerce Business to Business (B2B)*. Model B2B merupakan transaksi bisnis yang terjadi diantara pelaku bisnis yang satu dengan pelaku bisnis lainnya yang dapat berbentuk kesepakatan spesifik dengan tujuan untuk mendukung kelancaran usaha atau bisnis. Selain itu, mekanisme ini juga dapat dimanfaatkan untuk sengketa komersial bagi para pihak yang sedang berada di negara yang berbeda.
- c. *Online Resolution of Consumer Complaints*. Mekanisme ini dapat disebut dengan resolusi *daring* terhadap pengaduan konsumen yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan pengaduan konsumen. Pelaksanaan mekanisme ini tidak sepenuhnya dilakukan secara *daring*, dimana pengaduan memang dapat dilakukan secara *daring*, tetapi akan dilanjutkan oleh penyelenggara layanan untuk dihubungkan dengan pihak yang merupakan perwakilan dari perusahaan dalam menyelesaikan masalah yang ada.
- d. *Online Mediation* Mekanisme ini dapat disebut juga mediasi *daring*, dimana *website* akan digunakan sebagai sarana tempat mediasi dengan dukungan dari mediator yang terqualifikasi sebagai pihak ketiga. Mediator ini akan berfungsi sebagai penengah yang akan membantu menyelesaikan sengketa antara para pihak. Dalam mekanisme ini, para pihak diperkenankan untuk tidak bertatap muka secara langsung, melainkan dapat melalui sarana-sarana *online*. Para pihak dapat tetap berada tempat kediamannya masing-masing dalam pelaksanaan *online mediation*, sekalipun berbeda negara.

Dalam *Online Dispute Resolution* setidaknya-tidaknya memiliki (4) empat komponen (syarat sah dari ODR), yaitu: ¹⁴⁶

- a. Para pihak yang bersengketa harus mencapai kesepakatan untuk menyelesaikan sengketa diluar pengadilan melalui mekanisme ODR. Perbedaan antara ODR dan ADR adalah, dalam ODR menggunakan, yaitu ICT sebagai sarana penyelesaian sengketa.
- b. Terdapat panduan dari profesional yang memandu para pihak yang bersengketa untuk menjalankan ADR dengan menggunakan sarana internet (ICT).

¹⁴⁶ Riyadus Solikhin, "Urgensi Kontrak Perdagangan E-Commerce dalam Hukum Perjanjian", *Jurnal Padjadjaran Law Review* 11, no. 1 (2023): 65-79.

- c. Pengaturan mengenai ADR juga berlaku untuk pelaksanaan penyelesaian sengketa melalui internet (ODR).
- d. Perangkat lunak (*software*) digunakan sebagai sarana untuk bertukar informasi di Internet, seperti *Meet Online, Access Database, Send Document, and Hold Meeting with Voice and Video Conference*.

Adapun ruang lingkup sengketa yang dapat diselesaikan melalui ODR ini merupakan jenis sengketa di bidang perdagangan atau merupakan tipe penyelesaian sengketa *commercial law* yang seharusnya dapat diselesaikan secara damai dan tidak perlu melalui jalur litigasi (pengadilan).

Yurisdiksi dari ODR yaitu meliputi kewenangan dalam menyelesaikan kasus hukum di bidang perdagangan yang hasilnya dapat berupa *win-win solution* ataupun *win-lose solution* dari proses *electronic adjudication*.¹⁴⁷ Penyelesaian sengketa melalui ODR harus mencapai keadilan bagi para pihak terutama bagi pihak yang dirugikan. Hasil keputusan atau putusan yang dibuat melalui ODR dapat dianggap memiliki kekuatan hukum yang mengikat bagi para pihak yang bersengketa. Selain itu, perangkat lunak (*software*) dan jaringan internet yang bagus juga menjadi komponen yang amat penting dalam pelaksanaan ODR sehingga transaksi dapat diselesaikan dengan cepat, mudah, dan murah.

Dalam penyelesaian sengketa pada *platform marketplace* saat ini, terdapat adanya badan atau organisasi internasional yang mengatur sistem transaksi elektronik antar bangsa ini, maka dari itu disahkanlah *United Nations Commission on International Trade Law (UNCITRAL)* oleh PBB pada tanggal

¹⁴⁷ Gagah Satria Utama, "Online Dispute Resolution: A Revolution In Modern Law Practice", *Business Law Review Journal* 1, no. 3 (2017): 3.

16 Desember 1996. UNCITRAL sendiri merupakan aturan atau regulasi internasional yang dibentuk dengan tujuan untuk mengelompokkan suatu aturan-aturan hukum agar di dalam penggunaannya transaksi internasional mempunyai dasar hukum yang sudah mengaturnya secara tersendiri. Salah satu produk hukum dari *UNCITRAL* ialah *Model Law on Electronic Commerce*. Dasar aturan Perlindungan Konsumen internasional, dimana pada dasarnya, *United Nations* atau Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) mengeluarkan *Guidelines for Consumer Protection*, yakni sebuah pedoman yang mengatur prinsip utama konsumen yang efektif, undang-undang perlindungan konsumen, lembaga penegakan dan sistem ganti rugi.

Dalam kasus perselisihan antara konsumen dan penjual dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, diperlukan mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif. Aturan hukum harus memastikan bahwa konsumen memiliki akses ke jalur penyelesaian sengketa yang adil dan efisien, seperti arbitrase atau mediasi. Mekanisme penyelesaian sengketa ini harus mudah diakses, ke jalur penyelesaian sengketa yang adil dan efisien, seperti arbitrase atau mediasi. Mekanisme penyelesaian sengketa ini harus mudah diakses, transparan, dan dapat memberikan keputusan yang menguntungkan bagi konsumen.

Sebagai contoh penegakan hukum dari sisi perlindungan hukum perdagangan melalui *platform marketplace* menyangkut Hak Kekayaan Intelektual sangatlah mendesak. Hal ini dikarenakan di Indonesia, pelanggaran HKI masih marak terjadi di mana Mahkamah Agung mencatat 126.675 kasus sengketa merek pelanggaran terkait HKI sepanjang 2020 yang

disebabkan minimnya kesadaran HKI, termasuk di kalangan UMKM. Menanggapi hal itu, Blibli memastikan perlindungan HKI dalam Perjanjian Kerja Sama *Seller*," kata Restu. " Blibli terus mengimbau seluruh *seller* untuk hanya memasarkan dan menjual produk asli dan legal sesuai regulasi serta tidak melanggar HKI milik pihak lain, salah satunya dengan menyediakan pusat informasi bagi para *seller* di situs resmi Blibli," tambah dia. Blibli juga memberikan edukasi dan mendorong para *seller*, khususnya UMKM, untuk menggunakan jasa pendaftaran merek dari Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). Jika terdapat pelanggaran HKI diplatformnya, Blibli menyatakan akan menindak tegas dengan hukuman penalti yang mempengaruhi reputasi *seller*, *take down* dan *suspend* produk, hingga tutup akun *seller* secara permanen.¹⁴⁸

Platform marketplace lokal Blibli mendukung kebijakan perlindungan dan penegakan hukum Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang diwujudkan melalui jaminan produk orisinal serta mendorong mitra *seller* agar bersama-sama menghentikan peredaran barang palsu. "Karena kami percaya dengan menghadirkan kurasi yang didukung dengan aturan serta pengawasan kuat, maka ekosistem HKI yang kuat senantiasa tercipta hingga pada akhirnya mampu menjaga kualitas kenyamanan dan kepuasan pelanggan," ujar SVP *Commercial Analytics* Blibli Restu Kresna dikutip dari Antara, Selasa (23/11/2021).¹⁴⁹

¹⁴⁸ Liputan6, "Cara E-Commerce Lindungi Hak Kekayaan Intelektual", Diakses pada tanggal 23 Nopember 2021 Pukul 16.35 WIB., <https://www.libera.id>.

¹⁴⁹ *Ibid.*

Dalam rangka penegakan Hukum Hak Kekayaan Intelektual, maka baru-baru ini Blibli melakukan deklarasi komitmen dan dukungan perlindungan serta penegakan hukum HKI bersama *Indonesian E-Commerce Association (idEA)* dan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM. Terdapat 5 (lima) poin utama yang menjadi pernyataan dukungan dari deklarasi tersebut, yaitu mendukung kebijakan perlindungan HKI, mendorong penjual untuk memasarkan produk yang memiliki HKI, member edukasi kepada para penjual, menyediakan mekanisme pengaduan, dan bersikap kooperatif dengan pemerintah dan aparat penegak hukum. Informasi lengkap mengenai upaya dalam memerangi pelanggaran HKI bersama para *seller* bisa diakses di *seller.blibli.com/intellectual-property-protection*. Dimana pada *website* blibli terdapat tips agar tidak melanggar HKI, yaitu:¹⁵⁰

1. Gambar/foto, tidak menggunakan gambar hasil ciptaan orang lain tanpa izin.
2. Produk palsu, tidak memproduksi atau memasarkan produk palsu/imitasi.
3. Brand, tidak menggunakan brand, nama & logo orang lain tanpa hak yang sah.
4. Info tidak sesuai, tidak mencantumkan info *brand* yang tidak sesuai dengan produk.

“Blibli siap bekerja sama dan berkoordinasi secara penuh dengan pemerintah dan aparat penegak hukum untuk kepentingan penegakan hukum perlindungan HKI, termasuk dalam melakukan pengawasan terhadap pelaku pelanggaran HKI serta penyediaan data dan informasi yang dibutuhkan.”. "Kami pun akan terus

¹⁵⁰ Seller.blibli.com/intellectual-property-protection.

bersikap terbuka dengan para *stakeholder* lainnya dan konsisten menunjukkan partisipasi aktif dalam melawan peredaran produk palsu atau bajakan di dalam *platform* Blibli,” tutup Restu.¹⁵¹

2. Penyelesaian Kerugian Terhadap Konsumen dengan Prinsip Kehati-hatian

Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* yang berdampak menimbulkan kerugian bagi konsumen akibat dari tindakan pelaku usaha yang lalai, maka pelaku usaha dapat dimintai pertanggungjawaban ganti rugi.¹⁵² Sesuai dengan Teori ganti rugi dalam *platform marketplace*, kita mengenal adanya Teori *Caveat Emptor* dan Teori *Caveat Venditor*. Istilah *Caveat Emptor* berasal dari bahasa Latin yang berarti pembeli harus berwaspada. Jika pembeli tidak berhati-hati dalam pembeliannya, ia akan bertanggung jawab sendiri dan memikul seluruh risiko atas pembelian yang tidak menguntungkannya. Suatu usaha yang berlangsung lama untuk melindungi hak-hak konsumen mulai terlihat dalam abad ke-13. Sejak tahun 1810 pengadilan-pengadilan di Inggris mulai menekankan bahwa *Caveat Emptor* sudah tidak dapat diterapkan lagi. Mereka yakin sebenarnya *maxim et the buyer beware* (waspada sebelum membeli) penuh dengan kemungkinan-kemungkinan ketidakadilan.

Hingga taraf yang terus meningkat, banyak pihak yang semakin sadar

¹⁵¹ Liputan6, *loc. cit.*

¹⁵² Ria Sintha Devi dan Feryanti Simarsoit, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen *E-Commerce* Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”, *Jurnal Rectum* : Tinjauan Yuridis Penanganan Tindak Pidana 2, no. 2 (Juli 2020): 125.

bahwa implementasi Teori *Caveat Emptor* sangat merugikan konsumen. Karena itu di akhir abad 19 pengadilan-pengadilan di 30 Amerika Serikat mulai menerapkan Teori *Caveat Venditor* (berwaspadalah penjual). Dalam teori ini penjual bertanggung jawab penuh jika barang yang dijual merugikan konsumen. Akibatnya penjual harus dapat menjamin kualitas (*warranty of quality*) barang yang mereka jual. Perkembangan yang terjadi di abad 19 ini sangat mempengaruhi implementasi progresif hak-hak substantif konsumen.

Sesuai dengan Pasal 4 Huruf (h) UUPK bahwa salah satu hak konsumen, yaitu hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Sesuai dengan Pasal 19 UUPK, Pelaku usaha harus bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan oleh pelaku usaha dalam *e-commerce*. Ganti rugi yang dapat diterima oleh *consumer* atau *marketplace* akibat tindakan kelalaian atau kesalahan yang dilakukan oleh pelaku usaha dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pemberian ganti rugi dilaksanakan oleh pelaku usaha dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi. Dimana terhadap pemberian ganti rugi tersebut tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian

lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan. Ketentuan ini tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Tanggung Jawab Produk dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* sebagai tanggung jawab perdata dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat menggunakan produk yang dihasilkannya, prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab (*presumption of liability principle*) sebagai salah satu modifikasi dari prinsip tanggung jawab pada beban pembuktian terbalik. Prinsip tanggung jawab mutlak yang dianut oleh para produsen memberikan perhatian yang sangat penting bagi para produsen dalam melindungi konsumen selaku pihak yang lemah dalam menjalankan suatu transaksi, terutama dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. *Product liability* yang menganut *strict liability* dapat sangat berguna bagi para konsumen dalam melindungi para konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, sehingga konsumen tidak berkewajiban membuktikan suatu kesalahan, hanya saja para konsumen dalam bertransaksi hendaknya dapat membuktikan kalau suatu produk yang dipakainya cacat, sehingga merugikannya.¹⁵³

Menurut Pasal 47 UUPK bahwa fungsi penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk

¹⁵³Fitriah, "Tanggung Jawab Produk Dalam Transaksi E-Commerce", *Jurnal Universitas Palembang* 19, no. 1 (Januari 2021): 118.

menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen.

Penyelesaian kerugian terhadap konsumen dalam *platform marketplace* dengan prinsip kehati-hatian melibatkan serangkaian langkah yang dirancang untuk memastikan bahwa konsumen mendapatkan kompensasi yang adil jika mereka mengalami kerugian akibat transaksi jual beli pada *platform marketplace*. Berikut adalah 3 (tiga) penerapan prinsip kehati-hatian dalam penyelesaian kerugian terhadap konsumen, yaitu terdiri dari:¹⁵⁴

1. **Perlakuan Adil** : Pelaku usaha harus memastikan bahwa mereka memberikan kompensasi yang adil kepada konsumen jika terjadi kerugian. Ini termasuk memberikan kompensasi yang setara dengan nilai barang atau jasa yang terkena kerugian, dan memastikan bahwa kompensasi tersebut diberikan dalam waktu yang wajar.
2. **Transparansi** : Pelaku usaha harus memberikan informasi yang jelas dan transparan kepada konsumen tentang bagaimana kerugian akan ditangani. Ini termasuk memberi tahu konsumen tentang hak dan kewajiban mereka, dan memberikan informasi tentang proses penyelesaian kerugian.
3. **Arbitrase** : Jika terjadi sengketa atau keraguan tentang kerugian, pelaku usaha harus memastikan bahwa ada mekanisme arbitrase yang ada. Arbitrase adalah proses di mana pihak-pihak yang terlibat dalam sengketa memilih arbiter yang independen untuk menyelesaikan sengketa. Ini memastikan bahwa konsumen mendapatkan penyelesaian yang adil.

Penelitian lain dilakukan oleh Raplin Jauhari dan kawan-kawan pada tahun 2020 menyimpulkan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen atas kesalahan penjual belum terpenuhi dan kewajiban penjual hanya sebatas memberikan ganti rugi atau mengganti barang sesuai dengan nilainya.¹⁵⁵

¹⁵⁴ Deisy Fricillia Putri Lumentut, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce", *Jurnal Lex Privatum* IX, no. 3 (April 2021): 217-226.

¹⁵⁵ N.M. Jauhari, R. Kasim and N.M. Wirasaputri, "Legal Protection Of Consumers Due To Default In Online Buying And Selling Transactions", *Estudiante Law Journal* 2 (2020): 53-71.

Memperhatikan substansi Pasal 2 UUPK, adanya sengketa konsumen merupakan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen yang atas adanya akibat adanya pelanggaran dari hak-hak konsumen dari produk barang ataupun jasa dari pelaku usaha yanguntutannya mencakup hukum publik dan privat serta transnasional. Selanjutnya, dengan adanya kerugian hak konsumen dari kerugian menggunakan produk pelaku yang telah dialami konsumen akibat dari produk pelaku usaha baik berskala besar maupun kecil, konsumen berhak untuk mendapatkan ganti kerugian dari pelaku usaha dan adanya upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut. Walaupun demikian, kenyataannya dalam kasus sengketa antara konsumen dan pelaku usaha, konsumen lebih sering berada pada posisi yang lemah karena harus berhadapan dengan korporat; entitas bisnis dengan modal atau dana yang (tidak jarang) besar dan dengan jaringan yang luas.

Oleh karena itu, dengan semangat memberikan keadilan bagi yang lemah (dalam hal ini konsumen), Indonesia sebagai negara hukum, mengesahkan UUPK ini yang kemudian menjadi piranti hukum perlindungan konsumen Indonesia. Penerapan ini selain dimaksud untuk memberikan perlindungan hukum kepada konsumen yang merasa dirugikan, juga untuk mencegah terjadinya main hakim sendiri dari masyarakat yang perlindungan bagi konsumen atas kerugian yang diterima akibat tidak bertanggungjawabnya para pelaku usaha pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dalam pelunasan transaksi sudah diatur secara jelas dalam

Pasal 19 UUPK. Namun bila nomor pelaku usaha dapat dihubungi maka pelaku dapat dimintai pertanggung jawaban ganti rugi.

Namun mengingat UUPK tidak mengatur ganti rugi immaterial, maka atas ketiadaan ganti rugi atas kerugian nonmateri di dalam UUPK, menyebabkan konsumen yang dirugikan lebih memilih menggunakan Pasal 1243 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang selanjutnya disingkat dengan KUH Perdata yang mengenal ganti rugi nonmateri.

Adapun tujuan asas kepastian hukum dalam perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace* adalah untuk menciptakan lingkungan yang adil dan teratur bagi konsumen dalam melakukan transaksi jual beli pada *platform marketplace*. Tujuan ini mencakup beberapa hal termasuk:

1. **Menjamin keadilan dalam transaksi:** Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, konsumen harus dilindungi dari praktik-praktik yang tidak adil, seperti harga yang tidak wajar, kualitas produk yang buruk, atau ketidakjelasan mengenai ketentuan kontrak. Asas kepastian hukum memastikan bahwa aturan-aturan yang mengatur transaksi jual beli melalui *platform marketplace* jelas dan dapat dipahami oleh semua pihak yang terlibat, sehingga konsumen dapat membuat keputusan yang tepat dan berdasarkan informasi yang cukup.
2. **Meningkatkan kepercayaan konsumen:** Asas kepastian hukum juga bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap transaksi

jual beli melalui *platform marketplace*. Dengan menjamin bahwa konsumen dilindungi oleh hukum dan aturan-aturan yang adil, konsumen akan merasa lebih nyaman untuk melakukan transaksi secara *online* dan akan lebih cenderung untuk mengulangi transaksi di masa depan.

2. **Mengurangi risiko untuk konsumen:** Asas kepastian hukum juga bertujuan untuk mengurangi risiko yang dihadapi konsumen dalam transaksi *e-commerce*. Dengan menjamin bahwa konsumen dilindungi oleh hukum dan aturan-aturan yang adil, konsumen akan merasa lebih aman dan nyaman untuk melakukan transaksi, dan akan merasa bahwa mereka memiliki hak-hak yang terlindungi. Dalam hal ini, asas kepastian hukum dan transaksi *fairness* saling terkait karena tujuan keduanya adalah untuk menciptakan lingkungan yang adil bagi konsumen. Transaksi *fairness* mengacu pada konsep bahwa setiap transaksi harus dilakukan secara adil dan setara, dan bahwa setiap pihak harus memiliki kesempatan yang sama untuk memperoleh manfaat dari transaksi tersebut. Asas kepastian hukum membantu menciptakan lingkungan yang adil dengan menjamin bahwa aturan-aturan yang mengatur transaksi jual beli melalui *platform marketplace* jelas dan dapat dipahami oleh semua pihak yang terlibat, dan bahwa konsumen dilindungi oleh hukum dan aturan-aturan yang adil, sehingga, asas kepastian hukum sangat penting dalam memastikan transaksi *fairness* di dalam *platform marketplace*.

Dalam penyelesaian sengketa konsumen melalui jalur peradilan dapat

dihat Putusan Pengadilan yang telah memiliki kekuatan hukum tetap (*inkracht*) dalam perlindungan konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dapat berupa putusan yang dikeluarkan oleh Pengadilan Konsumen atau Pengadilan Umum. Beberapa contoh putusan tersebut adalah:

1. Putusan yang menghukum penjual atau penyedia layanan *platform marketplace* karena melakukan praktik-praktik bisnis yang merugikan konsumen, seperti harga yang tidak wajar, produk yang cacat atau pelayanan yang buruk.
2. Putusan yang menghukum penjual atau penyedia layanan *platform marketplace* karena melakukan praktik-praktik bisnis yang merugikan konsumen, seperti harga yang tidak wajar, produk yang cacat, atau pelayanan yang buruk.
3. Putusan yang memerintahkan penjual atau penyedia layanan *platform marketplace* untuk memberikan ganti rugi kepada konsumen yang mengalami kerugian akibat dari praktik-praktik bisnis yang tidak adil.
4. Putusan yang memerintahkan penjual atau penyedia layanan *platform marketplace* untuk menghentikan praktik-praktik bisnis yang tidak adil atau merugikan konsumen.
5. Putusan yang menegaskan hak-hak konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, seperti hak untuk membatalkan pembelian dalam jangka waktu tertentu atau untuk mendapatkan informasi yang jelas mengenai produk atau layanan yang ditawarkan.

Putusan Pengadilan yang telah memiliki kekuatan hukum tetap ini memiliki kekuatan hukum yang mengikat dan harus dijalankan oleh pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace* tersebut. Putusan ini juga dapat digunakan sebagai acuan atau preseden dalam kasus-kasus serupa di masa yang akan datang, sehingga dapat membantu meningkatkan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace* secara keseluruhan.

Dalam perlindungan pelaku usaha pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, asas kepastian hukum dapat diterapkan melalui beberapa cara, antara lain :

1. Pelaku usaha juga memerlukan penegakan hukum yang konsisten dan adil terkait dengan transaksi pada *platform marketplace* yang mereka lakukan. Hal ini dapat diwujudkan melalui penerapan hukum yang sama untuk semua pelaku usaha tanpa terkecuali dan tidak adanya diskriminasi dalam penerapan hukum.
2. Pelaku usaha juga memerlukan keadilan dalam penyelesaian sengketa yang terkait dengan transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Penyelesaian sengketa yang adil dan tepat waktu dapat memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha dalam transaksi pada *platform marketplace*.

E. Analisis Kasus dalam Konteks Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan hukum represif adalah upaya hukum yang diberikan untuk menyelesaikan sengketa atau pelanggaran dengan memberikan sanksi, seperti

denda, penjara, dan hukuman tambahan. Upaya represif merupakan upaya terakhir yang dilakukan setelah terjadi pelanggaran atau sengketa. Upaya ini bertujuan untuk mengembalikan keserasian yang terganggu akibat konflik atau penyimpangan. Perlindungan hukum represif dapat dilakukan melalui litigasi dan non litigasi. Litigasi dilakukan melalui Pengadilan, sedangkan non litigasi dilakukan melalui Badan Perlindungan Konsumen Nasional, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

Berbeda dengan perlindungan hukum represif, perlindungan hukum preventif adalah upaya pencegahan pelanggaran hukum. Perlindungan hukum preventif dilakukan oleh pemerintah dengan memberikan rambu-rambu atau batasan-batasan dalam melakukan suatu kewajiban. Upaya preventif adalah upaya mencegah pelanggaran hukum. Sementara itu, upaya represif adalah upaya memulihkan gangguan.

Dalam konteks perlindungan hukum represif pada transaksi jual beli pada *platform marketplace*, maka beberapa kasus jual beli pada *platform marketplace* diantaranya :

1. Contoh Kasus Penyelesaian Sengketa melalui jalur peradilan (litigasi):

- **Kasus Posisi:**

Studi kasus perdata perbuatan melawan hukum (wanprestasi) dalam transaksi *e-commerce* berdasarkan Perjanjian Transaksi Elektronik yang melibatkan Amir Salim sebagai penggugat dan PT. Ecart Webportal

Indonesia (Lazada Indonesia) sebagai Tergugat. Penggugat atas nama Reno dengan surat gugatannya tertanggal 31 Juli 2020 yang didaftarkan pada Kepaniteraan Pengadilan Negeri Jakarta Barat dengan register pendaftaran Perkara Nomor 588/Pdt.G/2020/PN Jkt.Brt dalam Perkara *e-commerce* pemesanan barang berupa Antam Logam Mulia Keping Emas (50 g/999.9% *Fine Gold Certificate*) dengan Nomor pesanan 390468958969274 dalam situs belanja *Online* pada Sistem Elektronik Lazada (Selanjutnya disebut Produk) dengan akun yang digunakan dengan sebutan Reno.

Pada Kasus ini, pihak konsumen sebagai pihak Penggugat yang dirugikan karena kelalaian atas kelalaian dari konsumen sendiri selaku penggugat karena telah memberitahukan Kata Sandi kepada Pihak Tidak Dikenal karena berasumsi bahwa Pihak Tidak Dikenal adalah Tergugat. Dimana akun Penggugat telah diretas (*hacking*) oleh pihak yang tidak bertanggung jawab sebab ternyata yang diminta oleh pihak tersebut, bukanlah nomor aktivasi untuk resi pengiriman, melainkan kode OTP (*One-Time Password*) akun Penggugat.

- **Kasus Posisi:**

Selain itu, pada contoh kasus transaksi jual beli melalui *platform marketplace* (Studi Kasus Putusan Pengadilan Nomor 183/Pdt.G/2018/PN.Mdn), yaitu : Terdapat transaksi pembelian *Macbook* oleh pembeli dalam hal ini adalah Penggugat (konsumen) terhadap Toko Elipa *Store* sebagai *e-merchant* (pelaku usaha) melalui *platform* Aplikasi Tokopedia pada tanggal 15 Februari 2018 dengan harga sebesar Rp.22.369.400,-. Penggugat merasa dirugikan akibat kelalaiandari pihak Tokopedia selaku *marketplace*, maka pembeli (konsumen) mengajukan gugatan ganti kerugian melalui Pengadilan Negeri Medan dengan Nomor Perkara 183/Pdt.G/2018/PN.Mdn Perdata Gugatan pada tahun 2018. Adapun isi putusan Pengadilan pada kasus tersebut, yaitu : dengan memperhatikan ketentuan UUPK , R.Bg dan peraturan perundang-undangan yang berkaitan, Pengadilan Negeri Medan yang mengadili perkara dengan keputusan dalam provisi Menolak gugatan Provisi Penggugat dan menyatakan eksepsi Tergugat dapat diterima, sedangkan dalam pokok perkara menyatakan gugatan Penggugat tidak dapat diterima. Pada Kasus ini, konsumen selaku penggugat merasa dirugikan akibat kelalaian dari pihak Tokopedia selaku *marketplace*.

- **Kasus Posisi:**

Selain itu juga terdapat Kasus gugatan dari Komunitas Konsumen Indonesia selaku Penggugat yang menggugat Menteri Komunikasi dan Informatika RI dan PT Tokopedia selaku Tergugat, dimana Penggugat sebagai Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) di dalam surat gugatannya tertanggal 6 Mei 2020 yang diterima di Kepaniteraan Pengadilan Negeri Jakarta Pusat pada tanggal 8 Mei 2020 dan telah terdaftar dengan Register No. 235/Pdt.G/2020/PN.JKT.PST. Dimana gugatan dari Penggugat diajukan sehubungan dengan terjadinya kesalahan dari Tergugat II, yaitu PT Tokopedia selaku penyelenggara sistem elektronik dalam menyimpan dan melindungi kerahasiaan data pribadi dan hak privasi akun pengguna situs belanja *online* TOKOPEDIA.Com yang saat ini dikuasai oleh pihak ketiga tanpa persetujuan pemilik akun. dan menjaga kepercayaan konsumen terhadap bisnis. Konsumen harus memastikan bahwa mereka memahami dan menyetujui syarat dan ketentuan sebelum melakukan transaksi, sedangkan pelaku bisnis harus mematuhi persyaratan hukum yang berlaku dan memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang produk atau layanan yang mereka tawarkan. Dalam menghargai hak-hak para konsumen, informasi yang lengkap dan akurat sangat penting atas suatu barang dalam menjunjung hak konsumen.

Analisa Kasus:

Pada kasus tersebut, penyelesaian sengketa ditempuh melalui jalur peradilan. Namun terlepas dari pihak *marketplace* (Lazada) yang dituduh bersalah, sehingga dituntut untuk mengganti kerugian, namun di sini harus dibuktikan apakah kesalahan tersebut ada di pihak konsumen yang teledor atau memang ada di pihak pelaku usaha atau *marketplace*. Secara yuridis, *marketplace* selaku pihak yang memfasilitasi *platform marketplace* antara konsumen dan pelaku usaha, namun sesuai dengan UU ITE harus dibuktikan apakah *platform marketplace* tersebut telah memiliki aplikasi yang andal dan aman. Jika ternyata *platform marketplace* tersebut ternyata dapat dibuktikan memang memiliki keandalan dan keamanan, maka *marketplace* tidak dapat dipersalahkan, tetapi justru konsumenlah yang harus bertanggung jawab atas tindakan kelalaian yang dilakukan olehnya sendiri. Tetapi sebaliknya jika tidak dapat dibuktikan bahwa *platform marketplace* tersebut andal, aman dan dapat beroperasi sebagaimana mestinya sebagaimana yang diatur dalam UU ITE, maka jika *marketplace* dibebankan tanggung jawab untuk mengganti kerugian, berarti *marketplace* berada dalam posisi perlindungan hukum yang lemah. Dimana sesuai dengan UU ITE yang dimaksud dengan definisi "andal" adalah Sistem Elektronik memiliki kemampuan yang sesuai dengan kebutuhan penggunaannya. Yang dimaksud dengan "aman" adalah Sistem Elektronik terlindungi secara fisik dan nonfisik. Sedangkan yang dimaksud

dengan "beroperasi sebagaimana mestinya" adalah Sistem Elektronik memiliki kemampuan sesuai dengan spesifikasinya, termasuk kemampuan Sistem Elektronik dalam mematuhi atau memenuhi kewajiban tata kelola Penyelenggaraan Sistem Elektronik yang diatur dalam peraturan perundang-undangan.. Selanjutnya sesuai dengan UU ITE diatur bahwa penyelenggara Sistem Elektronik haruslah subjek hukum yang bertanggung jawab secara hukum terhadap Sistem Elektronik tersebut.¹⁵⁶ Sesuai dengan UU ITE diketahui bahwa "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah".¹⁵⁷ Pada kasus ini juga, jika terbukti kebocoran data pribadi terdapat unsur kesalahan/kelalaian dari pihak bank dalam konteks payment gateway, maka tidak menutup kemungkinan bank juga dapat dimintakan pertanggungjawabannya, sehingga bank perlu juga dilindungi dalam transaksi perdagangan pada *platform marketplace* ini.

Jika konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* melakukan penipuan dengan mengklaim tidak menerima barang padahal sebenarnya telah menerima, maka pelaku usaha dapat melaporkan masalah ini kepada *platform marketplace* yang digunakan dan meminta bantuan untuk menyelesaikan masalah ini. Tindakan konsumen yang memalsukan alamat, nomor handphone, bahkan bukti transfer yang tentunya menyebabkan kerugian bagi pelaku usaha. Ketika unsur penipuan di Pasal 378 KUHP dalam suatu transaksi *online* terpenuhi, maka pihak pelaku usaha sebagai pihak yang dirugikan dapat mengajukan laporan atas tindak pidana penipuan. Pada kasus terkait perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*, aparat penegak hukum dalam kondisi tertentu masih memberlakukan pasal Tindak Pidana Penipuan, yaitu Pasal 378 KUHP, walaupun sebenarnya ketentuan yang harus diberlakukan adalah UUPK. Namun, mungkin karena kurang sosialisasi, sehingga pemahaman aparat penegak hukum masih menerapkan KUHP terkait penipuan.

Selanjutnya sesuai dengan Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2016 tentang Batasan dan Tanggung Jawab Penyedia *Platform* dan Pedagang (*Merchant*) Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*Electronic Commerce*) yang berbentuk *User Generated Content*, adalah peraturan yang dikeluarkan oleh Menteri Komunikasi dan Informatika. Surat edaran ini berfokus pada regulatorisasi dan tanggung jawab penyedia *platform* dan pedagang (*merchant*) dalam mengelola konten yang dihasilkan oleh pengguna dalam konteks *e-commerce*. Aturan ini memisahkan tanggung jawab penyedia situs jual beli *daring* yang berkonsep *marketplace* berbasis *User Generated Content (UGC)* dengan penjual yang memakai jasa mereka. Surat Edaran ini mengkomodir *Safe Harbour Policy* yang diberlakukan di Amerika Serikat.

¹⁵⁶ Penjelasan Pasal 15 ayat (1) dan (2) Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara RI Tahun 2024 Nomor 1. Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6905. Sekretariat Negara. Jakarta.

¹⁵⁷ Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, *loc. cit.*

Selain itu, Dilihat dari klausula baku pada *platform marketplace* adanya kecenderungan, terlihat adanya pengalihan tanggung jawab *marketplace* baik kepada pihak pembeli selaku konsumen maupun kepada pihak penjual selaku pelaku usaha. Padahal sesuai dengan UUPK diatur bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila salah satunya menyatakan pengalihan tanggung jawab.¹⁵⁸

2. Contoh Kasus Penyelesaian Sengketa di luar jalur peradilan:

- **Kasus Posisi:**

Kasus konsumen yang bernama Sdr. Ismintoni yang berdomisili di Palembang pada tanggal 25 April 2022 telah membeli 1 (satu) unit Televisi ukuran 32 inch merk Coocaa secara *online* melalui *marketplace* lazada dengan sistem pembayaran *COD (cash on delivery)* dan jasa pengirimannya melalui JNE Express. Bahwa paket pengiriman barang tersebut dibeli dari *marketplace* Lazada dengan nomor pesanan 845882884148985 dengan tujuan Palembang Sumatera Selatan. Bahwa pada tanggal 28 April 2022 barang tersebut sampai di tempat tujuan dan langsung dilakukan pembayaran oleh pemohon tetapi tidak langsung di *unboxing* (membuka kemasan). Bahwa setelah beberapa waktu pemohon membuka kemasan barang kiriman yang telah dibeli dan ternyata barang kiriman yang telah dibeli tersebut rusak. Bahwa terhadap permasalahan tersebut, pemohon telah menghubungi pelaku usaha (jasa pengiriman barang JNE) untuk menanyakan perihal barang yang rusak akan tetapi tidak ada penggantian dari pelaku usaha atas barang yang rusak tersebut. Pemohon mengajukan tuntutan, yaitu:

- Penggantian unit televisi baru; atau
- Pengembalian uang yang sesuai dengan pembelian barang.

Bahwa atas permohonan tersebut, Termohon telah menyampaikan jawabannya secara lisan yang pada pokoknya membenarkan seluruh keterangan pemohon. Akan tetapi dalam tuntutananya, Termohon merasa keberatan dengan alasan bahwa dikarenakan pemohon membeli barang melalui *marketplace* Lazada dan pihak *marketplace* yang mengirimkan barang menggunakan jasa pengiriman JNE Express, maka konsumen seharusnya membuat laporan pengaduan terlebih dahulu kepada pihak *marketplace* Lazada yang nantinya pihak dari *marketplace* yang akan membuat laporan kepada pihak JNE Express. Terhadap kasus tersebut, maka berdasarkan putusan dalam sidang Majelis BPSK pada Hari Senin tanggal 27 Juni 2022, maka BPSK memutuskan:

¹⁵⁸ Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, *loc. cit.*

1. Pihak *Marketplace* (Lazada) bersedia mengganti kerugian.
2. Pemberian uang tersebut sebagai pengganti atas kerusakan pembelian televisi 32 inch Merk Coocaa.
3. Pengembalian dana atas kerusakan pembelian Televisi 32 Inch Merk Coocaa telah ditransfer padatanggal 11 Juli 2022 dengan bukti pengiriman melalui *email* pihak Lazada Indonesia.

Analisa Kasus:

Pada kasus tersebut, penyelesaian sengketa ditempuh melalui jalur di luar peradilan yang diselesaikan oleh BPSK. Pada putusan BPSK pihak *Marketplace* (Lazada) yang dibebankan tanggung jawab hukum untuk mengganti kerugian terlepas dari apakah pihak Lazada selaku *marketplace* “telah bersedia mengganti kerugian”. Namun, di sini peneliti melihat adanya ketidakseimbangan perlindungan hukum, dimana seharusnya dibuktikan dahulu apakah barang tersebut memang sudah rusak pada saat akan dilakukan pengiriman, karena barang tersebut dikirim oleh pelaku usaha atau barang tersebut mengalami kerusakan dalam perjalanan, berarti kesalahan jasa kurir pengirim barang atau rusak setelah diterima oleh pihak konsumen berarti kesalahan pihak konsumen. Jika terdapat klausula baku yang mengatur bahwa pada saat menerima barang terlebih dahulu konsumen *unboxing* (membuka kemasan), jika tidak, maka tidak dapat mengajukan tuntutan ganti rugi. *Marketplace* di sini hanya bertindak sebagai penyedia *platform marketplace* antara konsumen dan pelaku usaha, seharusnya pihak pelaku usaha yang harus bertanggung jawab, sepanjang konsumen telah melakukan *unboxing* (membuka kemasan) pada saat menerima barang. Jelas di sini, *marketplace* berada pada posisi yang lemah (tidak seimbang) dibandingkan dengan pelaku usaha.

Pada banyak kasus/sengketa konsumen terkadang pada saat konsumen menuntut haknya dengan melaporkan atau bahkan menggugat pihak pelaku Usaha, seperti pada penyelesaian sengketa konsumen pada kasus pembelian 1 (satu) unit televisi 32 inch merk coocaa secara *online* melalui *marketplace* pada tanggal 25 April 2022 dengan sistem pembayaran *COD* (*cash on delivery*) dan jasa pengirimannya melalui JNE Express.

Paket pengiriman barang tersebut dibeli dari *marketplace* Lazada dengan nomor pesanan 845882884148985 dengan tujuan Palembang Sumatera Selatan. Bahwa pada tanggal 28 April 2022 barang tersebut sampai di tempat tujuan dan langsung dilakukan pembayaran oleh pemohon tetapi tidak langsung di*unboxing* (membuka kemasan). Bahwa setelah beberapa waktu pemohon membuka kemasan barang kiriman yang telah dibeli dan ternyata barang kiriman yang telah dibeli tersebut rusak. Pemohon telah menghubungi pelaku usaha (jasa pengiriman barang JNE) untuk menanyakan perihal barang yang rusak akan tetapi tidak ada penggantian dari pelaku usaha atas barang yang rusak tersebut. Pemohon mengajukan tuntutan, yaitu penggantian unit televisi baru atau pengembalian uang yang sesuai dengan pembelian barang.

Terhadap permasalahan tersebut, maka dengan putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Nomor 11/PTS/BPSK/VI/2022 tanggal 27 Juni 2022 memutuskan pihak *marketplace* (Lazada) untuk mengganti kerugian berupa uang sebesar Rp.1.921.762,- (satu juta Sembilan ratus dua puluh satu ribu tujuh ratus enam puluh dua rupiah). Uang tersebut merupakan pengembalian dana atas kerusakan pembelian televisi 32 inch merk coocaa telah ditransfer pada tanggal 11 Juli 2022 dengan bukti pengiriman melalui *email* pihak Lazada Indonesia. Penyelesaian sengketa konsumen pada *platform marketplace* tersebut diajukan proses penyelesaiannya di luar jalur peradilan. Dimana pertimbangan BPSK untuk menetapkan pihak *marketplace*, yaitu Lazada untuk mengganti kerugiannya karena pihak *marketplace* yang mengirimkan barang dengan menggunakan jasa pengiriman ke JNE Express.

Di sini terlihat kedudukan *marketplace* berada pada posisi yang lemah dibandingkan pelaku usaha, dimana seharusnya pelaku usaha yang memiliki Toko *Online* harusnya bertanggung jawab untuk mengganti dibandingkan pelaku usaha. Seharusnya pelaku usaha yang memiliki Toko *Online* harusnya bertanggung jawab untuk mengganti kerugian, namun justru *marketplace* yang disuruh mengganti kerugian konsumen dengan pertimbangan karena pihak *marketplace* yang mengirimkan barang dengan menggunakan jasa pengiriman ke JNE Express bukan pelaku usaha. Di samping itu, jasa pengiriman perlu juga dilindungi karena terekspos risiko untuk dibebankan tanggung jawab mengganti kerugian. Padahal televisi tersebut dijual oleh pelaku usaha dan pelaku usaha tidak dihadirkan pada saat pembahasan masalah. Dapat juga konsumen tidak diberikan penggantian ganti kerugian dikarenakan bahwa pada tanggal 28 April 2022 barang tersebut sampai di tempat tujuan dan langsung dilakukan pembayaran oleh pemohon tetapi tidak langsung *diunboxing* (membuka kemasan).

Sesuai klausula baku *online* antara *marketplace* dan konsumen, bahwa setelah barang diterima pada saat dibuka untuk dilakukan *unboxing*. Terkadang juga konsumen yang dirugikan setelah melaporkan kepada BPSK atau pihak Kepolisian, pada saat akan diproses penyelidikan atau penyelesaian sengketanya, pihak pelapor (konsumen) kadang tidak mau melanjutkan lagi proses pemeriksaannya atau bahkan mencabut lagi pengaduannya. Jelas hal ini melemahkan kedudukan konsumen. Penyelesaian sengketa di luar jalur peradilan terkendala apabila terjadi permasalahan sengketa konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* yang terjadi di wilayah, dimana pada provinsi tersebut tidak terdapat BPSK. Hal ini disebabkan, saat ini, tahun 2024 tidak semua provinsi memiliki BPSK. Baru 33 provinsi yang ada BPSKnya, sedangkan 5 provinsi lainnya belum memiliki BPSK.

BAB V

KONSEP HUKUM ARAH REKONSTRUKSI HUKUM KEDEPAN (*IUS CONSITUENDUM*) UNTUK MEMITIGASI RISIKO DALAM RANGKA MEWUJUDKAN PERLINDUNGAN HUKUM YANG SEIMBANG ANTARA KONSUMEN, PELAKU USAHA DAN *MARKETPLACE* BERDASARKAN ASAS KEPASTIAN HUKUM

A. **Perlindungan Hukum dalam Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace* dan mekanisme serta upaya penyelesaian *sengketa* perbandingan sistem hukum di Beberapa Negara:**

1. *Civil Law System*:

1.1 Belanda

Pemilihan Negara Belanda dijadikan sebagai studi banding, karena Indonesia pernah dijajah oleh Belanda. Sampai dengan saat ini KUHPerduta peninggalan Belanda masih tetap diberlakukan di Indonesia. Sistem hukum Belanda bercorak hukum sipil dan terbuka. Hukum-hukumnya terbuka dan penerapan hukum adat bersifat pengecualian. Sistem hukum Belanda didasarkan pada hukum perdata Prancis dan dipengaruhi oleh Hukum Romawi dan Hukum Adat Belanda. Aturan perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* di Belanda secara umum mengikuti *Consumer Rights Directive* Uni Eropa yang memberikan konsumen hak-hak yang kuat di wilayah Uni Eropa. Kebijakan tersebut menyelaraskan dan mengharmonisasikan undang-undang perlindungan konsumen di seluruh Eropa.

Pengaturan perlindungan konsumen Belanda diatur dalam *Burgerlijk Wetboek Boek 6*. Boek 6. *Algemeen gedeelte van het verbintenissenrecht, Titel 1. Verbintenissen in het algemeen 5 en Afdeling 1. Algemene bepalingen* adalah pengaturan utama yang mengatur perlindungan konsumen di Belanda. Undang-undang ini mencakup berbagai aspek seperti kualitas produk, harga yang wajar dan hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang akurat tentang produk atau layanan. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang akurat tentang produk atau layanan, mendapatkan produk atau layanan yang sesuai dengan deskripsi, dan mendapatkan pengembalian uang jika produk atau layanan tidak memenuhi standar kualitas yang ditetapkan. Hal ini dapat terlihat di bawah ini, yaitu: ¹

Artikel 193c

“Een handelspraktijk is misleidend indien informatie wordt verstrekt die feitelijk onjuist is of die de gemiddelde consument misleidt of kan misleiden, al dan niet door de algemene presentatie van de informatie, zoals ten aanzien van:

- a. het bestaan of de aard van het product;*
- b. de voornaamste kenmerken van het product, zoals beschikbaarheid, voordelen, risico's, uitvoering, samenstelling, accessoires, klantenservice en klachten behandeling, procédé en datum van fabricage of verrichting, levering, geschiktheid voor het gebruik, gebruiksmogelijkheden, hoeveelheid, specificatie, geografische of commerciële oorsprong, van het gebruik te verwachten resultaten, of de resultaten en wezenlijke kenmerken van op het product verrichte tests of controles;*
- c. de verplichtingen van de handelaar, de motieven voor de handelspraktijk en de aard van het verkoopproces, een verklaring of een symbool in verband met directe of indirecte sponsoring of erkenning van de handelaar of het product;*
- d. prijs of de wijze waarop de prijs wordt berekend, of het bestaan van een specifiek prijsvoordeel;*
- e. de noodzaak van een dienst, onderdeel, vervanging of reparatie;*
- f. de hoedanigheid, kenmerken en rechten van de handelaar of zijn tussenpersoon, zoals zijn identiteit, vermogen, kwalificaties, status, erkenning, affiliatie, connecties, industriële, commerciële of eigendomsrechten of zijn prijzen, bekroningen en onderscheidingen;*

¹ Overheid.nl, “Burgerlijk Wetboek Boek 6”, Diakses pada tanggal 3 Agustus 2024 Pukul 21.27 WIB., <https://wetten.overheid.nl/>.

- g. *de rechten van de consument waaronder het recht van herstel of vervanging van de afgeleverde zaak of het recht om de prijs te verminderen, of de risico's die de consument eventueel loopt, waardoor de gemiddelde consument een besluit over een overeenkomst neemt of kan nemen, dat hij anders niet had genomen*".

Pasal 193c

“Suatu praktik komersial dianggap menyesatkan jika informasi yang diberikan tidak benar secara faktual atau menyesatkan atau cenderung menyesatkan konsumen pada umumnya, baik melalui penyajian informasi secara umum maupun tidak, seperti yang berkaitan dengan:

- a. keberadaan atau sifat produk;
- b. karakteristik utama produk, seperti ketersediaan, manfaat, risiko, desain, komposisi, aksesoris, layanan pelanggan dan penanganan keluhan, proses dan tanggal pembuatan atau kinerja, pengiriman, kesesuaian penggunaan, kemungkinan penggunaan, kuantitas, spesifikasi, asal geografis atau komersial, hasil yang diharapkan dari penggunaan, atau hasil dan karakteristik penting dari pengujian atau pemeriksaan yang dilakukan terhadap produk;
- c. kewajiban pedagang, motif praktik komersial dan sifat proses penjualan, pernyataan atau simbol yang berkaitan dengan sponsorship langsung atau tidak langsung atau pengakuan terhadap pedagang atau produk;
- d. harga atau cara penghitungan harga, atau adanya keunggulan harga tertentu;
- e. kebutuhan akan servis, suku cadang, penggantian atau perbaikan;
- f. kapasitas, karakteristik dan hak pedagang atau perantaranya, seperti identitas, aset, kualifikasi, status, pengakuan, afiliasi, koneksi, hak industri, komersial atau kepemilikan atau hadiah, penghargaan dan perbedaannya;
- g. hak konsumen, termasuk hak untuk memperbaiki atau mengganti barang yang diserahkan atau hak untuk menurunkan harga, atau risiko yang mungkin ditanggung konsumen, sebagai akibatnya rata-rata konsumen membuat atau dapat mengambil keputusan mengenai suatu perjanjian yang tidak akan dia buat jika tidak demikian.

Di Belanda terdapat Komisi Perlindungan Konsumen (*Commissie voor de Bescherming van de Consumenten*). Ini adalah lembaga yang bertanggung jawab untuk mengawasi penerapan hukum perlindungan konsumen di Belanda. Komisi ini memiliki kewenangan untuk menyelidiki keluhan konsumen dan mengambil tindakan terhadap perusahaan yang tidak mematuhi hukum perlindungan konsumen.

Beberapa hak yang dijamin oleh direktif perlindungan konsumen dalam *platform* perdagangan *online* (*marketplace*), yaitu:

1. Hak mendapatkan kontrak (klausula baku) tanpa klausula yang tidak adil: Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan kontrak atau klausula baku yang tidak mengandung klausula yang tidak adil.
2. Hak untuk mengembalikan barang yang dibeli secara *online* dalam 1 (satu) hari: Konsumen memiliki hak untuk mengembalikan barang yang dibeli secara *online* dalam waktu 1 (satu) hari.
3. Hak untuk mendapatkan bantuan konsultasi gratis dari *European Consumer Centre* (*ECC*) terkait perselisihan dengan pedagang/produsen yang berdomisili di wilayah Uni Eropa. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan bantuan konsultasi gratis dari *ECC* terkait perselisihan dengan pedagang atau produsen.
4. Hak mendapatkan informasi yang benar sebelum membeli produk/jasa dan konten digital. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang benar sebelum membeli produk atau jasa dan konten digital.
5. Hak untuk membatalkan pembelian yang dilakukan secara *online* atas barang yang tidak sesuai: Konsumen memiliki hak untuk membatalkan pembelian yang dilakukan secara *online* atas barang yang tidak sesuai.

Namun yang perlu menjadi perhatian bahwasannya Negara EU tidak diperbolehkan menerapkan aturan yang berbeda, terkecuali untuk hal-hal khusus. Hubungan hukum antara para pihak yang terlibat dalam jual beli melalui *marketplace* diatur oleh syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh pihak *marketplace*. Transaksi jual beli

melalui *platform marketplace* melibatkan hubungan hukum yang dituangkan melalui suatu bentuk perjanjian atau kontrak, yang juga dilakukan secara elektronik. Perlindungan hukum bagi penjual atau *seller* terutama ditekankan dalam hal pembayaran. Pihak *marketplace* mengharuskan konsumen untuk melakukan pembayaran dan kemudian melakukan konfirmasi pembayaran, baru setelah itu pihak *seller* akan mengkonfirmasi dan akan dilakukan pengiriman barang yang dipesan. Apabila terjadi suatu masalah, pihak *marketplace* menyediakan layanan pengaduan untuk menerima laporan para pihak. Selain itu, pihak *marketplace* tertentu juga menyediakan fitur layanan asuransi untuk melindungi pihak penjual dan pembeli.

Dalam konteks *marketplace*, perlindungan konsumen melibatkan hak konsumen untuk memilih jasa serta mendapatkan barang dan atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; dan hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian, apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Penyelesaian sengketa *platform marketplace* di Belanda melibatkan beberapa langkah dan proses yang harus diikuti oleh para pihak yang terlibat, yaitu:

1. **Tahapan Pengaduan:** Pertama, konsumen atau penjual yang merasa dirugikan dapat melakukan pengaduan kepada pihak *marketplace* atau pihak lain yang terlibat.

2. **Negosiasi:** Kemudian, para pihak akan mencoba menyelesaikan sengketa melalui negosiasi. Ini bisa melibatkan diskusi antara kedua belah pihak, atau bahkan dengan pihak pihak ketiga seperti pihak *marketplace*.
3. **Mediasi:** Jika negosiasi gagal, pihak *marketplace* atau pihak lain yang terlibat biasanya akan menawarkan mediasi. Mediasi adalah proses di mana pihak ketiga, biasanya bertindak sebagai perwakilan para pihak, mencoba mencapai kesepakatan yang memuaskan bagi kedua belah pihak.
4. **Pengadilan:** Jika mediasi gagal, sengketa dapat dibawa ke pengadilan. Dalam Hukum Belanda, pengadilan memiliki hak untuk memutuskan tentang sengketa, termasuk sengketa pada *platform marketplace*.
5. **Pengadilan Tinggi:** Jika hasil pengadilan di bawah hukum tidak memuaskan bagi salah satu belah pihak, mereka dapat meminta banding ke Pengadilan Tinggi. Pengadilan Tinggi memiliki hak untuk memutuskan tentang kasus yang telah ditentang di Pengadilan.

Pelanggaran Hukum Perlindungan Konsumen : Pelanggaran hukum perlindungan konsumen dapat mengakibatkan sanksi finansial bagi perusahaan yang melakukan pelanggaran tersebut. Sanksi ini dapat berupa denda atau pembekuan dana.

1.2 Jepang

Selain Belanda, Jepang sebagai negara maju yang juga pernah menjajah Indonesia menjadi pertimbangan untuk dijadikan sebagai perbandingan perlindungan hukum pada *platform marketplace*. Perdagangan *online* di Jepang yang

menganut *civil laws*, seperti di banyak negara lainnya, telah mengalami pertumbuhan signifikan dalam beberapa dekade terakhir. Ini didorong oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang memungkinkan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dalam bentuk *platform marketplace* menjadi lebih mudah, cepat dan praktis. *Platform marketplace* memungkinkan pembeli dan penjual untuk berinteraksi secara langsung tanpa perlu bertemu secara fisik, menawarkan fleksibilitas dan efisiensi dalam transaksi perdagangan.

Mekanisme penyelesaian sengketa dalam perdagangan *online* di Jepang sering menggunakan *Alternative Dispute Resolution (ADR)*, termasuk *Online Dispute Resolution (ODR)*. *ADR* adalah metode penyelesaian sengketa di luar pengadilan yang memungkinkan pihak-pihak yang bersengketa untuk menyelesaikan masalah mereka melalui mediasi atau arbitrase, bukan melalui proses hukum tradisional. *ODR* adalah bentuk *ADR* yang dilakukan secara *online*, memungkinkan pihak-pihak untuk menyelesaikan sengketa mereka melalui *platform* perdagangan digital. Untuk menyelesaikan sengketa yang muncul dari transaksi perdagangan *online*, mekanisme *ODR* menjadi solusi yang efektif. *ODR* melibatkan negosiasi, mediasi, dan arbitrase sebagai metode penyelesaian sengketa.

Penegakan hukum melalui sistem *ODR* memastikan bahwa konsumen mendapatkan keadilan dan perlindungan yang diinginkan. Hal ini mencakup penegakan hukum terhadap penjual yang tidak mematuhi ketentuan dan perlindungan terhadap konsumen yang dirugikan. Dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* internasional, menentukan hukum atau pengadilan mana yang digunakan untuk menyelesaikan sengketa menjadi tantangan. Prinsip-prinsip dalam CISG dan

prinsip-prinsip hukum umum yang berlaku di berbagai negara dapat diadopsi ke dalam hukum kontrak Jepang baru, sehingga memberikan perlindungan serta kepastian hukum kepada para pelaku usaha.

Penyelesaian sengketa *online* di Jepang diatur oleh berbagai undang-undang dan regulasi yang dirancang untuk melindungi konsumen dan memastikan transaksi perdagangan elektronik berjalan dengan lancar. Beberapa undang-undang yang relevan termasuk :

- Undang-Undang Perlindungan Konsumen: Bertujuan untuk melindungi hak konsumen dalam transaksi perdagangan elektronik.
- Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik: Mengatur tentang transaksi elektronik dan perlindungan data pengguna.
- Undang-Undang Perdagangan: Menyediakan kerangka hukum untuk transaksi perdagangan, termasuk perdagangan elektronik.

Penyelesaian sengketa *online* di Jepang juga melibatkan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (*Information and Communication Technologies /ICT*) untuk memfasilitasi proses penyelesaian sengketa. Dengan kemajuan teknologi ini, proses penyelesaian sengketa menjadi lebih cepat dan efisien, memungkinkan para pihak untuk menyelesaikan masalah mereka dengan lebih cepat dan dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan proses hukum tradisional. Secara keseluruhan, perdagangan *online* di Jepang dan mekanisme penyelesaian sengketa yang ada dirancang untuk memaksimalkan manfaat dari perdagangan elektronik, sambil memastikan bahwa konsumen dilindungi dan transaksi berjalan dengan lancar.

1.3 Indonesia

Sejarah perlindungan konsumen di Indonesia diawali dengan keprihatinan akan banyaknya kasus yang merugikan kepentingan konsumen serta didukung oleh ketidakberdayaan konsumen, maka kehadiran produk perundang-undangan untuk melindungi kepentingan konsumen sangat diperlukan. Pemerintah bersama-sama dengan DPR dan sejumlah lembaga yang berwenang memberikan perhatian kepada perlindungan konsumen. Kemudian berupaya untuk merumuskan produk hukum yang memberikan perlindungan yang memadai kepada konsumen di Indonesia. Pada akhirnya lahirlah UUPK yang disahkan pada tanggal 20 April 1999 dan mulai efektif diberlakukan setahun setelahnya (20 April 2000).²

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) yang secara populer dipandang sebagai perintis advokasi konsumen di Indonesia pada kurun waktu itu, yakni 11 Mei 1973. Gerakan di Indonesia ini cukup responsif terhadap keadaan, bahkan mendahului Resolusi Dewan Ekonomi dan Sosial PBB (ECOSOC) Nomor 2111 Tahun 1978 tentang Perlindungan Konsumen. Setelah YLKI kemudian muncul organisasi-organisasi serupa, antara lain Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) di Semarang tahun 1985, Yayasan Bina Lembaga Konsumen Indonesia (YBLKI) di Bandung dan beberapa perwakilan di berbagai provinsi di tanah air. Keberadaan YLKI sangat membantu dalam upaya peningkatan kesadaran akan

² Boulevard Shop, "Sejarah Lahirnya Hukum Perlindungan Konsumen", Diakses pada tanggal 1 Agustus 2023 Pukul 09.30 WIB., <https://www.academia.edu/>.

hak-hak konsumen, karena lembaga ini tidak hanya sekedar melakukan penelitian atau pengujian, penerbitan dan menerima pengaduan tetapi juga sekaligus mengadakan upaya advokasi langsung melalui jalur pengadilan. Sesuai dengan tugas YLKI sebagai LPKSM menurut UUPK, yaitu: ³

1. Menyebarkan informasi guna meningkatkan kesadaran hak dan kewajiban konsumen dengan melakukan sosialisasi dan edukasi kepada konsumen;
2. Memberikan nasehat kepada konsumen, terutama terhadap konsumen;
3. Membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan /pengaduan konsumen;
4. Bekerjasama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen; dan
5. Melakukan pengawasan, bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

YLKI bersama dengan BPKN (Badan Pembinaan Hukum Nasional) membentuk Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Namun Rancangan Undang-Undang ini ternyata belum dapat memberikan hasil, sebab pemerintah mengkhawatirkan bahwa dengan lahirnya UUPK akan menghambat lajunya pertumbuhan ekonomi. Pada awal tahun 1990-an, kembali diusahakan lahirnya undang-undang yang mengatur mengenai perlindungan konsumen. Salah satu ciri pada masa ini adalah pemerintahan dalam hal ini Departemen Perdagangan sudah memiliki kesadaran tentang arti penting adanya UUPK. ⁴

Secara faktual dalam kehidupan sehari-hari selalu terjadi atau timbul sengketa konsumen. Secara yuridis proses penyelesaian sengketa konsumen berdasarkan UUPK dapat ditempuh dengan menggunakan jalur litigasi (melalui pengadilan) dan

³ Pasal 44 ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

⁴ Boulevard Shop. *loc. cit.*

(melalui pengadilan) dan jalur non litigasi. Penyelesaian melalui jalur non litigasi dilakukan oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dengan cara Mediasi, Konsiliasi dan Arbitrase. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) didirikan sebagai jalan keluar untuk menghindari penyelesaian sengketa konsumen melalui peradilan umum.

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dibentuk dengan Keputusan Presiden Nomor 90 Tahun 2001, adalah sebuah peraturan yang dikeluarkan oleh Presiden Republik Indonesia. Pelaksanaan tugas BPSK diatur dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 72 Tahun 2020 tentang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yang sebelumnya diatur dengan dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 06/M-DAG/PER/2017 tentang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen tanggal 17 Februari 2017. Pembentukan BPSK diadopsi dari model *Small Claim Tribunal (SCT)* yang telah berjalan efektif di negara-negara maju, namun BPSK ternyata tidak serupa dengan SCT. Sebagaimana diketahui SCT berasal dari negara-negara yang bertradisi atau menganut sistem hukum *Common Law* atau Anglo Saxon memiliki cara ber hukum yang sangat dinamis dimana Yurisprudensi menjadi hal utama dalam penegakan hukum. Sedangkan Indonesia tradisi atau sistem hukumnya adalah *Civil Law* atau Eropa Kontinental yang cara ber hukumnya bersumber dari hukum tertulis (peraturan Perundang-Undangan). BPSK nampaknya didesain dengan memadukan kedua sistem hukum tersebut, dimana model SCT diadaptasikan dengan model pengadilan dan model ADR (*Alternative Dispute Resolution*) khas Indonesia. Hal ini nampak misalnya dari konsep BPSK yang berdasarkan UUPK merupakan salah satu lembaga penyelesaian sengketa di luar

pengadilan, namun dalam proses penyelesaian perkara diatur dengan hukum acara yang amat prosedural layaknya hukum acara perdata di Pengadilan Negeri.⁵

Pembentukan BPKN berdasarkan pada ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang ditindaklanjuti dengan Peraturan Pemerintah Nomor 04 Tahun 2019 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional. Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) memiliki peran penting dalam pengawasan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* antara lain dengan melakukan penelitian terkait barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen, dan menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat dan lembaga lainnya.

⁵ Ali Ridho (Kementerian Keuangan Republik Indonesia) , “Kewenangan BPSK Memeriksa Keberatan Lelang Eksekusi Pasal 6 Undang-Undang Hak Tanggungan”, Diakses pada tanggal 22 Januari 2018 Pukul 16.40 WIB., [https:// https://www.djkn.kemenkeu.go.id/](https://www.djkn.kemenkeu.go.id/).

Tabel 5
Data Perbandingan Hukum Perlindungan Konsumen
Pada Transaksi Jual Beli pada *Platform Marketplace*

NO.	NAMA NEGARA		
	BELANDA	JEPANG	INDONESIA
1.	<p>Di Belanda, perlindungan konsumen untuk transaksi <i>online</i> diatur oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen (<i>Wet Consumentenbescherming</i>) tahun 1992. Hukum ini memberikan hak-hak yang jelas kepada konsumen, seperti hak untuk memperoleh informasi yang jelas dan akurat tentang produk, hak untuk mengembalikan produk yang tidak sesuai, dan hak untuk mendapatkan kompensasi jika produk tidak sesuai dengan spesifikasi. Pelaksanaan hukum ini dilakukan oleh Badan Perlindungan Konsumen Belanda (<i>Consumentenbond</i>) yang berfungsi sebagai organisasi non-pemerintahan yang membantu konsumen dalam menyelesaikan masalah dengan penjual.</p>	<p>Di Jepang, perlindungan konsumen untuk transaksi <i>online</i> diatur oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen tahun 2009. Hukum ini memberikan hak-hak yang jelas kepada konsumen, seperti hak untuk memperoleh informasi yang jelas dan akurat tentang produk, hak untuk mengembalikan produk yang tidak sesuai, dan hak untuk mendapatkan kompensasi jika produk tidak sesuai dengan spesifikasi. Pelaksanaan hukum ini dilakukan oleh Badan Perlindungan Konsumen Jepang yang berfungsi sebagai organisasi pemerintahan yang membantu konsumen dalam menyelesaikan masalah dengan penjual.</p>	<p>Di Indonesia, perlindungan konsumen untuk transaksi <i>online</i> diatur oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen (Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999) dan Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2014 tentang Perlindungan Konsumen. Hukum ini memberikan hak-hak yang jelas kepada konsumen, seperti hak untuk memperoleh informasi yang jelas dan akurat tentang produk, hak untuk mengembalikan produk yang tidak sesuai, dan hak untuk mendapatkan kompensasi jika produk tidak sesuai dengan spesifikasi. Pelaksanaan hukum ini dilakukan oleh Badan Perlindungan Konsumen Indonesia (Badan Perlindungan Konsumen) yang berfungsi sebagai organisasi pemerintahan yang membantu konsumen dalam menyelesaikan masalah dengan penjual.</p>

**Data Perbandingan Hukum Perlindungan Konsumen
Pada Transaksi Jual Beli pada *Platform Marketplace***

NO.	NAMA NEGARA		
	BELANDA	JEPANG	INDONESIA
2.	<p>Di Belanda, sengketa konsumen, pelaku usaha, dan <i>marketplace</i> pada transaksi <i>e-commerce</i> biasanya diselesaikan melalui jalur pengadilan. Konsumen dapat mengajukan gugatan ke pengadilan jika mereka merasa dirugikan oleh produk atau jasa yang dibeli. Pengadilan akan memeriksa kasus dan mengambil keputusan yang adil dan sesuai dengan hukum. Selain itu, Belanda juga memiliki Badan Perlindungan Konsumen (<i>Consumentenbond</i>) yang berfungsi sebagai organisasi non-pemerintahan yang membantu konsumen dalam menyelesaikan masalah dengan penjual.</p>	<p>Di Jepang, sengketa konsumen, pelaku usaha, dan <i>marketplace</i> pada transaksi <i>e-commerce</i> biasanya diselesaikan melalui jalur mediasi. Mediasi adalah proses penyelesaian sengketa yang dilakukan oleh mediator yang berfungsi sebagai penengah antara pihak yang bersengketa. Mediator akan mempertemukan pihak yang bersengketa dan membantu mereka mencapai kesepakatan. Jika mediasi tidak berhasil, maka kasus dapat diproses melalui pengadilan. Jepang juga memiliki Undang-Undang Dasar tentang Perlindungan Konsumen yang memberikan hak-hak yang jelas kepada konsumen, seperti hak untuk memperoleh informasi yang jelas dan akurat tentang produk, hak untuk mengembalikan produk yang tidak sesuai, dan hak untuk mendapatkan kompensasi jika produk tidak sesuai dengan spesifikasi.⁶</p>	<p>Di Indonesia, sengketa konsumen, pelaku usaha, dan <i>marketplace</i> pada transaksi <i>e-commerce</i> biasanya diselesaikan melalui jalur Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). BPSK adalah lembaga non-struktural yang berfungsi sebagai penengah antara pihak yang bersengketa. BPSK akan mempertemukan pihak yang bersengketa dan membantu mereka mencapai kesepakatan. Jika BPSK tidak berhasil, maka kasus dapat diproses melalui pengadilan. Indonesia juga memiliki Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang memberikan hak-hak yang jelas kepada konsumen, seperti hak untuk memperoleh informasi yang jelas dan akurat tentang produk, hak untuk mengembalikan produk yang tidak sesuai, dan hak untuk mendapatkan kompensasi jika produk tidak sesuai dengan spesifikasi.</p>

⁶ Marcel Eka Surya Simanjuntak, "Perbandingan Perlindungan Hukum Konsumen Dan Penyelesaian Sengketa Cross Border E-Commerce Negara Indonesia Dengan Jepang e". *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)* 7, no. 3 (Juli 2023): 2033–2039.

2. *Common Law System:*

2.1 Amerika Serikat

Penentuan Amerika Serikat untuk dijadikan perbandingan, dikarenakan Amerika sebagai salah satu Negara adidaya. Selain itu dikarenakan awal mulai perkembangan Amerika Serikat sebagai Negara yang banyak memberikan sumbangan dalam masalah perlindungan konsumen. Perkembangan hukum perlindungan konsumen di Barat dimulai dari lahirnya gerakan perlindungan konsumen (*consumers movement*), yang disebut dengan era pertama pergerakan konsumen. Secara historis perlindungan konsumen diawali dengan adanya gerakan-gerakan konsumen di awal abad ke-19. Di New York pada tahun 1891 terbentuk Liga Konsumen yang pertama kali, dan pada tahun 1898 terbentuk Liga Konsumen yang pertama kali, dan pada tahun 1898 terbentuk Liga Konsumen Nasional (*The National Consumer's League*) di Amerika Serikat. Organisasi ini kemudian tumbuh dan berkembang dengan pesat, sehingga pada tahun 1903 Liga Konsumen Nasional di Amerika Serikat telah berkembang menjadi 64 cabang yang meliputi 20 negara bagian.⁷

Perjuangan untuk mewujudkan perlindungan konsumen ini juga mengalami hambatan dan rintangan. Untuk meloloskan *The Food and Drugs Act* dan *The Meat Inspection Act* telah mengalami kegagalan yang berulang-ulang. Hal ini terbukti dengan kegagalan Parlemen Amerika Serikat untuk meloloskan undang-undang tersebut pada tahun 1892.

⁷ Gunawan Widjaja, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Gramedia, 2003): 13.

Usaha tersebut dicoba lagi pada tahun 1902 dengan mendapatkan dukungan bersama-sama oleh Liga Konsumen Nasional. *The General Federation of Women's Club* dan *State Food and Dairy Chemists*, namun tetap juga gagal. Akhirnya *The Food and Drugs Act* dan *The Meat Inspection Act* lahir pada tahun 1906.⁸ Perkembangan selanjutnya terjadi pada tahun 1914, dengan dibukanya kemungkinan untuk terbentuknya komisi yang bergerak dalam perlindungan konsumen, yaitu *FTC (Federal Trade Commission)* dengan *The Federal Trade Commission Act*.⁹

Era kedua pergerakan konsumen di pentas internasional terjadi sekitar tahun 1930-an. Para pendidik melihat tentang urgensi pendidikan konsumen yang baik. Pada era ini telah dimulai pemeriksaan terhadap barang-barang yang akan dipasarkan kepada konsumen. Masyarakat sudah mulai bicara tentang hak-hak konsumen.

Era ketiga dari pergerakan perlindungan konsumen terjadi tahun 1960-an.. Era ini melahirkan satu cabang hukum baru, hukum konsumen (*consumers law*). Pada tanggal 15 Maret 1962 John F. Kennedy menyampaikan consumer message di hadapan Kongres Amerika Serikat, dan sejak itu dianggap sebagai era baru perlindungan konsumen. Pesan tersebut kemudian didukung oleh mantan Presiden Amerika Serikat Lyndon Johnson dan Richard Nixon. Dalam preambul *consumer message* ini dicantumkan formula/rumusan pokok-pokok pikiran yang sampai sekarang terkenal sebagai hak-hak konsumen (*consumer bill of right*).

⁸ Munir Fuady, *Hukum Bisnis dalam Teori dan Praktik*, Buku Kedua (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1994): 185.

⁹ Donald P. Rothschild dan David W. Carrol, *Consumer Protection: Reporting Service*, Vol. 1 (Maryland: National Publishing Corporation, 1986): 17.

Perhatian dan apresiasi yang besar terhadap masalah perlindungan konsumen juga dilakukan oleh Jimmy Carter. Pandangan Carter mengenai isu perlindungan konsumen sebagai *a breath of fresh air*, sehingga Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani menyebutkan, bahwa Jimmy Carter juga dapat dipandang sebagai pendekar konsumen karena perhatian dan apresiasinya yang besar.

Di negara-negara lain selain Amerika Serikat, baik di negara maju maupun di negara berkembang, aspek perlindungan terhadap hak-hak konsumen bangkit dan berkembang setelah era ketiga. Kendatipun sebelumnya telah lahir undang-undang yang berkaitan dengan perlindungan konsumen di beberapa negara tersebut. Aturan perlindungan hukum konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* pada *platform marketplace* di Amerika Serikat, antara lain yaitu:

1. *The Uniform Trade Practices and Consumer Protection Act (UTPCP):*

Tahun 1967, diamendir tahun 1969 dan 1970, kemudian *Unfair Trade Practices and Consumer Protection (Louisiana) Law*, Tahun 1973.¹⁰

2. *Online Privacy Rights Act:* Ini adalah hukum yang melindungi hak privasi konsumen *online*. Hukum ini memastikan bahwa perusahaan tidak dapat mengumpulkan atau menggunakan informasi pribadi konsumen tanpa persetujuan konsumen.

3. *Fair Trade Commission Act:* Ini adalah hukum yang melindungi konsumen dari penipuan dan penipuan. Hukum ini memastikan bahwa perusahaan tidak dapat menggunakan teknik penipuan atau penipuan untuk menipu konsumen.

¹⁰ Putri Syahrída, "Hukum Perlindungan Konsumen", Diakses pada tanggal 1 Agustus 2023 Pukul 09.45 WIB., <https://www.academia.edu/>.

Selain itu, di Amerika Serikat terdapat juga lembaga perlindungan konsumen, yaitu:

1. ***Federal Trade Commission (FTC)***: FTC adalah lembaga pemerintah federal yang bertugas untuk melindungi konsumen dan memastikan bahwa perusahaan beroperasi dengan cara yang adil dan bertanggung jawab. FTC memiliki kewenangan untuk melakukan penelitian, mengumpulkan data, dan melakukan tindakan hukum untuk melindungi konsumen dan memastikan bahwa perusahaan beroperasi dengan cara yang adil dan bertanggung jawab.
2. ***Consumer Product Safety Commission (CPSC)***: CPSC adalah lembaga pemerintah federal yang bertugas untuk melindungi konsumen dari produk yang tidak aman. CPSC melakukan penelitian, mengumpulkan data, dan melakukan tindakan hukum untuk melindungi konsumen dari produk yang tidak aman.
3. ***Federal Communications Commission (FCC)***: FCC adalah lembaga pemerintah federal yang bertugas untuk melindungi konsumen dalam berbagai aspek komunikasi, termasuk internet dan telepon. FCC memiliki kewenangan untuk melakukan penelitian, mengumpulkan data, dan melakukan tindakan hukum untuk melindungi konsumen dalam berbagai aspek komunikasi.

Pada perlindungan konsumen di Amerika Serikat, terdapat *National Do Not Call Registry*. Ini adalah sistem yang memungkinkan konsumen untuk berlangganan ke dalam *DNC (Do Not Call) Registry*, yang berarti mereka tidak akan menerima panggilan telepon dari penjual atau perusahaan tertentu. Ini memberikan perlindungan konsumen dari panggilan telepon yang tidak diinginkan berlangganan ke dalam *DNC (Do Not Call) Registry*, yang berarti mereka tidak akan

menerima panggilan telepon dari penjual atau perusahaan tertentu. Ini memberikan perlindungan konsumen dari panggilan telepon yang tidak diinginkan.

Penyelesaian sengketa *platform marketplace* di Amerika Serikat melibatkan beberapa langkah dan proses yang harus diikuti oleh para pihak yang terlibat. Berikut ini adalah beberapa langkah yang biasanya dilakukan:

1. **Pengaduan:** Pertama, konsumen atau penjual yang merasa dirugikan dapat melakukan pengaduan kepada pihak *marketplace* atau pihak lain yang terlibat.
2. **Negosiasi:** Kemudian, para pihak akan mencoba menyelesaikan sengketa melalui negosiasi. Ini bisa melibatkan diskusi antara kedua belah pihak, atau bahkan dengan pihak pihak ketiga seperti pihak *marketplace*.
3. **Mediasi:** Jika negosiasi gagal, pihak *marketplace* atau pihak lain yang terlibat biasanya akan menawarkan mediasi. Mediasi adalah proses di mana pihak ketiga, biasanya bertindak sebagai perwakilan para pihak, mencoba mencapai kesepakatan yang memuaskan bagi kedua belah pihak.
4. **Pengadilan:** Jika mediasi gagal, sengketa dapat dibawa ke pengadilan. **Dalam** hukum Amerika Serikat, pengadilan memiliki hak untuk memutuskan tentang sengketa, termasuk sengketa transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.
5. **Pengadilan Tinggi:** Jika hasil pengadilan di bawah hukum tidak memuaskan bagi salah satu belah pihak, mereka dapat meminta banding ke Pengadilan Tinggi. Pengadilan Tinggi memiliki hak untuk memutuskan tentang kasus yang telah ditentang di pengadilan.

Selain itu, dalam konteks transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, ada juga beberapa peraturan dan undang *Federal Trade Commission Act*, *Consumer Product Safety Commission Act* dan *Federal Communications Commission Act*. – undang-undang yang dapat membantu dalam penyelesaian sengketa. Misalnya, *Federal Trade Commission Act*, *Consumer Product Safety Commission Act* dan *Federal Communications Commission Act*. Proses penyelesaian sengketa pada *platform marketplace* dapat memakan waktu dan memerlukan banyak upaya, tetapi dengan mengikuti langkah-langkah di atas, konsumen dan penjual dapat mencapai penyelesaian sengketa.

2.2 Singapura

Singapura sebagai salah satu Negara di Asia yang maju sisi perdagangannya termasuk perdagangan melalui *platform marketplace*, sehingga dijadikan sebagai perbandingan hukum. Aturan perlindungan hukum konsumen dan *marketplace* pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* di Singapura melibatkan beberapa aspek penting:

1. ***Consumer Protection Act (CPA)***: *CPA* adalah hukum utama yang melindungi konsumen di Singapura. Hukum ini menjamin hak-hak konsumen dan memberikan perlindungan terhadap penipuan dan penipuan. Hukum ini memastikan bahwa perusahaan tidak dapat menggunakan teknik penipuan atau penipuan untuk menipu konsumen. Di Singapura aturan perlindungan konsumen berupa *The Consumer Protection (Trade Description and Safe-ty Requirement Act)* Tahun 1975.¹¹

¹¹ *Ibid.*

2. ***Consumer Protection Council (CPC)***: *CPC* adalah lembaga independen yang bertugas untuk melindungi konsumen dan memastikan bahwa perusahaan beroperasi dengan cara yang adil dan bertanggung jawab. *CPC* memiliki kewenangan untuk melakukan penelitian, mengumpulkan data, dan melakukan tindakan hukum untuk melindungi konsumen dan memastikan bahwa perusahaan beroperasi dengan cara yang adil dan bertanggung jawab.
3. ***Monetary Authority of Singapore (MAS)***: *MAS* adalah lembaga pemerintah yang bertugas untuk melindungi konsumen dalam berbagai aspek keuangan, termasuk pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. *MAS* memiliki kewenangan untuk melakukan penelitian, mengumpulkan data dan melakukan tindakan hukum untuk melindungi konsumen dalam berbagai aspek keuangan.
4. ***Electronic Commerce Act (ECA)***: *ECA* adalah hukum yang melindungi hak privasi konsumen *online*. Hukum ini memastikan bahwa perusahaan tidak dapat mengumpulkan atau menggunakan informasi pribadi konsumen tanpa persetujuan konsumen.
5. ***Fair Trading Practices Act (FTPA)***: *FTPA* adalah hukum yang melindungi konsumen dari penipuan dan penipuan. Hukum ini memastikan bahwa perusahaan tidak dapat menggunakan teknik penipuan atau penipuan untuk menipu konsumen.

Proses penyelesaian sengketa pada *platform marketplace* di Singapura harus dilakukan dalam jangka waktu yang ditentukan oleh hukum. Misalnya, *CPC* wajib mengeluarkan putusan paling lambat dalam waktu dua puluh satu hari kerja setelah gugatan diterima.

Penyelesaian sengketa pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* di Singapura melibatkan beberapa langkah dan proses yang harus diikuti oleh para pihak yang terlibat. Berikut ini adalah beberapa langkah yang biasanya dilakukan :

1. **Pengaduan:** Pertama, konsumen atau penjual yang merasa dirugikan dapat melakukan pengaduan kepada pihak *marketplace* atau pihak lain yang terlibat.
2. **Negosiasi:** Kemudian, para pihak akan mencoba menyelesaikan sengketa melalui negosiasi. Ini bisa melibatkan diskusi antara kedua belah pihak, atau bahkan dengan pihak pihak ketiga, seperti pihak *marketplace*.
3. **Mediasi:** Jika negosiasi gagal, pihak *marketplace* atau pihak lain yang terlibat biasanya akan menawarkan mediasi. Mediasi adalah proses di mana pihak ketiga, biasanya bertindak sebagai perwakilan para pihak, mencoba mencapai kesepakatan yang memuaskan bagi kedua belah pihak.
4. **Pengadilan:** Jika mediasi gagal, sengketa dapat dibawa ke pengadilan. Dalam hukum Singapura, pengadilan memiliki hak untuk memutuskan tentang sengketa, termasuk sengketa pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.
5. **Pengadilan Tinggi:** Jika hasil pengadilan di bawah hukum tidak memuaskan bagi salah satu belah pihak, mereka dapat meminta banding ke Pengadilan Tinggi. Pengadilan Tinggi memiliki hak untuk memutuskan tentang kasus yang telah ditentang di pengadilan.

Selain itu, dalam konteks transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, ada juga beberapa peraturan dan undang-undang yang dapat membantu dalam penyelesaian sengketa. Misalnya, *Personal Data Protection Act (PDPA)*, *Spam Control Act (SCA)* dan *Consumer Protection (Fair Trading) Act (CPFTA)*. Proses penyelesaian sengketa transaksi jual beli melalui *platform marketplace* di Singapura harus dilakukan dalam jangka waktu yang ditentukan oleh hukum. Misalnya, CPC wajib mengeluarkan putusan paling lambat dalam waktu 21 (dua puluh satu) hari kerja.

3. Implikasi dari Hasil Perbandingan Hukum pada Aspek Perlindungan Hukum dan Mekanisme serta Upaya Penyelesaian Sengketa pada Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace* di Beberapa Negara

Dari hasil studi perbandingan hukum pada aspek perlindungan hukum dan mekanisme serta upaya penyelesaian sengketa pada transaksi jual Beli melalui *platform marketplace* di beberapa negara, maka implikasi yang dapat diperoleh oleh peneliti bagi kemajuan Hukum Perlindungan Konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* di Indonesia, yaitu:

- a. Dari sisi pemberlakuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, keempat negara yang dijadikan perbandingan hukum telah memberlakukan aturan mengenai Undang-Undang Perlindungan Konsumen. hampir semua negara menerapkan aturan mengenai Undang-Undang Perlindungan Konsumen, seperti di Belanda, yaitu *Wet op de Bescherming van de Consumenten*), di Amerika Serikat seperti *The Uniform Trade Practices and Consumer Protection Act (UTPCP)* Tahun 1967, diamendir tahun 1969 dan 1970, kemudian *Unfair Trade*

Practices and Consumer Protection (Louisiana) Law, Tahun 1973, *Online Privacy Rights Act* hukum yang melindungi hak privasi konsumen *online*, *Fair Trade Commission Act* hukum yang melindungi konsumen dari penipuan dan penipuan. Selain itu konsep hukum perlindungan konsumen yang dapat dianulir dari Negara Amerika Serikat, yaitu terkait pengaturan *Safe Harbor* adalah suatu kebijakan atau peraturan yang mengatur mengenai pembatasan tanggung jawab dan kewajiban penyedia *platform* berbasis *User Generated Content (UGC)* dengan pedagang (*merchant*) dan pengguna *platform*. Untuk mendapatkan perlindungan *Safe Harbor* harus diikuti dengan peraturan secara lengkap dan tegas sanksinya, sehingga dapat dengan jelas diketahui apa saja indikator sebuah penyedia layanan *platform* yang dapat diberikan *Safe Harbor* agar tidak terjadi penyalahgunaan. Pengaturan *Safe Harbor* di Indonesia sebenarnya sudah diatur dalam Surat Edaran Kominfo Nomor 5 Tahun 2016. Namun di dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 substansi mengenai *Safe Harbor* terkait tanggung jawab *marketplace* yang ada di dalam Surat Edaran Menteri belum diatur. Namun Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik terkait tanggung jawab *marketplace* sebagai penyelenggara sistem elektronik atas pelanggaran hak cipta Berdasarkan hasil penelitian ini, maka penulis memperoleh hasil bahwasyarat dan ketentuan *Marketplace* yaitu Shopee dan Tokopedia selaku PSE dalam mencegah perdagangan barang atau jasa yang melanggar Hak Cipta telah mengatur cukup jelas mengatur terkait pelanggaran Hak Cipta. Tanggung jawab *marketplace* selaku PSE terhadap transaksi perdagangan yang melanggar hak cipta dilihat dari perbandingan Peraturan *Digital Millennium Copyright Act* dan Peraturan pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik adalah

Indonesia belum memiliki kepastian hukum mengenai perlindungan Safe Harbor kepada *Marketplace*.¹²

Hukum Perlindungan Konsumen di Singapura, seperti *Consumer Protection Act (CPA)* hukum utama yang melindungi konsumen di Singapura, *Electronic Commerce Act (ECA)* adalah hukum yang melindungi hak privasi konsumen *online* dan *Fair Trading Practices Act (FTPA)* adalah hukum yang melindungi konsumen dari penipuan dan penipuan.

- b. Dari sisi kelembagaan perlindungan konsumen pada *platform* perdagangan *online (marketplace)*, di Belanda terdapat Komisi Perlindungan Konsumen (*Commissie voor de Bescherming van de Consumenten*). Ini adalah lembaga yang bertanggung jawab untuk mengawasi penerapan hukum perlindungan konsumen di Belanda. Di Amerika Serikat terdapat *Federal Trade Commission (FTC)* adalah lembaga pemerintah federal yang bertugas untuk melindungi konsumen dan memastikan bahwa perusahaan beroperasi dengan cara yang adil dan bertanggung jawab. FTC adalah kewenangan untuk melakukan penelitian, mengumpulkan data, dan melakukan tindakan hukum untuk melindungi konsumen dan memastikan bahwa perusahaan beroperasi dengan cara yang adil dan bertanggung jawab, *Consumer Product Safety Commission (CPSC)* adalah lembaga pemerintah federal yang bertugas untuk melindungi konsumen dari produk yang tidak aman. CPSC melakukan penelitian, mengumpulkan data dan

¹² Mega Junia Erliyandi M. Zairul Alam dan Diah Pawestri, "Analisis Pengaturan Safe Harbor Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Terkait Tanggung Jawab *Marketplace* Sebagai Penyelenggara Sistem Elektronik Atas Pelanggaran Hak Cpta", Diakses pada tanggal 6 Oktober 2024 Pukul 11.42 WIB., <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/186760/>

melakukan tindakan hukum untuk melindungi konsumen dari produk yang tidak aman dan *Federal Communications Commission (FCC)* adalah lembaga pemerintah federal yang bertugas untuk melindungi konsumen dalam berbagai aspek komunikasi, termasuk internet dan telepon.

Consumer Protection Council (CPC) adalah lembaga independen yang bertugas untuk melindungi konsumen dan memastikan bahwa perusahaan beroperasi dengan cara yang adil dan bertanggung jawab. CPC memiliki kewenangan untuk melakukan penelitian, mengumpulkan data, dan melakukan tindakan hukum untuk melindungi konsumen dan memastikan bahwa perusahaan beroperasi dengan cara yang adil dan bertanggung jawab. Selain itu, di Amerika Serikat juga terdapat Liga Konsumen Nasional (*The National Consumer's League*) di Amerika Serikat. Organisasi ini kemudian tumbuh dan berkembang dengan pesat, sehingga pada tahun 1903 Liga Konsumen Nasional di Amerika Serikat telah berkembang menjadi 64 cabang yang meliputi 20 negara bagian. Di Singapura sendiri terdapat *Monetary Authority of Singapore (MAS)* adalah lembaga pemerintah yang bertugas untuk melindungi konsumen dalam berbagai aspek keuangan, termasuk pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. MAS memiliki kewenangan untuk melakukan penelitian, mengumpulkan data dan melakukan tindakan hukum untuk melindungi konsumen dalam berbagai aspek keuangan. Mekanisme dan proses penyelesaian sengketa transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, seperti pada Negara Belanda konsumen atau penjual yang merasa dirugikan dapat melakukan pengaduan kepada pihak *marketplace* atau pihak lain yang terlibat. Kemudian, para

pihak akan mencoba menyelesaikan sengketa melalui negosiasi. Ini bisa melibatkan diskusi antara kedua belah pihak, atau bahkan dengan pihak-pihak ketiga seperti pihak *marketplace*. Jika negosiasi gagal, pihak *marketplace* atau pihak lain yang terlibat biasanya akan menawarkan mediasi. Para pihak, mencoba mencapai kesepakatan yang memuaskan bagi kedua belah pihak. Jika mediasi gagal, sengketa dapat dibawa ke pengadilan. Dalam Hukum Belanda, pengadilan memiliki hak untuk memutuskan tentang sengketa, termasuk sengketa pada *platform marketplace*. Hal ini berbeda dengan proses penyelesaian sengketa, dimana di Indonesia para pihak yang bersengketa dapat menempuh jalur peradilan dan non peradilan, sedangkan apabila salah satu pihak ada yang tidak menerima penyelesaian melalui jalur non peradilan, maka penyelesaian sengketa dapat diajukan keberatan ke Pengadilan.

Mekanisme penyelesaian sengketa dalam perdagangan *online* di Jepang sering menggunakan *Alternative Dispute Resolution (ADR)*, termasuk *Online Dispute Resolution (ODR)*. *ADR* adalah metode penyelesaian sengketa di luar pengadilan yang memungkinkan pihak-pihak yang bersengketa untuk menyelesaikan masalah mereka melalui mediasi atau arbitrase, bukan melalui proses hukum tradisional. *ODR* adalah bentuk *ADR* yang dilakukan secara *online*, memungkinkan pihak-pihak untuk menyelesaikan sengketa mereka melalui *platform* perdagangan digital. Untuk menyelesaikan sengketa yang muncul dari transaksi perdagangan *online*, mekanisme *ODR* menjadi solusi yang efektif. *ODR* melibatkan negosiasi, mediasi, dan arbitrase sebagai metode penyelesaian sengketa. Penyelesaian sengketa *online* di Jepang juga melibatkan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (ICT) untuk memfasilitasi

proses penyelesaian sengketa. Dengan kemajuan teknologi ini, proses penyelesaian sengketa menjadi lebih cepat dan efisien, memungkinkan para pihak untuk menyelesaikan masalah mereka dengan lebih cepat dan dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan proses hukum tradisional. Secara keseluruhan, perdagangan *online* di Jepang dan mekanisme penyelesaian sengketa yang ada dirancang untuk memaksimalkan manfaat dari perdagangan elektronik, sambil memastikan bahwa konsumen dilindungi dan transaksi berjalan dengan lancar.

B. Rekonstruksi Hukum Ke depan (*Ius Constituendum*) untuk Memitigasi Risiko dan Mewujudkan Perlindungan Hukum antara Konsumen, Pelaku Usaha dan Marketplace

Dalam prakteknya, jika terjadi sengketa konsumen pada *platform marketplace*, maka penyelesaian dilakukan melalui secara damai oleh kedua belah pihak terlebih dahulu atau sering dikenal dengan istilah kekeluargaan namun jika dari upaya ini tidak memperoleh kesepakatan, maka tidak menutup kemungkinan untuk penyelesaian sengketa dilakukan dengan menempuh jalur peradilan. Hasil penelitian yang telah ada, yaitu berupa upaya perlindungan hukum bagi konsumen yang dilakukan secara preventif, represif, protektif, solutif dan alternatif melalui penyelesaian sengketa, baik jalur litigasi maupun nonlitigasi, sehingga perlindungan hukum terhadap konsumen yang memanfaatkan *platform marketplace* sebagai sarana alternatif dalam berbelanja *online* dapat terjamin dengan adanya upaya hukum dari pemanfaatan regulasi yang mengatur tentang perdagangan elektronik khususnya pada *platform marketplace*.¹³

¹³ Tasya Safranita Ramli, dkk., "Aspek Hukum Platform E-Commerce Dalam Era Transformasi Digital", *Jurnal Studi Komunikasi dan Media Fakultas Hukum Universitas Padjajaran* 24, no. 02 (2020): 1.

1. Konsep Hukum arah Rekonstruksi Hukum Transaksi Jual Beli pada *Platform Marketplace*

Politik hukum mempunyai peran yang sangat penting dalam pembentukan peraturan perundang-undangan dan hukum nasional Indonesia, mengingat Politik hukum dijadikan sebagai pedoman dasar dalam proses penentuan nilai-nilai, penetapan, pembentukan dan pengembangan hukum nasional di Indonesia. Permasalahan dalam penyelenggaraan sistem dan politik hukum pada dasarnya meliputi substansi hukum, struktur hukum, dan budaya hukum. Tumpang Tindih dan inkonsistensi peraturan perundang-undangan. Permasalahan dalam penyelenggaraan sistem dan politik hukum pada dasarnya meliputi substansi hukum, struktur hukum dan budaya hukum. Tumpang Tindih dan inkonsistensi Peraturan Perundang-undangan termasuk dalam hal ini adalah politik pembangunan Hukum.

Politik Pembangunan Hukum sehubungan dengan diberlakukannya UUPK. Hal ini dapat terlihat Pertama, dari hasil penelitian Disertasi Abdul Halim Barkatullah dari Program Doktor Ilmu Hukum Univeristas Islam Indonesia Yogyakarta tahun 2006. Hasil penelitiannya berjudul: “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi *E-Commerce* Lintas Negara di Indonesia”. Dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa jika terjadi sengketa, hukum yang berlaku adalah hukum pelaku usaha. Dimana konsumen dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace* lintas negara berada dalam posisi tawar yang lemah, sehingga memerlukan perlindungan hukum dalam bentuk intervensi negara dalam transaksi perdagangan pada *platform marketplace*. Bentuk perlindungan hukum bagi konsumen

dalam transaksi perdagangan pada *platform marketplace* lintas negara di Indonesia dibagi lagi ke dalam 3 (tiga) fase, yaitu: ¹⁴

- Pertama, fase perlindungan sebelum transaksi;
- Kedua, fase perlindungan hukum saat transaksi; dan
- Ketiga, fase perlindungan hukum pasca transaksi.

Selain penelitian Disertasi tersebut juga di atas, Kedua, terdapat penelitian Disertasi dari Sdr. Ratu Galuh Gerllian Wirasuta dari Program Doktor Ilmu Hukum Universitas Pansundan Bandung tahun 2018 juga melakukan penelitian Disertasi yang berjudul "*Transaksi Elektronik dalam Sistem E-Commerce Sebagai Upaya Pengembangan Perekonomian Indonesia*". Dari hasil penelitiannya diketahui bahwa pemanfaatan sistem *platform marketplace* dalam transaksi elektronik mempunyai peranan penting dalam meningkatkan perdagangan dan perekonomian nasional.

Ketiga, Penelitian Disertasi yang ditulis oleh Abd. Syakur dengan judul "*Rekonstruksi Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Melalui Kebijakan Pemerintah untuk Mendukung Ekonomi Digital yang Berkeadilan*", pada Program Doktor (S3) Ilmu Hukum (PDIH) Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang Tahun 2022. Dalam Disertasi ini Abd. Syakur, menguji dan mengkaji rekonstruksi perlindungan hukum konsumen transaksi *e-commerce* untuk mendukung Ekonomi Digital yang berkeadilan melalui Kebijakan Pemerintah.

Selanjutnya Keempat, Disertasi yang ditulis oleh Stella, dengan judul "*Pertanggungjawaban Hukum Perdata Penyelenggara Sarana Perantara Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (E-Commerce) di Indonesia*", pada Program Doktor Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara Medan Tahun 2023.

¹⁴ Abdul Halim Barkatullah (2006), "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen E-Commerce Lintas Negara di Indonesia" (*Disertasi Program Doktor Ilmu Hukum Univeristas Islam Indonesia*): 1. Retrieved from <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/9394>.

Dalam Disertasi ini Stella menguji dan mengkaji mengenai pertanggungjawaban Hukum Perdata dari Penyelenggara Sarana Perantara Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*E-Commerce*) di Indonesia.

Keberadaan UU Perdagangan dan PP PMSE sangat penting melihat potensi dan pertumbuhan perdagangan melalui sistem *platform marketplace* di Indonesia. Berlakunya Permendag Nomor 50 Tahun 2020, hanya mengatur perihal perizinan dalam transaksi elektronik melalui sistem *platform marketplace*, maka Pemerintah juga harus membentuk suatu aturan berupa petunjuk pelaksanaan dan petunjuk teknis agar prinsip pengolaan data yang baik, termasuk data pribadi, perlindungan konsumen, domain, dan ketaatan hukum dapat tercapai agar dapat membantu semua pihak, baik pemerintah maupun swasta, sehingga pertumbuhan ekonomi digital Indonesia makin memberi manfaat bagi seluruh rakyat Indonesia.

Perlindungan dan tanggung jawab hukum yang dihadapi konsumen dalam melakukan transaksi elektronik, yaitu perlindungan hukumnya terletak pada sejauh mana para pihak tunduk pada azas kebebasan berkontrak. Penanggulangan kerugian para pihak pada transaksi elektronik dalam sistem *e-commerce* melalui kontrak elektronik berdasarkan UU ITE dan PP PSTE tetap diakui sebagai transaksi elektronik yang sah dan dapat dipertanggungjawabkan, karena persetujuan atas transaksi elektronik dalam merupakan bentuk tindakan penerimaan yang menyatakan persetujuan dalam kesepakatan pada transaksi elektronik. Pelaku usaha dalam *e-commerce* juga harus bertanggung jawab dengan memberikan ganti kerugian terhadap kerugian yang diderita oleh pihak konsumen sebagaimana yang telah diatur dalam perundang-undangan.

Kerangka regulasi perdagangan elektronik adalah dengan pemberlakuan PP Nomor 80 Tahun 2019, bertujuan untuk mengklarifikasi UU yang sudah ada serta regulasi yang spesifik untuk perdagangan elektronik. Pembentukan kebijakan transaksi elektronik merujuk kepada tujuan hukum untuk menciptakan adanya keseimbangan kepentingan baik dari pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi elektronik berupa kepastian dan perlindungan hukum yang tertuang PP Nomor 80 Tahun 2019, telah memberikan kepastian hukum atas kegiatan transaksi elektronik dalam sistem *platform marketplace* di Indonesia yang berorientasi pada perlindungan konsumen, namun demikian masih terdapat beberapa ketentuan yang perlu dijabarkan dalam Petunjuk Pelaksanaan (Juklak) dan Petunjuk Teknis (Juknis) oleh Pemerintah sebagai implementasi dari PP Nomor 80 Tahun 2019 berupa Peraturan Menteri Perdagangan untuk menjabarkan cakupan teknis dalam transaksi elektronik terkait dengan pelaku usaha, domain, perlindungan konsumen, dan perlindungan data pribadi sebagai upaya pengembangan perekonomian dalam transaksi elektronik melalui sistem *e-commerce* dan melindungi para pihak yang terlibat dalam transaksi elektronik dalam perdagangan melalui sistem *platform marketplace*.¹⁵

Diketahui bahwa pengaturan mengenai perlindungan hukum *platform marketplace* di Indonesia dalam implementasinya aturan tersebut masih membutuhkan perluasan pengaturan hukum. Khususnya dalam transaksi melalui *platform marketplace* sebagai perluasan ekonomi global agar tidak terjadi

¹⁵ Ratu Galuh Gerllian Wirasuta (2018), "Transaksi Elektronik dalam Sistem E-Commerce Sebagai Upaya Pengembangan Perekonomian Indonesia" (*Disertasi Program Doktor Ilmu Hukum Universitas Pasundan Bandung*): 51-52.

tumpang tindih antara aturan tersebut. Banyak pengaturan di bidang perlindungan konsumen pada transaksi jual beli pada *platform marketplace* yang dinilai *hyper* pengaturan, sehingga perlu dilakukan harmonisasi hukum. Banyak aturan yang mengatur mengenai perlindungan konsumen, seperti UUPK, aturan yang mengatur mengenai informasi dan transaksi elektronik, perdagangan, perlindungan data pribadi, baik dalam bentuk Undang-Undang, Peraturan Pemerintah, Keputusan Presiden, Peraturan Menteri, Keputusan Menteri, Surat Edaran Menteri, Surat Edaran Direktur Jenderal, Peraturan Daerah, POJK, PBI dan lain sebagainya.

Istilah harmonisasi hukum itu sendiri muncul dalam kajian ilmu hukum pada tahun 1992 di Jerman. Kajian harmonisasi hukum ini dikembangkan dengan tujuan untuk menunjukkan bahwa dalam dunia hukum, kebijakan pemerintah dan hubungan diantara keduanya terdapat keanekaragaman yang justru dapat mengakibatkan disharmonisasi dari hukum itu sendiri. Kata harmonisasi ini dalam Bahasa Inggris, yaitu *harmonize*, sedangkan dalam Bahasa Perancis, yaitu *harmonie*, sedangkan dalam Bahasa Yunani disebut *harmonia*.¹⁶ Sedangkan secara ontologis, kata harmonisasi berasal dari kata harmoni yang dalam Bahasa Indonesia berarti pernyataan dari rasa aksi, gagasan dan minat : keselarasan, keserasian.¹⁷

Pengertian harmonisasi hukum dikemukakan menurut Badan Pembinaan Hukum Nasional dalam buku yang disusun oleh Moh. Hasan Wargakusumah dan kawan-kawan, harmonisasi hukum adalah kegiatan ilmiah untuk menuju proses

¹⁶ Suhartono, *loc. cit.*

¹⁷ Kamus Besar Bahasa Indonesia, Diakses pada tanggal 25 Maret 2014 Pukul 21.40 WIB., <https://www.kamusbahasaindonesia.org>.

keselarasan, keserasian.¹⁸

Pengertian harmonisasi hukum dikemukakan menurut Badan Pembinaan Hukum Nasional dalam buku yang disusun oleh Moh. Hasan Wargakusumah dan kawan-kawan, harmonisasi hukum adalah kegiatan ilmiah untuk menuju proses pengharmonisasian tertulis yang mengacu baik pada nilai-nilai filosofis, sosiologis, ekonomis maupun yuridis. Definisi harmonisasi hukum juga dikemukakan oleh L.M. Gandhi yang mengutip dari Buku *tussen eenheid en verscheidenheid: Opstellen over harmonisatie instaat en bestuurecht* (1988) mengatakan bahwa harmonisasi dalam hukum mencakup penyesuaian terhadap peraturan perundang-undangan, keputusan pemerintah, keputusan hakim, sistem hukum dan asas-asas hukum dengan tujuan peningkatan kesatuan hukum, kepastian hukum, keadilan (*justice, gerechtigheid*) dan kesebandingan (*equit, billijheid*) kegunaan dan kejelasan hukum, tanpa mengaburkan dan mengorbankan *pluralism* hukum apabila dibutuhkan.¹⁹

Dari penjelasan di atas, maka menurut penulis harmonisasi hukum merupakan upaya untuk melakukan penyesuaian terhadap asas dan sistem hukum yang berlaku yang bertujuan untuk menghindari disharmonisasi hukum yang ditandai dengan adanya tumpang tindih pengaturan, tumpang tindih kewenangan, terjadinya sengketa pelanggaran hukum dan tindak pidana. Hal tersebut bertujuan untuk terwujudnya keadilan dan kepastian hukum dan yang tidak kalah penting adanya adanya penyederhanaan aturan.

¹⁸ Kamus Besar Bahasa Indonesia, Diakses pada tanggal 25 Maret 2014 Pukul 21.40 WIB., <https://www.kamusbahasaIndonesia.org>.

¹⁹ *Ibid.*

Selanjutnya perlindungan hukum bagi para pengguna *platform marketplace* perlindungan di luar perjanjian.²⁰ Perlindungan hukum bagi para pengguna *platform marketplace* sebagai perluasan ekonomi global mencakup 2 (dua) bagian, yaitu perlindungan dalam perjanjian dan perlindungan di luar perjanjian. Menurut penulis sendiri, aturan perlindungan konsumen saat ini bersifat *hyper* pengaturan dan terdapat ketidakselarasan dan perlu disinkronkan antara pengaturan yang satu dengan pengaturan yang lainnya. UUPK yang seharusnya berfungsi sebagai aturan payung perlindungan pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* masih belum sepenuhnya mengakomodir perlindungan hukum bagi konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Sesuai dengan tujuan politik hukum nasional adalah :²¹

1. Sebagai suatu alat (*tool*) atau sarana dan langkah yang dapat digunakan oleh pemerintah untuk menciptakan suatu sistem hukum nasional yang dikehendaki.
2. Dengan sistem hukum nasional akan diwujudkan cita-cita Bangsa Indonesia yang lebih besar.

Pembangunan hukum merupakan tindakan atau kegiatan yang dimaksudkan untuk melakukan proses yang berkelanjutan. Karena unsur-unsur tersebut saling mempengaruhi. Hukum harus dibangun secara simultan, sinkron dan terpadu. Pembangunan hukum juga diarahkan pada terwujudnya sistem hukum nasional yang mengabdikan kepada kepentingan nasional dengan penyusunan awal materi hukum secara menyeluruh yang bersumber pada Pancasila dan UUD NRI 1945, khususnya penyusunan produk hukum baru yang sangat dibutuhkan untuk

²⁰ Komang Restiawan dan I Wayan Novy Purwanto, "Perlindungan Bagi Pengguna E-Commerce Dalam Perluasan EKonomi Global", *Jurnal Kertha Semaya Fakultas Hukum Universitas Udayana* 10, no. 2 (2022): 475.

²¹ *Ibid.*, hlm. 115-16.

mendukung tugas umum pemerintahan dan arah pembangunan di bidang hukum adalah penegakan hukum di semua lapisan kehidupan. Selain itu, hukum diterapkan secara adil untuk semua kalangan. Hal ini untuk mewujudkan Indonesia sebagai negara hukum.

Arah kebijakan politik hukum nasional dilandaskan pada keinginan untuk melakukan pembenahan sistem dan politik hukum yang dilandaskan pada 3 (tiga) prinsip dasar yang wajib dijunjung oleh setiap warga negara, yaitu:

1. Supremasi Hukum
2. Kesetaraan di hadapan hukum; dan
3. Penegakan hukum dengan cara-cara yang tidak bertentangan dengan hukum.

Berbicara mengenai Politik Perundang-undangan merupakan bagian dari Politik Hukum, yaitu berkenaan dengan hukum yang tertulis. Dimana Politik Perundang-undangan itu sendiri lebih sempit dari politik hukum, karena hanya menyangkut *jus scriptum* (hukum tertulis) yang memuat norma hukum yang mengikat secara umum dan dibentuk atau ditetapkan oleh lembaga negara atau pejabat yang berwenang melalui prosedur yang ditetapkan dalam Peraturan Perundang-undangan. Politik perundang-undangan merupakan arah kebijakan pemerintah atau negara mengenai pengaturan (substansi) hukum yang dituangkan dalam peraturan perundang-undangan (hukum tertulis) untuk mengatur kehidupan berbangsa dan bernegara.

Adapun landasan politik perundang-undangan terdiri dari Pancasila, UUD 1945 dan Peraturan atau Kebijakan implementatif dari politik peraturan perundang-undangan. Dalam melaksanakan politik peraturan perundang-undangan,

seharusnya perlu diperhatikan pula mengenai pola pikir pembentukan peraturan perundang-undangan (hukum) yang harus disesuaikan dengan prinsip-prinsip:

1. Segala jenis peraturan perundang-undangan merupakan satu kesatuan sistem hukum yang bersumber pada Pancasila dan UUD 1945.
2. Tidak semua aspek kehidupan bermasyarakat dan bernegara harus diatur dengan peraturan perundang-undangan.
3. Pembentukan peraturan perundang-undangan, selain mempunyai dasar-dasar yuridis, juga mempertimbangkan dasar-dasar filosofis dan kemasyarakatan tempat kaidah tersebut akan berlaku.
4. Pembentukan peraturan perundang-undangan selain mengatur keadaan yang ada harus mempunyai jangkauan masa depan.
5. Pembentukan peraturan perundang-undangan bukan hanya sekedar menciptakan instrumen kepastian hukum tetapi juga merupakan instrumen keadilan dan kebenaran.
6. Pembentukan peraturan perundang-undangan harus didasarkan pada partisipasi masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung (peran serta masyarakat).
7. Pembentukan peraturan perundang-undangan harus didasarkan asas dan materi muatan peraturan perundang-undangan.

Dalam konsepsi seperti ini, maka politik pembaharuan hukum harus merupakan pelaksanaan cita-cita bangsa dan atau tujuan nasional, sehingga hukum yang dihasilkan dari mesin legislasi dapat berlaku secara nasional, tidak tumpang tindih, tersusun secara hierarki dan bermuara pada konstitusi. Namun, jika terpaksa

dilahirkan perundang-undangan yang menyimpang, maka ia tetap merupakan pelaksanaan tujuan nasional. Untuk itu *grand design* perlu disusun agar politik hukum perundang-undangan memiliki arah yang jelas dan akselerasi terhadap terwujudnya negara kesejahteraan.²²

Politik Perundang-Undangan di Bidang Perlindungan Konsumen diharapkan juga melakukan upaya peningkatan dan penyempurnaan pembinaan hukum nasional dalam rangka pembaharuan hukum, dengan antara lain mengadakan kodifikasi serta unifikasi hukum di bidang tertentu dengan memperhatikan kesadaran hukum yang berkembang dalam masyarakat tetapi juga memantapkan hubungan dan peranan badan-badan penegak hukum sesuai dengan fungsi dan kewenangannya masing-masing, memantapkan sikap dan perilaku penegak hukum serta kemampuannya dalam rangka meningkatkan citra dan wibawa serta aparat penegak hukum, meningkatkan penyelenggaraan bantuan hukum bagi lapisan masyarakat yang kurang mampu, meningkatkan prasarana dan sarana yang diperlukan untuk menunjang pembangunan bidang hukum, meningkatkan penyuluhan hukum untuk meningkatkan kesadaran hukum masyarakat.

Di era Orde Baru, politik pembangunan hukum telah mengalami pergeseran bukan lagi menjadi hukum pembangunan bukan lagi hukum revolusi, ide-ide untuk tidak lagi memberlakukan hukum kolonial yang dari barat menjadi tidak populer. Dalam praktek para yuris harus menghadapi banyak permasalahan ekonomi, politik, sosial dan budaya belum lagi persoalan agama yang mempersulit

²² Andi Mattalatta, "Politik Hukum Perundang-undangan". *Jurnal Legislasi Indonesia* 6, no. 4 (Desember 2009): 571.

penjabaran dan implementasi sebagai cita-cita *rule of law* dan negara yang berdasarkan hukum. Hukum sering diperlakukan sebagai sarana yang harus tunduk pada tujuan pembangunan, bahkan hukum sering difungsikan untuk merasionalisasikan kebijakan pemerintah, khususnya kebijakan eksekutif.²³ Politik perundang-undangan terhadap keberlakuan UUPK sendiri saat ini dipandang perlu untuk dilakukan reformula kembali terutama terkait pasal-pasal yang berkaitan langsung dengan kepentingan konsumen yang dilanggar hak-haknya oleh pelaku usaha.

Reformula Hukum konsep hukum arah Rekonstruksi (*ius constituendum*) memiliki implikasi dogmatis yang cukup signifikan, terutama dalam konteks aturan perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* yang seimbang berdasarkan asas kepastian hukum. Perubahan Hukum dengan melakukan reformula *ius constituendum* berarti bahwa hukum dapat berubah dan berkembang seiring dengan perkembangan masyarakat dan perubahan sosial, ekonomi, dan politik. Ini berarti bahwa hukum yang ada saat ini mungkin akan berubah atau diperbarui di masa depan. Dalam konteks perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Ini berarti bahwa aturan dan regulasi yang ada saat ini mungkin akan berubah atau diperbarui di masa depan untuk memastikan bahwa semua pihak diberikan perlindungan yang seimbang dan adil.

Reformula *ius constituendum* juga menunjukkan bahwa penafsiran hukum dapat berubah seiring dengan perkembangan masyarakat dan perubahan sosial, ekonomi dan politik. Ini berarti bahwa bagaimana hukum ditafsirkan

²³ *Ibid.*, hlm. 109-110.

dan diterapkan dapat berubah seiring dengan waktu. Dalam konteks perlindungan konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace*, ini berarti bahwa bagaimana perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* ditafsirkan dan diterapkan dapat berubah seiring dengan waktu. Reformula *ius constituendum* juga menunjukkan bahwa hukum dapat berkembang dan menjadi lebih baik seiring dengan perkembangan masyarakat dan perubahan sosial, ekonomi, dan politik. Dalam konteks perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* ini berarti bahwa aturan dan regulasi yang ada saat ini mungkin akan berkembang dan menjadi lebih baik di masa depan untuk memastikan bahwa semua pihak diberikan perlindungan yang seimbang dan adil. Dengan demikian, reformulasi *ius constituendum* memiliki implikasi dogmatis yang signifikan dalam konteks perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Reformula ini menunjukkan bahwa hukum dapat berubah, dan berkembang dan menjadi lebih baik seiring dengan perkembangan masyarakat dan perubahan sosial, ekonomi dan politik.

- **Reformula UUPK:**

Sistem hukum berarti berbicara tentang sesuatu yang berdimensi sangat luas. Selanjutnya mencuplik pendapat Friedman, yang mengemukakan bahwa dalam sebuah sistem hukum (termasuk juga sistem Hukum Indonesia).²⁴ juga sistem hukum Indonesia).²⁵ Bahkan dalam sub sistem atau unsur-unsur sistem masih dimungkinkan terdapat sub-sub unsur. Reformula hukum ini berarti sebagai proses membangun kembali atau

²⁴ Satjipto Raharjo, *loc. cit.*

²⁵ *Ibid.*

menciptakan kembali atau melakukan pengorganisasian kembali terhadap struktur hukum, substansi hukum, dan budaya hukum yang sudah ada menjadi lebih baik dan berfungsi sebagaimana harusnya. Upaya membangun melalui rekonstruksi hukum tersebut diarahkan untuk menemukan kehendak hukum (*recht idee*), kehendak masyarakat dan kehendak moral. kehendak hukum, baik hukum tertulis maupun tidak tertulis.

UUPK dan khususnya hukum yang mengatur penyelesaian sengketa konsumen idealnya agar dapat memenuhi nilai-nilai dasar tersebut di atas, perlu memperhatikan nilai filosofis, sosiologis, dan yuridis dalam pembentukannya. Satjipto Rahardjo mengemukakan bahwa:²⁶

1. Filosofis adalah pandangan hidup Bangsa Indonesia dalam berbangsa dan bernegara, yaitu Pancasila. Penjabaran nilai-nilai Pancasila di dalam hukum mencerminkan suatu keadilan, ketertiban dan kesejahteraan yang diinginkan oleh Masyarakat Indonesia.
2. Sosiologis, yaitu budaya Bangsa Indonesia yang tumbuh dan berkembang sesuai dengan kesadaran hukum masyarakat Indonesia yang ber-Bhineka Tunggal Ika, berwawasan Nusantara.
3. Yuridis, yaitu nilai-nilai dasar UUD 1945, yang dijiwai oleh nilai-nilai keadilan bagi seluruh lapisan masyarakat yang tidak memihak kepada kepentingan orang seorang saja, melainkan kepentingan orang banyak.

Nilai-nilai tersebut di atas perlu terdapat dalam setiap peraturan perundang-undangan, khususnya UUPK dan peraturan pelaksanaannya karena merupakan satu kesatuan yang didasari oleh kesatuan sumber, yaitu:²⁷

1. Nilai-nilai filosofis, yang dibentuk untuk memenuhi peranannya dalam fungsinya sebagai sarana ketertiban usaha. Jika timbul sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha diselesaikan melalui proses penyelesaian sengketa yang sederhana, murah dan cepat, sehingga fungsi undang-undang ini dapat dirasakan oleh masyarakat luas.

²⁶ Satjipto Rahardjo, *Hukum dan Perubahan Sosial* (Bandung : Alumni, 1979): 40.

²⁷ Susanti Adi Nugroho, *op. cit.*, hlm. 38-39.

2. Nilai-nilai filosofis, yang dibentuk untuk memenuhi peranannya dalam fungsinya sebagai sarana ketertiban usaha. Jika timbul sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha diselesaikan melalui proses penyelesaian sengketa yang sederhana, murah dan cepat, sehingga fungsi undang-undang ini dapat dirasakan oleh masyarakat luas.
3. Nilai sosiologis, yang terkandung dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, yang merupakan salah satu syarat untuk memenuhi kebutuhan hukum dalam pembangunan di era globalisasi ini berhubungan dengan relevansi sosial dibentuknya UUPK, yaitu kebutuhan akan melindungi kepentingan konsumen secara komprehensif serta dapat diterapkan secara efektif di masyarakat.
4. Nilai Yuridis, yaitu kewenangan pembuatan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, dan peraturan-peraturan pelaksanaannya. Apabila dikaji maka dapat dikatakan bahwa ketiga nilai tersebut, filosofis, sosiologis dan yuridis telah terpenuhi. Namun, dari segi kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen masih memerlukan pengkajian lebih jauh.

Pada tanggal 20 April 1999 UUPK, telah diundangkan dan mulai diberlakukan setahun, setelah diundangkan terhitung sejak 20 April 2000, hingga kini belum banyak perbaikan menyangkut hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen.²⁸

Berdasarkan konsiderans Menimbang dari UUPK diatur bahwa pertimbangan diberlakukannya UUPK, yaitu:²⁹

- a. Pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat adil dan makmur yang merata materiil dan spiritual dalam era demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945;
- b. Pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha, sehingga mampu menghasilkan beraneka barang dan/atau jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan/atau jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen;

²⁸ Janus Sidabook, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia* (Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 2010): 4.

²⁹ Konsiderans Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

- c. Semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah dan keamanan barang dan/atau jasa yang diperolehnya di pasar;
- d. Untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab;
- e. Ketentuan hukum yang melindungi kepentingan konsumen di Indonesia belum memadai; sehingga berdasarkan pertimbangan tersebut di atas diperlukan perangkat peraturan perundang-undangan untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha, sehingga tercipta perekonomian yang sehat;
- f. Untuk itu perlu dibentuk Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen.

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka terlihat bahwa dasar pertimbangan dibentuknya UUPK, yaitu:

Pertama, pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha, sehingga mampu menghasilkan beraneka barang dan/jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan/jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen;

Kedua, semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah, keamanan barang dan/atau jasa yang diperolehnya di pasar;

Ketiga, untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap perilaku usaha yang bertanggung jawab.

Hukum yang menjadi dasar pelaksanaan perlindungan konsumen, sendi utamanya adalah falsafah Pancasila, sebagai pandangan hidup bangsa dan dasar Negara Republik Indonesia. Oleh karena itu, UUPK sebagai produk dari Dewan Perwakilan Rakyat juga terikat pada pandangan hidup dan dasar Negara Pancasila. Dimana guna memenuhi butir-butir falsafah tersebut di atas, UUPK menegaskan, bahwa perlindungan konsumen Indonesia berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan, serta kepastian hukum.³⁰ Kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen itu antara lain adalah dengan meningkatkan harkat dan martabat konsumen dan menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab.

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh UUPK ini umumnya dapat dibagi dalam:³¹

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen dalam melindungi diri;
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informatif, serta akses untuk mendapatkan informasi;
5. Membubuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen, sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha; dan
6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

³⁰ *Ibid.*, Penjelasan Umum Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

³¹ *Ibid.*, Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Pemberdayaan konsumen itu adalah dengan meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandiriannya melindungi diri sendiri, sehingga mampu mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan menghindari berbagai eksekusi negatif pemakaian, penggunaan, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa perkara sengketa konsumen yang timbul karena kerugian harta benda, kesehatan tubuh atau kehilangan jiwa konsumen dalam pemakaian, penggunaan dan/atau pemanfaatan produk konsumen. Untuk mencapai tujuan tersebut, UUPK di samping menjamin adanya perangkat-perangkat hukum yang melindungi kepentingan konsumen dan juga bagi pelaku usaha yang terlihat dari adanya Klausul Eksonerasi dalam perjanjian, juga menjamin adanya kepastian hukum dan terwujud keadilan dan kebenaran dalam proses penegakan hukumnya secara adil dan benar.

Penegakan hukum atau penerapan hukum melalui proses pengadilan merupakan unsur yang penting untuk mencapai kepastian hukum. Peraturan perundang-undangan yang sudah ketinggalan zaman, atau yang bertentangan satu sama lain, tumpang tindih pengaturan, baik isi maupun komposisinya yang tidak jelas sangat mempengaruhi kepastian hukum. Proses penegakan hukum UUPK sebagai salah satu hukum perdata materiil, erat kaitannya dengan hukum formil atau Hukum Acara Perdata, karena fungsi dari hukum acara dalam UUPK adalah untuk mengatur cara mempertahankan dan menerapkan UUPK, sebagai Hukum Perdata Materiil.

Walaupun sudah diundangkan selama kurang lebih 33 (tiga puluh tiga) tahun, UUPK dinilai belum efektif diberlakukan. Keberadaan UUPK belum mampu menjawab semua permasalahan terkait konsumen, terutama dalam hal perlindungan

terhadap keamanan dan keselamatan konsumen. Penyebab kelemahan dari UUPK dapat dilihat dari Undang-Undang itu sendiri, penegakan hukum, sarana dan prasarana pendukung, dan budaya hukum di masyarakat. Hal ini dapat terlihat dari beberapa kelemahan yang dapat diidentifikasi dari keberlakuan UUPK tersebut.

Revisi terhadap UUPK dipandang perlu pasca pemberlakuannya, UUPK dinilai belum efektif menyelesaikan berbagai persoalan yang timbul. UUPK sebagai dasar hukum perlindungan konsumen masih memiliki banyak kelemahan dalam implementasinya. Kondisi ini ditandai dengan keberadaan institusi pelaksana perlindungan konsumen yang belum menjadi bagian utama penentu kebijakan ekonomi serta rendahnya Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK). Sampai dengan saat ini konsumen baru saja memasuki level mampu yang artinya konsumen sudah mengenali hak dan kewajibannya serta mampu menentukan pilihan konsumsinya, namun belum terlalu aktif dalam memperjuangkan hak-haknya sebagai konsumen. IKK Indonesia ini masih rendah sesuai dengan perilaku konsumen Indonesia yang masih enggan untuk komplain apabila terjadi permasalahan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Selain itu, UUPK memiliki kelemahan dalam gramatika, sistematika, dan materi muatan norma sudah tidak lagi memadai dengan perkembangan teknologi informasi saat ini.

Kelemahan dari keberlakuan UUPK, antara lain seperti dalam mengatasi permasalahan di bidang pelayanan umum, seperti bidang industri pangan, transportasi umum, komunikasi, perbankan, perhubungan dan lain-lain. Masih banyak kita temukan gugatan yang dilakukan oleh konsumen, baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama (*class action*) kepada pengusaha karena hak-hak konsumen

dirugikan. Hal ini menunjukkan masih terjadinya ketidakserasian antara kenyataan yang ada dan hal ideal yang dicita-citakan untuk melindungi konsumen. Hal ini terlihat pada permohonan perkara Pengujian Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 pada perkara konstitusi, yang diajukan oleh Zico Leonard Djagardo Simanjuntak tertanggal 3 Februari 2022.

Pemohon telah mengajukan permohonan bertanggal 3 Februari 2022 yang diterima di Kepaniteraan Mahkamah Konstitusi (selanjutnya disebut Kepaniteraan Mahkamah) pada tanggal 4 Februari 2022 berdasarkan Akta 2 Pengajuan Permohonan Pemohon Nomor 18/PUU/PAN.MK/AP3/02/2022 dan telah dicatat dalam Buku Registrasi Perkara Konstitusi Elektronik (e-BRPK) dengan Nomor 23/PUU-XX/2022 pada tanggal 23 Februari 2022, yang telah diperbaiki dan diterima Kepaniteraan Mahkamah pada tanggal 28 Maret 2022. Pemohon memohon untuk melakukan pengujian Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 maka Mahkamah Konstitusi berwenang untuk menerima, memeriksa dan mengadili permohonan ini. Pemohon dalam kedudukan hukum (*Legal Standing*) dan kerugian konstitusional, dimana pemohon telah dirugikan oleh suatu Undang-Undang yang diuji.

Bahwa oleh karena kerugian konstitusional Pemohon dengan diberlakukannya Pasal 18 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen yang menyatakan:

“Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila:

- a. menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha;
- b. menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen;”

Bahwa “... makna dan tujuan perlindungan konsumen..., menurut Mahkamah... adalah sesuatu yang mempertegas adanya bentuk upaya pemerintah dalam memberikan perlindungan hukum kepada konsumen dalam menjamin atau memberikan kepastian hak-hak konsumen dalam hal kemungkinan diteruskannya kepada konsumen barang dan atau jasa yang tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati atau melanggar ketentuan undang-undang, serta diberlakukannya kepada konsumen syarat-syarat yang tidak adil yang menyangkut perilaku produsen dalam memproduksi dan mengedarkan produknya, dari mulai kegiatan promosi hingga layanan purnajual, yang mengakibatkan adanya kerugian pada pihak konsumen...” (vide. Paragraf [3.9.2], halaman 15 Putusan MK Nomor 91/PUU-XV/2017);

Bahwa “...menurut Mahkamah, UU Nomor 8 Tahun 1999 telah dirumuskan dengan mengacu pada filosofi pembangunan nasional, termasuk pembangunan hukum yang memberikan perlindungan terhadap konsumen adalah dalam rangka membangun manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada Pancasila dan UUD 1945. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 hadir untuk melindungi kepentingan konsumen secara integratif dan komprehensif serta dapat diterapkan secara efektif di masyarakat tanpa mematikan usaha para pelaku usaha, melainkan untuk mendorong iklim berusaha yang sehat yang mendorong lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas...” (vide. Paragraf [3.11], halaman 72-73 Putusan MK Nomor 65/PUU-XIII/2015).

Bahwa “... selain mengenai perlindungan konsumen sebagaimana tercantum. di atas, UU Nomor 8 Tahun 1999 juga mengatur mengenai hak-hak konsumen yang merupakan tindakan yang dapat diambil atau dipilih oleh konsumen apabila terdapat perbuatan atau perlakuan yang dirasakan tidak adil terhadap konsumen, sehingga secara konstitusional konsumen bisa bertindak lebih jauh dalam memperjuangkan hak-hak dimaksud. Atau, dengan kata lain, konsumen dapat dengan bebas melakukan pilihan untuk menghindari kerugian hak konstitusional yang dimilikinya apabila ada anggapan atau dugaan bahwa tindakan dari usaha atau penyedia jasa dapat merugikan konsumen...” (vide. Paragraf [3.9.3], halaman 16 Putusan MK Nomor 91/PUU-XV/2017); 4.

Bahwa dengan demikian, Mahkamah Konstitusi telah berpandangan dengan tegas, yang merupakan jiwa terutama daripada Perlindungan Konsumen adalah semata-mata untuk melindungi dan menegakkan hak-hak daripada konsumen, dimana posisi konsumen jelas lebih lemah dari pelaku usaha, sehingga memerlukan Hukum Perlindungan Konsumen untuk menegakkan hak-hak konsumen agar tidak dizholimi oleh pelaku usaha; 5. Bahwa ternyata, sekalipun sudah sedemikian rupa Hukum Perlindungan Konsumen berupaya menegakkan hak-hak konsumen, namun masih ada celah-celah yang selalu berupaya ditembus oleh pelaku usaha, demi membuat kedudukan yang lebih tinggi dari pada konsumen. Hal ini dilakukan dengan cara mempersulit konsumen untuk menegakkan haknya. Salah satunya dalam perkara aquo. 6. Bahwa Pelaku usaha membuat *term and conditions* (klausula baku) yang menentukan forum penyelesaian sengketa ketika terjadi sengketa antara pelaku usaha

dan konsumen. Pelaku usaha menentukan forum tersebut 13 secara sepihak sehingga konsumen tidak mempunyai pilihan penyelesaian sengketa apapun selain yang ditentukan oleh pelaku usaha. Hal ini dimanfaatkan oleh Pelaku Usaha dengan cara menentukan forum penyelesaian sengketa yang sangat tidak menguntungkan bagi konsumen, baik karena lokasi yang jauh dan/atau biaya penggunaan forum yang mahal. Seperti misalnya ada *marketplace* yang memilih penyelesaian sengketa di *SIAC (Singapore Arbitration Centre)* padahal menjalankan usahanya di Indonesia, menjual jasa bagi masyarakat Indonesia dan tunduk pada hukum Indonesia. 7. Bahwa perlu diingat, jika pada umumnya sengketa perlindungan konsumen adalah sengketa yang bernilai kecil dan perkaranya sederhana. Oleh karenanya, konsumen harus diberikan keleluasaan sebeb-besanya untuk memilih cara penyelesaian sengketa terbaik bagi dirinya sendiri. Hal ini bisa saja dilakukan dengan misalnya melalui gugatan sederhana di pengadilan negeri. Namun apabila ada klausula baku forum penyelesaian sengketa yang ditentukan secara sepihak oleh pelaku usaha sudah pasti tentu akan menghambat konsumen dalam menentukan jalan terbaik untuk menyelesaikan sengketanya. Dengan demikian eksistensi Klausula baku forum penyelesaian sengketa bertentangan dengan Geist (jiwa) dari perlindungan konsumen.

Bahwa Mahkamah Konstitusi sebagai *guardian of constitution* telah berulang kali menegakan hak konstitusional masyarakat dengan memberikan perlindungan hukum yang adil melalui perumusan norma yang sebelumnya *vacum* atau *rechts vacum*.

Bahwa dalam hal terjadinya sengketa antara konsumen dan pelaku usaha, maka forum penyelesaian sengketa harus ditentukan oleh kedua belah pihak.

Namun aplikasi perdagangan pada *platform marketplace* saat ini menentukan forum penyelesaian sengketa antara konsumen secara sepihak. Apabila melihat hal tersebut, maka dengan penentuan forum penyelesaian sengketa secara sepihak, maka konsumen tidak mendapat jaminan dan perlindungan hukum yang sama di hadapan hukum, maka dari itu, dengan memperhatikan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama di hadapan hukum. maka telah terdapat kekosongan hukum dalam Pasal 18 ayat (1) UU Perlindungan konsumen terkait larangan bagi pelaku usaha untuk mencantumkan klausula baku terkait forum penyelesaian sengketa konsumen tanpa adanya persetujuan dan kesepakatan dari konsumen.

Berdasarkan hal-hal tersebut di atas, ternyata Majelis Hakim Pengadilan Konstitusi dalam amar keputusannya pada tanggal 20 April 2022 Mengadili: Menolak permohonan Pemohon untuk seluruhnya. Dimana dalam kontrak baku, perlunya memahami syarat sahnya perjanjian dan klausula baku yang diberlakukan oleh penjual demi menghindari kerugian yang disebabkan oleh tindak kelalaian yang dilakukan oleh pelaku usaha sebagai penjual dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

Dalam permasalahan tersebut kedudukan pelaku usaha dan konsumen cenderung tidak seimbang, sehingga konsumen selalu berada dalam posisi yang lemah. Kondisi demikian pada satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis kualitas barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen. Di sisi lain, kondisi tersebut dapat mengakibatkan konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui

promosi, cara penjualan dan penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen.³²

Perlindungan konsumen juga dituntut dengan adanya globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika, yang telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa melintasi batas-batas wilayah suatu negara, sehingga barang dan/jasa yang ditawarkan bervariasi, baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri.

Bertepatan dengan ASEAN *Economic Community* (AEC) yang telah diberlakukan pada akhir tahun 2015, dapat dijadikan sarana untuk mewujudkan persaingan usaha yang sehat secara keseluruhan di kawasan ASEAN pada khususnya dan di pasar dunia pada umumnya. Negara ASEAN akan menjadi pasar tunggal dan berbasis produksi tunggal dimana terjadi arus barang, jasa, investasi, tenaga terampil dan arus modal yang lebih bebas. Dengan terbentuknya pasar tunggal yang bebas tersebut akan membuka peluang Indonesia untuk meningkatkan daya saingnya di kawasan ASEAN. Untuk itu, harus ada kesiapan Pemerintah dalam memproteksi masuknya arus bebas barang dan jasa dari negara lain. Dalam hal ini konsumen juga harus mendapatkan pemahaman dan pemberdayaan secara optimal mengenai tata cara pemilihan produk barang dan jasa yang baik dan benar.³³

³² Arrista Trimaya, "Optimalisasi Pemberdayaan Konsumen Melalui Pembaharuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen", *Jurnal Rechtsvinding Online (Media Pembinaan Hukum Nasional)*, ISSN : 2089 – 9009 (2016): 2.

³³ *Ibid.*, hlm 2.

Keberadaan UUPK belum mampu menjawab semua permasalahan terkait konsumen, terutama dalam hal perlindungan terhadap keamanan dan keselamatan konsumen. Penyebab kelemahan UUPK dapat dilihat dari Undang-Undang itu sendiri, penegakan hukum, sarana dan prasarana pendukung dan budaya hukum di masyarakat. Ketentuan dalam UUPK masih mempunyai kelemahan dalam perumusannya, sehingga menimbulkan multiinterpretasi. Bahkan, terjadi tumpang tindih pengaturan materi muatan antara satu pasal dengan pasal lain

Terhadap beberapa kelemahan UUPK tersebut, sehingga perlu dilakukan reformulasi kembali terhadap redaksional pasal terkait perlindungan terhadap konsumen yang diatur dalam UUPK. Reformula Hukum Arah rekonstruksi ke depan (*Ius Constituendum*) memiliki implikasi teoritis yang cukup signifikan, terutama dalam konteks Aturan Perlindungan Konsumen, Pelaku Usaha, dan *marketplace* yang seimbang berdasarkan asas kepatian hukum. Reformula *Ius Constituendum* mencerminkan asas kepastian hukum, yang berarti hukum harus selalu beradaptasi dengan perubahan sosial, ekonomi, dan politik. Hal ini berarti bahwa hukum harus selalu diperbarui untuk memastikan bahwa masyarakat dapat berpartisipasi secara aktif dan efektif dalam kehidupan sosial dan ekonomi.

Dalam konteks perlindungan konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace*, ini berarti bahwa hukum harus selalu diperbarui untuk memastikan bahwa hak dan kewajiban semua pihak diperlindungi dan dipenuhi. Reformula *Ius Constituendum* juga menekankan pada konsep keseimbangan dalam pembentukan hukum. Ini berarti bahwa hukum harus dirumuskan dengan mempertimbangkan berbagai faktor, termasuk nilai-nilai moral, agama, kesusilaan, kesopanan, adat kebiasaan, dan norma sosial lainnya.

Dalam konteks perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*, ini berarti bahwa hukum harus dirumuskan dengan mempertimbangkan kepentingan dan hak semua pihak yang terlibat. Reformula *ius constituendum* juga menekankan pada pentingnya pembentukan hukum yang baik. Ini berarti bahwa hukum harus dirumuskan dengan mempertimbangkan kepastian hukum, ketertiban, keteraturan, kedamaian, keadilan, dan kemanfaatan dalam kehidupan masyarakat. Dalam konteks perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*, ini berarti bahwa hukum harus dirumuskan dengan mempertimbangkan kepastian dan kemanfaatan bagi semua pihak yang terlibat. Dengan demikian, reformula *ius constituendum* memiliki implikasi teoritis yang signifikan dalam konteks perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Reformula ini memastikan bahwa hukum selalu diperbarui dan dirumuskan dengan mempertimbangkan kepastian hukum, keseimbangan dan pembentukan hukum yang baik, yang pada akhirnya akan memastikan bahwa semua pihak yang terlibat dalam transaksi di *marketplace* diberikan perlindungan yang seimbang dan adil. Reformula UUPK sebagai berikut:

Tabel 6
Reformula Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999
Tentang Perlindungan Konsumen

No.	Sebelum	Sesudah
1.	<p>Konsumen didefinisikan dalam UUPK sebagai individu (<i>natural person</i>) tidak mencakup badan hukum (<i>legal person</i>). Di dalam kepustakaan ekonomi dikenal konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya. Sedangkan definisi konsumen menurut UUPK adalah “<i>setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan</i>”.³⁴</p>	<p>Perlu dijelaskan bahwa pengertian konsumen dalam undang-undang ini adalah konsumen akhir.</p>
2.	<p>Ketiadaan pembedaan antara pelaku usaha barang dan penyedia jasa juga menimbulkan keengganan penyedia jasa profesional antara lain dokter, dosen, notaris untuk tunduk pada UUPK. Kemudian penyamaan tanggung jawab pelaku usaha barang dan penyedia jasa yang memiliki jenis tanggung jawab hukum yang berbeda, menimbulkan kekisruhan dalam penerapan dan penegakan UUPK. Definisi pelaku usaha UUPK Pelaku usaha adalah “<i>setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi</i>”.³⁵</p>	<p>Perlu dibedakan definisi antara pelaku usaha barang dan penyedia jasa mengingat klasifikasi sifat barang dan jasa pada dasarnya sudah berbeda. Konsepsi barang dan jasa yang disatukan membuat persamaan perlakuan bagi kedua komoditi tersebut, padahal pada hakikatnya barang dan jasa memiliki sifat yang berbeda.</p>

³⁴ Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

³⁵ *Ibid.*, Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

No.	Sebelum	Sesudah
3.	<p>Belum adanya struktur tanggung jawab pelaku usaha barang dan jasa. Sesuai dengan Pasal 19 ayat (1) UUPK terbatas mengatur tanggung jawab Pelaku usaha memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.</p>	<p>Perlu dibuat pengaturan untuk memisahkan tanggung jawab pelaku usaha barang dan jasa perlu dilakukan, mengingat jenis tanggung jawab hukum pelaku usaha barang dan jasa berbeda. Pelaku usaha jasa juga harus dibedakan secara jelas antara penyedia jasa profesional dan penyedia jasa komersial. Mengingat penyedia jasa profesional sejak awal mensyaratkan adanya kode etik sedangkan penyedia jasa komersial tidak ada kewajiban untuk memiliki kode etik. Jadi bukan hanya memisahkan pengaturan secara rinci mengenai pelaku usaha barang dan penyedia jasa, namun perlu juga mengatur secara terpisah hak dan kewajiban serta tanggung jawab penyedia jasa profesional dan penyedia jasa komersial.</p>
4.	<p>Ketiadaan ganti rugi atas kerugian nonmateri di dalam UUPK, menyebabkan konsumen yang dirugikan lebih memilih menggunakan Pasal 1243 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) yang mengatur mengenai ganti rugi nonmateri.</p> <p>Sesuai dengan Pasal 19 ayat (2) UUPK hanya mengatur Ganti rugi materiil berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.</p>	<p>Mengakomodir ganti rugi nonmateri.</p>

No.	Sebelum	Sesudah
5.	Belum adanya pengaturan mengenai <i>e-commerce/digital transaction</i> .	Pengaturan substansi perlindungan konsumen berkenaan dengan perkembangan metode perdagangan dengan sistem elektronik (<i>e-commerce/digital transaction</i>). Pengaturan kontrak/perjanjian dalam UUPK belum menyesuaikan dengan perkembangan bentuk kontrak saat ini yang telah mengenal 3 (tiga) bentuk kontrak yakni, <i>negotiated contract, standardized contract</i> dan <i>digital contract</i>.
6.	Salah satunya dapat dilihat dari pengaturan mengenai klausula baku yang tidak jelas. UUPK menyebutkan " <i>Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti</i> ". ³⁶	(UUPK, menyebutkan " <i>Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti</i> ", sehingga perlu penjelasan mengenai apa yang dimaksud dengan klausula baku dan apa batasan dari kriteria baku tersebut. Misalnya apakah rumusan "barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan" dapat dikategorikan menjadi klausula baku atau tidak.
7.	Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen. Materi muatan lainnya yang harus disesuaikan apabila dilakukan perubahan terhadap Pasal 38 dan 39 UUPK adalah ketentuan UUPK yang mengatur mengenai pembinaan dan pengawasan. Perubahan tersebut dapat dilakukan dengan melakukan sinkronisasi dan harmonisasi pengaturan mengenai pembinaan dan pengawasan yang terdapat dalam Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 Tentang Pembinaan dan Pengawasan. Tentunya juga diselaraskan dengan usaha Pemerintah untuk menciptakan pemberdayaan konsumen dalam menghadapi era globalisasi dan persaingan bebas.	Untuk disesuaikan lagi.

³⁶ *Ibid.*, Pasal 18 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

No.	Sebelum	Sesudah
8.	<p>UUPK dianggap sebagai kepastian hukum dalam terciptanya kondisi yang baik dalam kegiatan jual beli baik secara <i>offline</i> maupun secara <i>online</i>. Hanya saja penulis masih menemukan kelemahan dalam peraturan ini, yakni terdapat dalam pasal yang memiliki frasa yang ambigu karena memiliki makna yang relatif sehingga tidak memiliki tolak ukur yang pasti. Hal ini terdapat pada UUPK yang menyatakan bahwa “<i>Penyelenggaraan Transaksi Elektronik yang dilakukan para pihak wajib memperhatikan: a. Iktikad baik; b. Prinsip kehati-hatian; c. Transparansi; d. Akuntabilitas; dan e. Kewajaran</i>”.³⁷</p>	<p>Pada poin huruf (e) dinyatakan bahwa penyelenggaraan dalam Transaksi Elektronik yang telah dilakukan antar pihak juga harus dapat memperhatikan frasa “kewajaran”. Mengingat bahwa “kewajaran” setiap individu berbeda karena bersifat sangat relatif. Maka dari itu, kepastian hukum dari kata “kewajaran” ini sangat dipertanyakan apakah semua kendala yang dimunculkan dalam penyelenggaraan transaksi elektronik ini dapat diwajibkan atau tidak.</p>
9.	<p>UUPK menyebutkan “<i>Putusan majelis bersifat final dan mengikat</i>”.³⁸ Pasal ini kontradiktif dengan pengaturan pasal lainnya dalam UUPK yang menyebutkan³⁹ “<i>Para pihak dapat mengajukan keberatan kepada Pengadilan Negeri paling lambat 14 (empat belas) hari kerja setelah menerima pemberitahuan putusan tersebut</i>”. Terhadap pengajuan keberatan, Pengadilan Negeri wajib menerbitkan putusan paling lambat 21 hari sejak diterimanya keberatan. Pasal 56 ayat (2) mengenai putusan BPSK yang masih bisa diajukan keberatan ke Pengadilan Tinggi padahal dalam Pasal 54 ayat</p>	<p>Pengaturan dalam Pasal 56 mengenai putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang bersifat final dan mengikat namun masih dapat dilakukan keberatan terhadap putusan dimaksud kepada pengadilan negeri⁴⁰ dinilai kontradiksi, sehingga perlu diubah dengan ketentuan yang mewajibkan para pihak untuk melaksanakan putusan BPSK. Pasal 54 ayat (3) UUPK untuk diubah menjadi “Putusan majelis bersifat tidak bersifat final dan mengikat”. Pasal 54 ayat (3) UUPK untuk diubah menjadi “Putusan majelis bersifat tidak bersifat final dan mengikat”. Untuk dipertimbangkan kemungkinan</p>

³⁷ *Ibid.*, Pasal 46 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

³⁸ *Ibid.*, Pasal 54 ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

³⁹ *Ibid.*, Pasal 56 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁴⁰ *Ibid.*, Pasal 56 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

No.	Sebelum	Sesudah
	<p>(1) dan (3) disebutkan bahwa untuk menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen, BPSK membentuk majelis dan putusan majelis bersifat final dan mengikat.⁴¹ Selain itu kontradiktif juga dengan Pasal lain dalam Pasal 58 ayat (2) UUPK yang menyebutkan, “Terhadap putusan Pengadilan Negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (1) para pihak dalam waktu paling lambat 14 (empat belas) hari dapat mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung Republik Indonesia”. Terdapat adanya umusan norma pasal dalam UUPK. Pihak bisa mengajukan kasasi, sehingga menyulitkan BPSK di bawah BPSK.⁴²</p>	<p>Penyelesaian sengketa melihat penerapan di Negara Jepang tidak langsung melalui jalur peradilan tetapi diselesaikan terlebih dahulu melalui negosiasi antara konsumen dengan <i>marketplace</i> atau pihak lain yang terlibat. Kemudian penyelesaian sengketa jika gagal ditempuh melalui mediasi jika masih gagal baru diselesaikan melalui jalur peradilan.</p>

Sumber: Dikutif dari Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821

Kelemahan lain yang ditemukan dalam efektivitas pelaksanaan UUPK terkait dengan aspek penegakan hukumnya. Hal ini dapat dilihat dari kurangnya jumlah penegak hukum yang akan melakukan eksekusi terhadap pelanggaran yang dialami oleh konsumen dan dampaknya terhadap produsen yang melakukan ekspor terhadap produk yang dihasilkan. Penegak hukum yang berasal dari BPSK sebagaimana telah diatur dalam

⁴¹ Arrista Trimaya, “Optimalisasi Pemberdayaan Konsumen Melalui Pembaharuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”, hlm. 3.

⁴² Rofiq Hidayat, “Tiga Kelemahan UU Perlindungan Konsumen”, Diakses pada tanggal 15 Maret 2023 Pukul 09.35 WIB., <https://hukumonline.com>.

Ketentuan Pasal 52 UUPK hingga saat ini belum terbentuk di setiap provinsi, akibatnya jika timbul sengketa konsumen masih diselesaikan melalui pengadilan negeri bukan diselesaikan melalui BPSK.

Sejauh ini, berbagai penelitian dilakukan dan menyebutkan bahwa dari segi hukum bisnis masalah dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* yang ada di Indonesia adalah *customer protection* yang belum memadai, regulasi pemerintah terutama penetapan pajak, tingginya biaya pemakaian *data center* dan lainnya.

Semakin maraknya praktek transaksi jual beli pada *platform marketplace* di Indonesia membuat masyarakat yang ingin berbelanja barang dan jasa yang dibutuhkan lebih mudah, namun banyak terdapat pelanggaran terhadap hak-hak konsumen, sehingga membuka kesempatan adanya kecurangan dari pelaku usaha ataupun pihak ketiga terkait keamanan data pribadi yang dijamin oleh pemilik Toko *Online*, sehingga berimplikasi pada perlindungan konsumen. Dimana perlindungan konsumen dalam jual dan beli *online* menggunakan *platform marketplace* tidak jelas karena perlindungan bagi konsumen atas kerugian yang diterima akibat tidak bertanggungjawabnya para pelaku usaha pada *platform marketplace* dalam pelunasan transaksi belum diatur secara jelas dalam UUPK.⁴³ Mitigasi risiko kepada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* bertujuan agar baik konsumen, pelaku usaha maupun *marketplace* selaku pihak ketiga menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam

⁴³ Ida Ayu Eka Pradnyaswari dan I Ketut Westra, "Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Menggunakan Jasa *E-Commerce*", Jurnal Kertha Semaya, 8, no. 5 (2020): 758.

penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin adanya kepastian hukum tersebut. Masalah keadilan dan kepastian hukum merupakan persoalan yang kerap kali dijumpai masyarakat. penggunaan *domain* kode negara atau .id, transaksi.

Kelemahan dari keberlakuan UUPK, antara lain seperti dalam mengatasi permasalahan di bidang pelayanan umum, seperti bidang industri pangan, transportasi umum, komunikasi, perbankan, perhubungan, dan lain-lain. Masih banyak ditemukan gugatan yang dilakukan oleh konsumen, baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama (*class action*) kepada pengusaha karena hak-hak konsumen dirugikan. Hal ini menunjukkan masih terjadinya ketidakserasian antara kenyataan yang ada dan hal ideal yang dicita-citakan untuk melindungi konsumen. Terlihat pada konsumen dalam hal ini yang disebut sebagai pembeli harus lebih memahami mengenai syarat sahnya perjanjian dan memahami tentang klausula baku yang diberlakukan oleh penjual demi menghindari kerugian yang disebabkan oleh tindak kelalaian yang dilakukan oleh pelaku usaha sebagai penjual dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

Dalam permasalahan tersebut kedudukan pelaku usaha dan konsumen cenderung tidak seimbang, sehingga konsumen selalu berada dalam posisi yang lemah. Kondisi demikian pada satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis kualitas barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen. Di sisi lain, kondisi tersebut dapat mengakibatkan konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui promosi,

cara penjualan dan penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen.⁴⁴

Keberadaan UUPK belum mampu menjawab semua permasalahan terkait konsumen, terutama dalam hal perlindungan terhadap keamanan dan keselamatan konsumen. Penyebab kelemahan UUPK dapat dilihat pendukung dan budaya hukum di masyarakat. Meskipun suatu Undang-Undang dari Undang-Undang itu sendiri, penegakan hukum, sarana dan prasarana dibuat selengkap mungkin tetapi jika tidak ada sarana dan prasarana yang mendukung untuk pelaksanaannya, maka Undang-Undang tersebut tidak akan efektif dalam perberlakuannya.

Sarana dan prasarana yang tidak mendukung pelaksanaan UUPK, misalnya: kurangnya alokasi anggaran bagi Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) untuk melakukan kegiatan penyuluhan dan sosialisasi program kegiatan terkait dengan perlindungan konsumen. Akibatnya, penyuluhan yang dilakukan oleh SKPD tidak secara rutin dan tidak dapat menjangkau seluruh pelosok kabupaten. Idealnya penyuluhan harus dilakukan secara rutin, khususnya kepada pelaku usaha industri rumah tangga agar dapat menjaga kualitas produknya untuk kepentingan perlindungan konsumen. Faktor lain yang turut menyebabkan belum efektifnya pelaksanaan UUPK adalah masih kurangnya kesadaran hukum masyarakat. Dalam hal ini masyarakat sebagai konsumen kurang aktif melaporkan kerugian yang dan masih terdapatnya tenggang rasa yang cukup tinggi sehingga tidak ada penuntutan kepada pelaku usaha yang merugikan kepentingannya.

⁴⁴ Trimaya, Arrista, "Optimalisasi Pemberdayaan Konsumen Melalui Pembaharuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen".

- **Rumusan UU ITE:**

Tabel 7
Reformula PP Nomor 71 Tahun 2019
Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

No.	Sebelum	Setelah
1.	<p>PP Nomor 71 Tahun 2019 mengatur bahwa : <i>“Setiap Penyelenggara Sistem Elektronik harus menyelenggarakan Sistem Elektronik secara andal dan aman serta bertanggung jawab terhadap beroperasinya Sistem Elektronik sebagaimana mestinya”</i>.⁴⁵</p>	<p>Pengaturan Pasal 3 ayat (1) perlu diperjelas yang dimaksud dengan penyelenggaraan Sistem Elektronik secara andal dan aman seperti apa. Penjelasan definisi andal dan aman telah dijelaskan dalam Penjelasan Pasal 15 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Dimana yang dimaksud dengan "andal" adalah Sistem Elektronik memiliki kemampuan yang sesuai dengan kebutuhan penggunaannya. Yang dimaksud dengan "aman" adalah Sistem Elektronik terlindungi secara fisik dan nonfisik. Yang dimaksud dengan "beroperasi sebagaimana mestinya" adalah Sistem Elektronik memiliki kemampuan sesuai dengan spesifikasinya, termasuk kemampuan Sistem Elektronik dalam mematuhi atau memenuhi kewajiban tata kelola Penyelenggaraan Sistem Elektronik yang diatur dalam peraturan perundang-undangan.</p>
2.	<p>Pengaturan berbeda tampak pada UU ITE diketahui bahwa <i>“Sertifikat Elektronik adalah sertifikat yang</i></p>	<p>Untuk diselaraskan pengaturannya.</p>

⁴⁵ Pasal 3 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara RI Tahun 2019 Nomor 185, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6400. Sekretariat Negara. Jakarta.

No.	Sebelum	Sesudah
	<p><i>bersifat elektronik yang memuat Tanda Tangan Elektronik dan Identitas yang menunjukkan status subjek hukum para pihak dalam Transaksi Elektronik yang dikeluarkan oleh Penyelenggara Sertifikasi Elektronik.”⁴⁶ Selain itu pada dijelaskan mengenai definisi Penyelenggara Sertifikasi Elektronik dan Lembaga Sertifikasi Keandalan yang dapat diketahui bahwa dinyatakan dalam angka tersebut bahwa “Penyelenggara Sertifikasi dan Lembaga Sertifikasi Elektronik yang diawasi oleh pemerintah untuk mengawasi sertifikasi keandalan dalam bertransaksi secara elektronik” termasuk melalui e-commerce”.⁴⁷</i></p>	

Selain itu juga diperlukan adaptasi terhadap Teknologi Baru, dimana dalam dunia *platform marketplace*, teknologi baru terus muncul dan berkembang, mulai dari sistem pembayaran digital hingga teknologi *blockchain*. Untuk itu, hukum dan regulasi harus dapat beradaptasi dan dirumuskan untuk mengakomodasi teknologi baru ini.

Ius constituendum menuntut hukum untuk terus berubah dan berkembang sesuai dengan perkembangan teknologi. Perlunya pembentukan regulasi yang lebih ketat: Seiring dengan perkembangan jual beli melalui *platform marketplace*, ada

⁴⁶ Pasal 1 angka (9) Undang-Undang Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008. Lembaran Negara RI Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 4843 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Lembaran Negara RI Tahun 2024 Nomor 1, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6905.

⁴⁷ *Ibid.*, Pasal 1 angka (10) dan (11) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

kebutuhan untuk regulasi yang lebih ketat untuk melindungi hak dan kepentingan semua pihak yang terlibat, termasuk konsumen, penjual, dan penyedia *platform marketplace*. *Ius Constituendum* menyiratkan bahwa regulasi baru harus dirumuskan untuk menciptakan lingkungan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* yang lebih adil dan seimbang. Ditambah lagi dengan adanya kepentingan politis yang pada titik-titik tertentu kepentingan-kepentingan politik tersebut dapat terkonkritisasi dalam peraturan perundang-undangan. Apabila aroma politis sangat kuat tercium dalam peraturan perundang-undangan maka yang sangat dikhawatirkan adalah timbulnya pengkaburan terhadap tujuan dibentuknya hukum itu sendiri, yaitu untuk kemanfaatan, keadilan dan kepastian hukum rakyat. Apabila pengkaburan tujuan hukum ini terjadi terus-menerus dan berulang-ulang, maka tujuan negara tidak akan dapat terwujud sebagaimana yang diharapkan oleh rakyat.

Sebagaimana kita bentuk-bentuk peraturan perundang-undangan pada suatu masa (pemerintahan) tertentu dapat berbeda dengan bentuk-bentuk peraturan perundang-undangan pada masa yang lain. Hal ini sangat tergantung pada penguasa dan kewenangannya untuk membentuk suatu keputusan yang berbentuk peraturan-perundang-undangan. Oleh karena itu diupayakan semaksimal mungkin walaupun terjadi perubahan kekuasaan negara, jangan sampai mengkaburkan tujuan hukum yang pada akhirnya akan mempersulit pencapaian tujuan negara.

Diketahui bahwa produk-produk hukum di Indonesia merupakan produk politik. Dewan Perwakilan Rakyat memegang kekuasaan membentuk undang-undang dan setiap rancangan undang-undang dibahas oleh Dewan Perwakilan Rakyat dan Presiden untuk mendapat persetujuan bersama. Presiden berhak mengajukan rancangan

undang-undang kepada Dewan Perwakilan Rakyat, sehingga pengesahan sesuatu Rancangan Peraturan Perundang-Undangan menjadi Undang-undangan adalah suatu bentuk kesepakatan bersama antara Presiden (Eksekutif) dan Dewan Perwakilan Rakyat (Legislatif).

Suatu mekanisme penciptaan peraturan perundang-undangan salah satunya dibentuk melalui Politik Hukum yang dikendaki para penguasa pada masa tersebut, sehingga mekanisme penciptaan hukum yang ada di Indonesia saat ini adalah berdasarkan kehendak dan kewenangan pemegang tampuk kekuasaan. Politik Hukum dalam arti sempit (Politik Perundang-undangan) dapat dijabarkan sebagai kemauan atau kehendak negara terhadap hukum. Artinya, untuk apa hukum itu diciptakan, apa tujuan penciptaannya dan kemana arah yang hendak dituju.

Pemerintah harus menjamin piranti hukum yang melindungi konsumen, yang salah satunya dapat dilakukan melalui perubahan UUPK. Perubahan ini tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha para pelaku usaha, tetapi justru sebaliknya perlindungan dan pemberdayaan konsumen dapat mendorong iklim usaha yang sehat yang mendorong lahirnya pelaku usaha yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas dan sehat yang mendorong lahirnya pelaku usaha yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan / atau jasa yang berkualitas. Selain itu, Bab X tentang Kontrak Elektronik dari Pasal 50 sampai dengan Pasal 57 Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang PP PMSE, aturan yang dijelaskan dalam pasal tersebut masih bersifat parsial karena sejauh ini masih dianggap belum dapat menjangkau permasalahan utama yang muncul dalam penggunaan *platform marketplace*, seperti

jaminan keamanan, penyelesaian sengketa dan perlindungan konsumen.⁴⁸ Idealnya Politik perundang-undangan terhadap keberlakuan aturan perlindungan konsumen ini harus selaras dengan:

Pertama, dengan Pancasila sebagai paradigma pembangunan hukum. Dengan demikian, pemahaman Pancasila sebagai paradigma hukum integral Indonesia berarti menjadikan Pancasila sebagai pedoman berpikir, bersikap dan bertindak laku hukum untuk menghadapi segala aspek dan berbagai permasalahan hukum dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara guna mencapai tujuan nasional. Hukum di suatu negara bertujuan untuk memberikan jaminan ketertiban dan keamanan bagi masyarakat. Ketertiban tersebut akan terjaga apabila masyarakat mentaati hukum yang ada. Pancasila sebagai sumber dari segala sumber hukum negara. Pancasila adalah dasar negara dan secara yuridis konstitusional dipergunakan sebagai dasar mengatur menyelenggarakan pemerintah negara dan sebagai landasan filosofis tertinggi pembentukan peraturan perundang-undangan di Indonesia. Secara objektif ilmiah, Pancasila adalah suatu paham filsafat, suatu *philosophical way of thinking atau philosophical system*. Sebagai suatu landasan filosofis, maka setiap materi muatan peraturan perundang-undangan tidak boleh bertentangan dengan nilai-nilai yang terkandung dalam Pancasila dan UUD 1945.

Selain dari landasan filosofis pembentukan suatu peraturan dilandasi juga dengan adanya landasan sosiologis berupa kenyataan yang hidup dalam masyarakat. Dengan adanya filsafat sebagai modal utama pemikiran untuk merumuskan suatu ide kajian dalam proses pembuatan peraturan agar produk hukum yang dihasilkan sesuai

⁴⁸ Yessica Hartono Putri, "Perlindungan Hukum dalam Transaksi Melalui E-Commerce di Indonesia", *Jurnal Kertha Negara Fakultas Hukum Universitas Udayana* 10, no. 5 (2022): 483.

dengan kebutuhan masyarakat dan negara, sehingga dapat tercipta dan terwujud keharmonisan dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Diharapkan dapat terwujud negara yang adil dan makmur sesuai dengan tujuan dibuatnya peraturan tersebut yang selaras dengan Pancasila dan UUD 1945. Dimana pada tingkatan pembahasan peraturan di eksekutif dan Legislatif, filsafat hukum dapat dijadikan landasan filosofis dalam penyusunan peraturan yang membahas hubungan konkrit antara hubungan filsafat, hukum, sosiologis, moral, agama, etika dan estetika.

- a. Pada tahap penerapan hukum, filsafat hukum berperan agar penerapan hukum diharapkan dapat diterapkan secara maksimal sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan tidak bertentangan dengan tuntutan kesusilaan dan ketertiban umum dan rasa keadilan baik individual maupun sosial dalam masyarakat.
- b. Aparat Penegak Hukum terutama Hakim dalam memeriksa dan memutus perkara untuk bersikap netral dan tidak memihak serta berlaku adil sesuai dengan hati nurani demi terwujudnya kepastian hukum dalam masyarakat.

Kedua, undang-undang, peraturan dan sebagainya untuk mengatur kehidupan masyarakat terutama UUD 1945 sebagai landasan konstitusional.

2. Perubahan mekanisme dan SOP penyelesaian sengketa pada Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace* yang efektif

Pengaturan penyelesaian sengketa yang efektif dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, untuk memitigasi risiko dan memberikan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berdasarkan asas kepastian hukum, rekonstruksi hukum ke depan harus mempertimbangkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Regulasi yang jelas dan tegas. Pemerintah perlu membuat regulasi yang jelas dan tegas terkait dengan perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Regulasi tersebut harus mempertimbangkan kepentingan semua pihak dan memberikan kepastian hukum bagi semua pihak yang terlibat dalam transaksi perdagangan elektronik.
2. Transparansi Penggunaan teknologi dalam transaksi perdagangan elektronik membuat informasi lebih mudah diakses oleh konsumen. Namun, konsumen perlu diberikan informasi yang jelas dan transparan terkait dengan produk atau layanan yang ditawarkan. Oleh karena itu, pelaku usaha dan *marketplace* harus menyediakan informasi yang akurat, jelas, dan mudah dipahami bagi konsumen.
3. Tanggung jawab pelaku usaha dan *marketplace* harus bertanggung jawab atas produk atau layanan yang mereka tawarkan. Jika terjadi masalah, mereka harus menyelesaikan masalah tersebut dengan cara yang adil dan transparan.
4. Perlindungan konsumen Pemerintah perlu membuat aturan yang melindungi konsumen dari penipuan dan praktik bisnis yang tidak etis.

Pengaduan dan penyelesaian sengketa Pelaku usaha dan *marketplace* harus menyediakan mekanisme pengaduan dan penyelesaian sengketa yang efektif dan transparan bagi konsumen. Jika terjadi sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau *marketplace*, maka harus ada mekanisme yang dapat menyelesaikan sengketa tersebut dengan cara yang adil dan transparan. Dimana mekanisme penyelesaian sengketa pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* selama ini belum dilakukan sepenuhnya secara *online*. Kedepan kiranya rekonstruksi hukum penyelesaian sengketa pada *platform marketplace* dilakukan secara *online* dengan dilengkapi perangkat sebagai berikut:

- > *Website* penyelesaian sengketa yang dilengkapi dengan fitur-fitur sebagai berikut:
 - Fitur yang memuat informasi mengenai Badan/Lembaga Penyelesaian Sengketa Konsumen beserta tugas, wewenang dan tanggung jawabnya.
 - Fitur yang memuat informasi tentang pengaduan terkait syarat dan ketentuan yang berlaku. Dimana permohonan pengaduan ditandatangani secara digital berupa tanda tangan digital.
 - Fitur untuk dapat mengecek status penyelesaian pengaduan konsumen, sehingga konsumen dapat mengetahui sudah sampai dimana tahapan penyelesaian pengaduan konsumen.
 - Fitur laporan hasil penyelesaian pengaduan / sengketa dalam bentuk, seperti Surat Keputusan Penyelesaian Pengaduan / Sengketa. Dimana konsumen diberikan kode akses untuk masuk ke dalam *website* dan dapat mengeprint SK / *output* keputusan hasil penyelesaian pengaduan / sengketa serta dibekali dengan SDM yang berkualitas dan berkompeten di Bidang IT.
 - SOP Penyelesaian Pengaduan dan sengketa secara *Online* oleh BPSK.
 - SOP Penyelesaian Pengaduan oleh *marketplace* selaku pihak ketiga.
6. Penerapan hukum yang konsisten. Pemerintah harus menerapkan hukum dengan konsisten dan adil. Jika terjadi pelanggaran hukum, maka pelaku usaha atau *marketplace* harus ditindak secara tegas sesuai dengan hukum yang berlaku.
7. Dalam mempertimbangkan hal-hal di atas, rekonstruksi hukum ke depan harus memastikan bahwa asas kepastian hukum terpenuhi. Hal ini akan memberikan kepastian hukum bagi semua pihak dan mendorong terciptanya lingkungan bisnis yang sehat dan beretika.

8. Pendidikan dan Kesadaran Konsumen: Hukum harus mendorong pendidikan dan kesadaran konsumen tentang hak-hak mereka di *marketplace*. Ini dapat mencakup persyaratan bahwa *marketplace* harus memberikan informasi yang jelas tentang kebijakan dan hak konsumen serta kampanye edukasi untuk meningkatkan pemahaman konsumen.

Namun, hingga saat ini aturan jual beli elektronik masih belum tertulis dengan jelas di dalam hukum yang berlaku di Indonesia. Hal ini dikarenakan syarat-syarat sah perjanjian secara elektronik belum diatur secara khusus. Tetapi pada prinsipnya, syarat sahnya perjanjian telah diatur dalam KUH Perdata) yang merupakan acuan dalam pembuatan kontrak *online*. Selama kontrak *online* yang dibuat telah memenuhi 4 (empat) syarat sahnya perjanjian yang dimaksud pada KUH Perdata, yaitu mencakup kesepakatan, kecakapan, suatu hal tertentu dan sebab yang halal, maka kontrak *online* tersebut dapat dianggap sah dan mengikat para pihak.⁴⁹

Sebagai bagian dari *ius constituendum*, hukum dan regulasi yang mengatur mekanisme penyelesaian sengketa dalam *platform marketplace* harus selalu diperbarui dan diperbaiki untuk menyesuaikan dengan perkembangan teknologi dan perubahan dalam masyarakat. Misalnya, dengan perkembangan teknologi *blockchain* dan *smart contracts*, mekanisme penyelesaian sengketa mungkin akan berubah menjadi lebih otomatis dan transparan. Dengan perkembangan teknologi, mekanisme penyelesaian sengketa dapat menjadi lebih efisien dan cepat. Misalnya, penggunaan teknologi seperti

⁴⁹ Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Acara Perdata.

Artificial Intelligence (AI) dan *Machine Learning (ML)* dapat membantu dalam mempercepat proses penyelesaian sengketa pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Dengan *ius constituendum*, hukum dan regulasi yang mengatur *platform marketplace* harus selalu diperbarui untuk memberikan perlindungan yang lebih baik untuk konsumen. Misalnya, dengan perkembangan teknologi dan perubahan dalam masyarakat, aturan dan regulasi yang mengatur privasi dan keamanan data konsumen dalam *platform marketplace* mungkin perlu diperbarui dan diperkuat. Jadi, konsep hukum arah rekonstruksi kedepannya (*ius constituendum*) memiliki implikasi yang signifikan pada aspek mekanisme penyelesaian sengketa konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Konsep ini menekankan pada pentingnya hukum dan regulasi untuk selalu beradaptasi dan berkembang seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan dalam masyarakat.

Dalam menjalankan transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, sengketa sering terjadi dan memerlukan penyelesaian yang efektif. Ada beberapa mekanisme dan SOP (*Standard Operating Procedure*) yang dapat dilakukan untuk menyelesaikan sengketa tersebut:

1. Penyelesaian Sengketa Melalui Pengadilan atau Lembaga Penyelesaian Sengketa: Sengketa yang terjadi dalam kegiatan bisnis pada *platform marketplace* bisa diselesaikan dengan mengunjungi pengadilan atau meminta bantuan lembaga penyelesaian sengketa lainnya dalam bentuk mediasi, arbitrase atau konsiliasi.⁵⁰ Namun, Moda penyelesaian sengketa konsumen pengaturannya dalam Pasal 56 UUPK mengenai putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang bersifat final dan mengikat, namun masih dapat dilakukan keberatan terhadap putusan dimaksud kepada pengadilan negeri karena dinilai kontradiksi, sehingga perlu diubah dengan ketentuan yang mewajibkan para pihak untuk melaksanakan putusan BPSK.

⁵⁰ Libera, "Terjadi Sengketa dalam Bisnis e-Commerce ?," Diakses pada tanggal 5 Juni 2021 Pukul 11.50 WIB., <https://libera.id/blogs/penyelesaian-sengketa-ecommerce/>.

2. *Online Dispute Resolution (ODR)*: ODR adalah salah satu bentuk penyelesaian sengketa non litigasi. ODR memungkinkan penyelesaian sengketa secara *online*, yang lebih cepat dan efisien. Namun, perlu diingat bahwa ODR belum diatur secara khusus di Indonesia. Hukum harus dapat memberikan kepastian dan kemanfaatan bagi masyarakat (konsumen). Dimana belum terdapat kepastian hukum terkait sistem *online dispute resolution* di Indonesia.⁵¹
3. Gugatan Sederhana: Mahkamah Agung (MA) telah memperkenalkan mekanisme gugatan sederhana yang dirancang untuk memberikan proses yang cepat, sederhana dan terjangkau untuk gugatan perdata di bawah Rp 500 juta.
4. *Class Action*: Konsumen dengan pokok permasalahan dan kepentingan yang sama juga dapat memilih untuk mengajukan gugatan secara kolektif ke pengadilan melalui mekanisme *class action*. Mekanisme ini lebih efisien karena para konsumen dapat menunjuk satu pihak untuk mewakili mereka di pengadilan.

Hal yang perlu juga diperhatikan bahwa dalam penyelesaian sengketa *platform marketplace*, perlindungan konsumen harus menjadi prioritas. Hal ini dapat dilakukan melalui penerapan hukum dan peraturan yang tepat serta peningkatan kesadaran konsumen tentang hak dan kewajiban mereka dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Adanya regulasi dengan pendekatan ekosistem lebih diperlukan mengingat kompleksitas pihak-pihak yang terlibat dalam *platform marketplace*.

Hal ini bertujuan untuk menciptakan kerangka kerja hukum yang seimbang dan adil yang memperlakukan konsumen dan penjual secara adil, meminimalkan risiko penipuan, dan meningkatkan kepercayaan konsumen dalam bertransaksi di *marketplace*. Selain itu, dengan berfokus pada asas kepastian hukum, konsep ini

⁵¹ Stefani, "Kepastian Hukum Penyelesaian Sengketa E-Commerce di Indonesia Secara Online", *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi Universitas Jember*, 2, no. 7 (Juli 2021): 1235.

menjamin bahwa hukum memiliki landasan moral dan etis yang kuat dalam melindungi hak-hak konsumen. Dalam mewujudkan kepastian Hukum yang seimbang dalam penyelesaian sengketa pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* terkendala adanya perbedaan hukum antar negara. Pada transaksi jual beli melalui *platform perdagangan* sering melibatkan transaksi yang melintasi batas negara. Perbedaan dalam peraturan dan hukum di berbagai negara dapat menyulitkan upaya perlindungan konsumen yang seimbang, karena aturan yang berlaku di satu negara mungkin tidak berlaku di negara lain. Ketika pelanggaran terjadi di lintas negara, penegakan hukum dapat menjadi sulit. Koordinasi antarnegara dan hambatan administratif dapat menjadi kendala dalam mengejar pelanggar hukum.

Selain itu, faktor ketidaksetaraan Sumber Daya dan Informasi. Konsumen dan pelaku usaha dalam *platform marketplace* memiliki tingkat akses dan pengetahuan yang berbeda. Konsumen mungkin tidak memiliki sumber daya atau informasi yang cukup untuk melindungi diri mereka sendiri dari penipuan atau praktik yang merugikan. Kesadaran Konsumen yang rendah, konsumen yang kurang sadar tentang hak-hak mereka dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* mungkin tidak tahu cara melindungi diri mereka sendiri atau mengambil langkah-langkah yang diperlukan jika mereka menghadapi masalah. Banyak badan penegak hukum memiliki keterbatasan sumber daya, baik dalam hal personel maupun teknologi. Hal ini dapat menghambat kemampuan mereka untuk menyelidiki dan menindak pelanggaran *platform marketplace* dengan efektif. Selain itu ketidakjelasan kewajiban Penyedia Layanan Internet.

Pada beberapa kasus, penyedia layanan internet (*Internet Service Provider / ISP*) dapat menjadi tempat pelanggaran pada *platform marketplace* terjadi, seperti penyebaran barang-barang ilegal atau pelanggaran hak cipta. Ketidakjelasan tentang kewajiban ISP dalam melindungi konsumen dapat menjadi kendala.

Adanya ketidakseimbangan kekuasaan, kadang-kadang, *platform marketplace* memiliki kekuasaan yang besar atas penjual dan konsumen. Hal ini dapat menghasilkan ketidakseimbangan dalam perlindungan hukum, di mana penjual atau *platform marketplace* memiliki keuntungan yang tidak adil dalam transaksi. Kondisi tersebut diperparah dengan ketidakjelasan hukum pada *platform marketplace*. Hukum transaksi jual beli melalui *platform marketplace* terus berkembang seiring dengan perkembangan teknologi. Hal ini menciptakan ketidakpastian hukum dan kesulitan dalam menegakkan aturan yang berlaku.

Dari sisi keamanan Data dan Privasi, perlindungan data dan privasi konsumen adalah masalah utama dalam *platform marketplace*. Serangan siber dan pelanggaran data dapat mengancam keamanan dan privasi konsumen, dan ini merupakan tantangan yang terus berlanjut dalam upaya perlindungan hukum yang seimbang. Adanya pemalsuan produk adalah masalah serius di transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Konsumen dapat dengan mudah tertipu oleh produk palsu atau ilegal, dan ini memerlukan upaya ekstra dalam melindungi konsumen dari bahaya ini.

Tantangan teknologi pada *platform marketplace* terus berkembang dengan cepat, dan teknologi baru muncul dengan cepat. Hal ini dapat menyulitkan hukum untuk tetap *up-to-date* dan efektif dalam melindungi konsumen.

Selain itu adanya penyalahgunaan hukum oleh pihak-pihak atau menggunakan taktik hukum untuk tujuan yang tidak bermoral. Ini dapat mengganggu proses perlindungan hukum yang seimbang. Pemecahan untuk kendala-kendala ini memerlukan kerjasama antara pemerintah, industri, dan kelompok konsumen dalam mengembangkan kebijakan dan praktik terbaik yang mempromosikan perlindungan hukum yang seimbang dan efektif dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Adanya perdagangan tak lihat (*Dark Web*). Aktivitas transaksi jual beli pada *platform marketplace* yang ilegal atau merugikan sering kali terjadi di jaringan *deep web* atau *dark web* yang sulit dilacak. Hal ini membuat sulit bagi otoritas penegak hukum untuk mengidentifikasi dan menindak pelanggaran.

Krisis Keamanan *Cyber*. Serangan siber yang canggih dapat membahayakan integritas *marketplace* dan informasi konsumen. Ketika serangan terjadi, ini dapat mengganggu perlindungan hukum yang seimbang dan mengakibatkan kerugian besar bagi konsumen. Kemampuan Adopsi Teknologi, dimana tidak semua konsumen memiliki akses atau pemahaman teknis yang cukup untuk bertransaksi secara *online* dengan aman. Ini dapat menjadi kendala dalam mencapai perlindungan hukum yang seimbang, terutama bagi kelompok yang kurang terampil dalam teknologi. Upaya untuk mengatasi kendala-kendala ini melibatkan kerja sama lintas sektor, koordinasi internasional, dan investasi dalam pelatihan, teknologi, dan sumber daya penegakan hukum. Tujuannya adalah menciptakan kerangka kerja yang lebih kuat untuk perlindungan hukum yang seimbang dan efektif dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

3. Konsep Hukum Arah Rekonstruksi Hukum Ke Depan (*Ius Constituendum*) pada Aspek Kelembagaan pada Transaksi Jual Beli melalui Platform Marketplace

Konsep *Ius Constituendum* memiliki implikasi yang signifikan dalam aspek kelembagaan pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Konsep ini menuntut hukum dan regulasi untuk terus beradaptasi dan berkembang seiring dengan dinamika dan perkembangan teknologi pada *platform marketplace*, termasuk pembentukan regulasi yang lebih ketat dan pengembangan institusi pengawas. Pengembangan Institusi Pengawas dalam konteks kelembagaan, *Ius Constituendum* mungkin menuntut pembentukan atau pengembangan institusi pengawas yang bertugas mengawasi operasional pada *platform marketplace* untuk memastikan kepatuhan terhadap hukum dan regulasi yang berlaku. Institusi ini juga bertugas untuk menangani keluhan dan sengketa yang mungkin muncul antara pihak-pihak yang terlibat dalam *platform marketplace*.

Permasalahan yang terkait dengan kelembagaan perlindungan konsumen misalnya:

1. Ketiadaan beberapa lembaga atau organisasi antara lain asosiasi konsumen barang dan/atau jasa sejenis serta ketidakjelasan pengaturan koordinasi antar berbagai instansi penegak hukum yang terlibat dalam penegakan UUPK, antara lain kementerian terkait, BPSK, Kepolisian, Kejaksaan, dan Pengadilan. UUPK hanya mengatur mengenai tugas mengenai Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat sebagaimana yang diatur dalam UUPK terutama terkait dengan tugas bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya

mewujudkan perlindungan konsumen.⁵²

2. Penerbitan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (UU Pemda) yang menisbikan peran Kabupaten/Kota dalam urusan perlindungan konsumen, sehingga keberadaan BPSK yang semula diperintahkan oleh UUPK untuk didirikan di setiap Daerah Tingkat II (Kabupaten/Kota), sekarang hanya diperkenankan di Provinsi dan Pusat; dan c) tugas dan wewenang berbagai badan atau lembaga dalam urusan perlindungan konsumen yang kurang optimal, antara lain Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), sehingga kurang dapat berkontribusi pada upaya perlindungan konsumen.

Dalam penyelenggaraan *platform marketplace*, efektivitas Lembaga Pengawas terhadap penyelenggaraan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* perlu mendapat perhatian terhadap sejauh mana peranan dan efektifitas dari Lembaga/Badan tersebut dalam melaksanakan fungsi dan peranannya dalam rangka mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang berdasarkan Asas Kepastian Hukum.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBB), maka yang dimaksudkan dengan pengawasan adalah berasal dari kata 'awas' yang berarti mengamati dan menjaga baik-.baik. Definisi pengawasan menurut para ahli, diantaranya dikemukakan oleh Hendry Fanyol menyebutkan definisi dari pengawasan; yaitu “*Control consist in verifying wether everything accur in conformity with the plan*

⁵² Pasal 44 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

asopted, the instruction issued and principles established. It has for object to point out weaknesses and errors in to rectify them and prevent recurrence.” Pengawasan merupakan realitas bahwa hakikat merupakan suatu tindakan menilai (menguji) apakah sesuatu telah berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan. Melalui pengawasan tersebut akan dapat ditemukan kesalahan-kesalahan yang akhirnya kesalahan-kesalahan tersebut akan dapat diperbaiki dan yang terpenting jangan sampai kesalahan tersebut terulang kembali. Selain itu, definisi pengawasan dikemukakan juga oleh George R. Terry yang dikutip Muchsan yang mendefinisikan pengertian pengawasan sebagai berikut; *“Control is to determine what is accomplished evaluate it, and apply corrective measure, if needed to result in keeping with the plan.”* Pengawasan merupakan suatu tindakan yang menitik beratkan pada tindakan evaluasi serta koreksi terhadap hasil yang dicapai, dengan maksud agar hasil tersebut sesuai dengan rencana. Dengan demikian tindakan pengawasan itu tidak dilakukan terhadap suatu proses kegiatan yang sedang berjalan, akan tetapi justru pada akhir suatu kegiatan setelah kegiatan tersebut menghasilkan sesuatu.

Pengertian pengawasan juga dikemukakan oleh Newman yang berpendapat bahwa; *“Control is assurance that the performance conform to plan.”* Ini berarti bahwa titik berat pengawasan adalah suatu usaha untuk menjamin agar pelaksanaan suatu tugas dapat sesuai dengan rencana. Karena itu, pengawasan merupakan suatu tindakan yang dilakukan selama proses suatu kegiatan sedang berjalan. Senada dengan pengertian tersebut kita dapat melihat definisi pengawasan yang disampaikan oleh Irham Fahmi mengatakan bahwa pengawasan secara umum dapat didefinisikan

sebagai cara suatu organisasi mewujudkan kinerja yang efektif dan efisien, serta lebih jauh mendukung terwujudnya visi dan misi suatu organisasi.⁵³ Pengawasan ialah proses pemantauan, penelitian, dan pelaporan rencana atas pencapaian tujuan yang telah ditetapkan untuk tindakan korektif guna penyempurnaan lebih lanjut.⁵⁴ Menurut S.P. Siagian yang menggambarkan pengawasan sebagai berikut : “Proses pengamatan dari pada pelaksanaan seluruh kegiatan organisasi untuk menjamin agar pekerjaan yang sedang dilaksanakan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan.”⁵⁵ Pendapat Siagian ini sama dengan Newman dimana pengawasan menitik beratkan pada tindakan pengawasan pada proses yang sedang berjalan atau dilaksanakan. Pengawasan tidak dilaksanakan pada akhir suatu kegiatan, justru pengawasan dilaksanakan pada dalam menilai dan mewarnai hasil yang akan dicapai oleh kegiatan yang sedang dilaksanakan tersebut.

Berdasarkan definisi pengawasan yang dikemukakan oleh para ahli tersebut di atas diatas diketahui bahwa wujud pengawasan adalah kegiatan untuk menilai suatu pelaksanaan tugas secara *de facto*. Sedangkan tujuan pengawasan hanyalah terbatas pada pencocokan apakah kegiatan yang dilaksanakan telah sesuai dengan tolak ukur yang telah ditentukan sebelumnya. Dari definisi tersebut juga diperoleh suatu konsep pemahaman bahwa perlu dilakukannya pemantauan dan pelaporan rencana atas pencapaian tujuan yang telah ditetapkan untuk tindakan korektif guna penyempurnaan lebih lanjut yang dititikberatkan pada proses yang sedang berjalan atau dilaksanakan. Suatu pengawasan yang dilakukan secara rutin ataupun berkala di dalam organisasi perlu dilakukan

⁵³ Irham Fahmi, Manajemen Keuangan Perusahaan dan Pasar Modal.

⁵⁴ Brantas, *Dasar-dasar Manajemen* (Bandung, Alfabeta, 2009): 195.

⁵⁵ Sondang P. Siagian, *Fungsi-Fungsi Manajerial*.

pemantauan, Hal ini bukan dilakukakan untuk mencari kesalahannya tetapi untuk mendidik, membimbing dan mengarahkannya. Tanpa adanya pengawasan yang baik tentunya akan menghasilkan tujuan yang kurang memuaskan, baik bagi organisasi itu sendiri maupun bagi para pekerjanya. Dikaitkan dengan pelaksanaan transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, maka peranan secara kelembagaan/institusi Lembaga/Institusi/Badan dalam melakukan penyelenggaraan dan pengawasan yang saling berkoordinasi antar lembaga/instansi/badan terhadap perlindungan konsumen sangatlah penting dalam mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Dimana dalam penyelenggaraan dan pengawasan terhadap perlindungan konsumen terdapat Lembaga/Institusi/Badan Perlindungan Konsumen yang terlibat didalamnya, yaitu terdiri dari :

3.1 Peranan Kementerian Perdagangan dalam melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*

Sesuai dengan Pasal 29 UUPK, diatur bahwa Pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha.⁵⁶ Pembinaan terhadap pelaku usaha dan pengawasan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di masyarakat tidak hanya ditujukan untuk melindungi kepentingan konsumen, tetapi juga bermanfaat bagi pelaku usaha dalam upaya meningkatkan daya saing barang dan/atau jasa

⁵⁶ Pasal 29 Butir 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

di pasar global. Pembinaan dilakukan melalui upaya untuk menciptakan iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen; mengembangkan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat; meningkatkan kualitas sumber daya manusia; dan meningkatkan kegiatan penelitian terkait dengan perlindungan konsumen. Pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang meliputi:

- a. Terciptanya iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen;
- b. Berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
- c. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia serta meningkatnya kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen.

Peranan negara yang dapat dilakukan terhadap perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli pada *platform marketplace* dengan cara:⁵⁷

- 1) Menghilangkan kendala-kendala hukum dan memberikan pengaturan dalam transaksi;
- 2) Memberikan fasilitas dalam bentuk pengaturan terhadap upaya perlindungan hukum bagi konsumen yang diberikan oleh pelaku usaha (*self-regulation*); dan
- 3) Konsumen sendiri dalam melakukan transaksi.

Peranan negara yang dimaksud disini yaitu tuntutan adanya kepastian hukum dalam melakukan transaksi dari segi aspek hukum nasional melalui pembentukan peraturan di bidang perlindungan hukum bagi konsumen, maupun aspek hukum internasional melalui perjanjian internasional atau harmonisasi hukum. Harmonisasi hukum dimaksudkan sebagai wahana untuk menciptakan seperangkat aturan yang prinsip-prinsip dasarnya berasal dari hukum nasional masing-masing negara.

⁵⁷ Putu Eka Trisna Dewi, "Pengawasan dan Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Bisnis E-Commerce", *Fakultas Hukum Universitas Ngurah Rai Bali*, (2024): 11.

Menurut UU Perdagangan, maka peranan Pemerintah dalam melakukan pengendalian perdagangan baik dalam maupun luar negeri meliputi, yaitu Perizinan; Standar dan pelarangan dan pembatasan. Dimana kebijakan perdagangan yang dilakukan Pemerintah di bidang perdagangan, antara lain melakukan pengharmonisasian peraturan, Standar, dan prosedur kegiatan perdagangan antara pusat dan daerah dan/atau antardaerah, penataan prosedur perizinan bagi kelancaran arus barang, perlindungan konsumen dll.⁵⁸

Dalam pelaksanaannya, pada *platform marketplace*, pelaku usaha yang membuka toko *online* pada *platform* digital tidak meminta izin kepada pemerintah. Jika toko *online* dapat bebas beroperasi tanpa izin, maka jika terjadi kerugian, konsumen yang seharusnya dapat menuntut pelaku usaha, namun jika transaksi yang dilakukan secara *online* atau melalui media elektronik, maka bagaimana cara konsumen dapat menuntut atas kerugiannya apabila konsumen tidak mengetahui dimana tempat tinggal atau dari pelaku usaha berdomisili, karena pada umumnya toko *online* hanya menginformasikan letak kota atau negara tempat pelaku usaha dan tanpa alamat yang jelas dan pasti, sehingga hal ini tidak ada jaminan atas kebenaran dari data dan informasi dari pelaku usaha.

Untuk dapat memudahkan pemerintah melakukan pengawasan, maka diperlukan suatu instrumen pengawasan dan pengendalian kegiatan usaha *online*.

⁵⁸ Pasal 5 ayat (4) dan Pasal 38 ayat (4) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Lembaran Negara RI Tahun 2014 Nomor 45, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 5512. Sekretariat Negara. Jakarta.

Untuk itu pelaku usaha yang akan membuka toko *online* diplatform digital milik *marketplace* untuk melakukan registrasi atau pendaftaran data diri dan domisili terlebih dahulu, sehingga memberikan kesempatan bagi konsumen agar dapat mengetahui dimana pelaku usaha berada / berdomisili. Hal ini tentunya akan memudahkan bagi konsumen apabila akan menggugat pelaku usaha atas kerugian yang dialami oleh konsumen akibat dari transaksi jual beli melalui media elektronik yang telah dilakukannya.

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan mengatur Pemerintah dan Pemerintah Daerah mempunyai wewenang melakukan pengawasan terhadap kegiatan perdagangan. Dalam melaksanakan pengawasan tersebut, Pemerintah menetapkan kebijakan pengawasan di bidang Perdagangan.⁵⁹ Pengawasan oleh Pemerintah dilakukan oleh Menteri. Menteri dalam melakukan pengawasan mempunyai wewenang melakukan:⁶⁰

- a. pelarangan mengedarkan untuk sementara waktu dan/atau perintah untuk menarik Barang dari Distribusi atau menghentikan kegiatan Jasa yang diperdagangkan tidak sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang Perdagangan; dan/atau
- b. pencabutan perizinan di bidang Perdagangan.

Dalam melaksanakan pengawasan, Menteri menunjuk petugas pengawas di bidang Perdagangan. Petugas pengawas di bidang Perdagangan dalam melaksanakan pengawasan harus membawa surat tugas yang sah dan resmi. Petugas Pengawas dalam melaksanakan kewenangannya paling sedikit melakukan pengawasan terhadap:⁶¹

⁵⁹ Pasal 98 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Lembaran Negara RI Tahun 2014 Nomor 45, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 5512. Sekretariat Negara. Jakarta.

⁶⁰ *Ibid.*, Pasal 99 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.

⁶¹ *Ibid.*, Pasal 100 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.

- a. perizinan di bidang Perdagangan;
- b. Perdagangan Barang yang diawasi, dilarang, dan/atau diatur;
- c. Distribusi Barang dan/atau Jasa;
- d. pendaftaran Barang Produk Dalam Negeri dan asal Impor yang terkait dengan keamanan, keselamatan, kesehatan, dan lingkungan hidup;
- e. pemberlakuan SNI, persyaratan teknis, atau kualifikasi secara wajib;
- f. pendaftaran Gudang; dan
- g. penyimpanan Barang kebutuhan pokok dan/atau Barang penting

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dinyatakan bahwa pelaku usaha yang melakukan kegiatan usaha perdagangan wajib memiliki perizinan di bidang perdagangan yang diberikan oleh Menteri.⁶² Perizinan berusaha adalah pendaftaran yang diberikan kepada pelaku usaha untuk memulai usaha dan/atau kegiatan yang diberikan dalam bentuk persetujuan yang dituangkan dalam bentuk surat /keputusan atau pemenuhan persyaratan dan/atau komitmen. Definisi ini diatur dalam Pasal 1 Angka 4 Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik. Jenis perizinan berusaha dalam Pasal 5 PP Nomor 24 Tahun 2018 meliputi:⁶³

- a. **Izin Usaha** adalah izin yang diterbitkan oleh lembaga OSS untuk dan atas nama menteri, pimpinan lembaga, gubernur, atau bupati/wali kota setelah pelaku usaha melakukan pendaftaran dan untuk memulai usaha dan/atau kegiatan sampai sebelum pelaksanaan komersial atau operasional dengan memenuhi persyaratan dan/atau komitmen.
- b. **Izin komersial atau operasional** adalah izin yang diterbitkan oleh lembaga OSS untuk dan atas nama menteri, pimpinan lembaga, gubernur atau bupati/wali kota setelah pelaku usaha mendapatkan izin usaha dan untuk melakukan kegiatan komersial atau operasional dengan memenuhi persyaratan dan/atau komitmen. Dari definisi yang dijelaskan pada Peraturan Menteri ini, terdapat proses untuk mendapatkan izin. Pelaku usaha harus mengajukan permohonan pendaftaran, sampai diterbitkannya izin usaha lalu izin komersial atau operasional, pemenuhan komitmen, sampai adanya pengawasan.

⁶² *Ibid.*, Pasal 24 ayat (1) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.

⁶³ Pasal 5 Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik. Lembaran Negara RI Tahun 2018 Nomor 90, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6215. Sekretariat Negara. Jakarta.

Pengawasan oleh pemerintah melalui Kementerian Perdagangan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen yang mendapatkan legitimasi melalui pengaturan perundang-undangan terhadap pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, adalah bentuk campur tangan Negara dalam urusan kesejahteraan rakyatnya, sekaligus sebagai ciri dari Negara kesejahteraan modern. Dimana pelaku usaha dan konsumen saling membutuhkan karena tidak adanya konsumen, pelaku usaha dan konsumen yang mengandalkan pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhannya tidak dapat berbisnis.⁶⁴ Pengawasan Pemerintah dalam hal ini dapat mencegah timbulnya tindak pidana penipuan dalam perdagangan elektronik yang dapat diketahui bahwa tindak pidana penipuan merupakan kejahatan yang sangat utama pada suatu perdagangan elektronik maupun tradisional. Pada Kementerian Perdagangan terdapat Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga diantara tugasnya untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dan menjaga ketertiban perniagaan termasuk perdagangan pada *platform marketplace*.

Untuk menciptakan lingkungan pada *platform marketplace* yang sehat dan aman, pemerintah perlu mengambil kebijakan yang mendukung pengembangan transaksi jual beli pada *platform marketplace* sekaligus memberikan perlindungan dan kepastian hukum bagi semua pihak yang terlibat dalam *platform marketplace*, termasuk konsumen dan pelaku usaha. Tugas pemerintah adalah memberikan bimbingan dan arahan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lingkungan yang mendukung bagi pengembangan usaha. Di sisi lain, pengusaha atau pemilik bisnis juga harus merespons dengan serangkaian tindakan spesifik terhadap orientasi dan kebijakan ini, sehingga berkontribusi dalam menciptakan lingkungan yang mendukung

⁶⁴ Abdul Haris Hamid, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia (Makassar: CV. Sah Media, 2017): 89.

melalui kegiatan praktis.⁶⁵ Dalam melakukan transaksi elektronik, baik di dalam negeri maupun di luar negeri, dengan menggunakan Indonesia sebagai pasar yang luas, peraturan yang mengatur hal ini adalah Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dan peraturan pelaksanaannya, salah satunya adalah Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Dengan adanya regulasi ini, jika pelaku usaha tidak mematuhi hukum atau persyaratan yang berlaku di Indonesia, maka akan timbul sengketa yang dapat merugikan konsumen. Jika syarat-syarat yang harus dipenuhi dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* tidak terpenuhi, seperti melanggar ketentuan keakuratan informasi yang disediakan kepada konsumen, pelaku usaha akan melanggar Pasal 80 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Dalam hal ini, pelaku yang terbukti melanggar akan dikenakan sanksi berupa pencabutan izin usaha dan akan didaftarkan ke daftar hitam perdagangan. Usahanya akan diawasi secara ketat dan dimasukkan dalam daftar pengawasan oleh pemerintah juga dilakukan terhadap pelaku usaha dalam memenuhi standar mutu produksi barang/atau jasa; pencantuman label dan klausula baku; serta pelayanan purna jual barang dan/atau jasa. Kelemahan pada fungsi pengawasan dapat menjadi kesempatan pihak-pihak guna melakukan kecurangan didalamnya. Seperti halnya masalah Standarisasi yang biasa disebut SNI (Standar Nasional Indonesia).

⁶⁵ Zahra Afina Mahran dan Muhamad Hasan Sebyar, "Pengaruh Peraturan Menteri Perdagangan (PERMENDAG) Nomor 31 Tahun 2023 terhadap Perkembangan E-commerce di Indonesia", *Jurnal Ilmu Hukum dan Sosial*, 1, no. 4 (November 2023): 57.

Dalam Undang-Undang Perdagangan telah memberikan batasan-batasan mengenai pokok-pokok pengawasan pada perdagangan ini.⁶⁶ Kementerian Perdagangan (Kemendag) selaku pembina sektor perdagangan menyatakan bahwa produk harus memenuhi SNI baik perdagangan secara konvensional maupun perdagangan transaksi elektronik, maka dinyatakan produk yang diperjual sudah memenuhi ketentuan. Pada Permendag nomor 73/M-Dag/Per/9/2015 menyatakan mengenai tata cara pendaftaran, metode pengujian, pengawasan, penghentian, serta penarikan barang.⁶⁷ Pendaftaran barang memiliki tujuan mengenai keberadaan serta proses kelayakan produk itu sendiri sehingga dalam peredarannya produk tersebut dapat memaksimalkan pemanfaatannya bagi pembeli. Dalam penarikan suatu produk, dapat dinyatakan bahwa produk tersebut tidak layak untuk diperdagangkan. Hal ini dapat menyangkut mengenai keselamatan pembeli.⁶⁸

Aspek pengawasan oleh pemerintah dilakukan dalam proses produksi, penawaran, promosi, pengiklanan dan penjualan barang dan/atau jasa. Dari hasil wawancara peneliti terhadap peranan dan tugas Dinas Perdagangan Provinsi dan Kota Palembang terkait transaksi jual beli pada *platform marketplace* belum terlalu dimaksimalkan. Hal ini dikarenakan mereka tidak diberikan kewenangan untuk itu, karena kewenangan ada di pusat.⁶⁹

⁶⁶ Pasal 100 ayat (3) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Lembaran Negara RI Tahun 2014 Nomor 45, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 5512. Sekretariat Negara. Jakarta.

⁶⁷ Pasal 2 ayat (1) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 73/M-Dag/Per/9/2015 Tahun 2015 tentang Kewajiban Pencantuman Label dalam Bahasa Indonesia pada Barang.

⁶⁸ Anak Agung Made Ayu Rai Lidya Astarti, "Pengawasan Terhadap Transaksi Bisnis E-Commerce dalam Mewujudkan Perlindungan Konsumen", *Jurnal Konstruksi Hukum* Fakultas Hukum Universitas Warmadewa Denpasar Bali, 1, no. 1 (September 2020): 41.

⁶⁹ Hasil wawancara dengan Bapak Nizar Effendi Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan tanggal 20 Oktober 2023.

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 mengatur lebih lanjut mengenai perdagangan melalui sistem elektronik, namun tidak ada ketentuan yang mengatur secara khusus bahwa perdagangan elektronik harus memiliki izin. Padahal perdagangan melalui sistem elektronik saat ini telah banyak. Dimana banyak terdapat toko *online* yang bermunculan, namun pelaku usaha selaku pemilik toko *online* tidak ada kewajiban untuk memiliki izin, maka bagaimana pemerintah dapat melakukan pengawasan dan pengendalian terhadap *platform marketplace* agar sesuai dengan ketentuan yang berlaku apabila pelaku usaha tidak diwajibkan untuk memiliki izin. Sampai dengan saat ini belum jelas apakah pelaku usaha *online* harus memiliki izin atau tidak karena tidak ada pengaturan yang mengatur secara khusus mengenai hal ini. Namun, pemerintah telah memberikan kemudahan berusaha, seperti adanya Lembaga OSS yang dapat memudahkan pelaku usaha untuk mengajukan permohonan perizinan.

Dengan demikian, peran pemerintah dalam mewujudkan perlindungan terhadap konsumen adalah melalui peningkatan standardisasi, pemberdayaan konsumen, pengawasan barang dan/atau jasa yang beredar, tertib ukur serta pengendalian mutu barang dan/ataujasa. Peningkatan upaya perlindungan konsumen diarahkan untuk mendukung tumbuhnya dunia usaha, agar mampu melakukan inovasi dan menghasilkan beraneka ragam barang dan/atau jasa yang memiliki nilai tambah, berteknologi tinggi dan sarat kandungan bahan lokal, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.⁷⁰

⁷⁰ Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga, "Tentang Kami", Diakses pada tanggal 22 Oktober 2024 Pukul 10.22 WIB., <https://ditjenpktn.kemendag.go.id/>.

3.2 Peranan Kementerian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO) dalam Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace* dalam melakukan Pengawasan Terhadap Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen, Pelaku Usaha dan *Marketplace*

Kementerian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO) adalah lembaga pemerintah Indonesia yang bertanggung jawab atas pengaturan dan pengawasan dalam bidang komunikasi dan informasi. KOMINFO memiliki peran penting dalam pembuatan regulasi dan kebijakan yang mendukung pengembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) di Indonesia. Ini mencakup peraturan tentang penggunaan internet, pelayanan telekomunikasi, *cyber security*, serta penggunaan teknologi dalam pendidikan dan layanan publik.

KOMINFO bertanggung jawab untuk memastikan bahwa semua entitas yang beroperasi di bidang komunikasi dan informasi mematuhi regulasi yang berlaku. Ini mencakup pengawasan terhadap penyedia layanan telekomunikasi, penggunaan internet, serta operasi media massa. Kemkominfo dapat menjalin kerjasama dalam hal pemberian izin dan pengawasan terhadap pelaku usaha dengan dibuatnya suatu Peraturan Menteri. Selanjutnya, peran Kemkominfo sebagai pengawas dapat melacak pelaku usaha yang terdeteksi melakukan wanprestasi atau tindakan merugikan lainnya dan memberitahukannya kepada Kemendag yang menjadi lembaga pemberi izin usaha bagi PMSE.⁷¹ lembaga pemberi izin usaha bagi PMSE.⁷²

⁷¹ Tasya Safiranita Ramli; dkk., “Aspek Hukum Platform e-Commerce dalam Era Transformasi Digital : Legal Aspects of e-Commerce Platform of Digital Transformation Era”, *Jurnal Studi Komunikasi dan Media Fakultas Hukum Universitas Padjajaran*, 24, no. 2 (Desember 2020): 130.

⁷² *Ibid.*,

KOMINFO juga berperan dalam pengembangan infrastruktur TIK di Indonesia, termasuk peningkatan konektivitas internet, pengembangan layanan *cloud* dan promosi penggunaan teknologi digital. Ini juga mencakup pembangunan infrastruktur digital yang mendukung pembangunan ekonomi digital dan inklusi digital.. KOMINFO mendukung pendidikan dan pelatihan dalam bidang TIK, termasuk program pendidikan digital, pelatihan keterampilan digital, dan pengembangan kompetensi profesional dalam bidang TIK. KOMINFO juga berperan dalam koordinasi dengan berbagai entitas lain, seperti lembaga pemerintah, lembaga swasta dan komunitas digital, untuk memastikan konsistensi dalam pengaturan dan pengawasan dalam bidang komunikasi dan informasi. KOMINFO berfokus pada pengembangan SDM di bidang TIK, termasuk pelatihan, pengembangan keterampilan, dan peningkatan kapasitas SDM untuk mendukung pengembangan dan inovasi dalam teknologi informasi dan komunikasi.

Pengaturan KOMINFO didasarkan pada prinsip transparansi, akuntabilitas, dan keadilan dalam penggunaan teknologi informasi dan komunikasi, serta memastikan bahwa teknologi dapat digunakan untuk mendukung pembangunan ekonomi dan masyarakat yang inklusif dan berkelanjutan.

3.3 Pengembangan upaya perlindungan Konsumen oleh Badan Perlindungan Konsumen Nasional

Badan Perlindungan Konsumen Nasional yang selanjutnya disingkat dengan BPKN dibentuk dalam rangka mengembangkan upaya perlindungan konsumen

Adapun landasan hukum dibentuknya BPKN, selain dari UUD 1945, UUPK, juga Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2019 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional dan Kepres Nomor 82/P Tahun 2020. BPKN berkedudukan di Ibu Kota Negara Republik Indonesia dan bertanggung jawab kepada Presiden.

Dibentuknya Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2001 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). Namun demikian, operasional lembaga ini baru terlaksana pada tanggal 5 Oktober 2004. Sesuai dengan fungsinya badan ini mempunyai tugas (Pasal 34 UUPK), memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah, melakukan penelitian dan mengkaji terhadap perundang-undangan, melakukan penelitian terhadap barang dan/ atau jasa, mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, menyebarluaskan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan masyarakat berpihak kepada konsumen, menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, melakukan survey yang menyangkut kebutuhan konsumen.⁷³

Berdasarkan Pasal 35 ayat (1) UUPK, struktur organisasi BPKN terdiri atas seorang ketua merangkap anggota, seorang wakil ketua merangkap anggota, serta sekurang-kurangnya 15 (lima belas) orang dan sebanyak-banyaknya 25 (dua puluh lima) orang anggota yang mewakili 5 (lima) unsur, yaitu unsur pemerintah,

⁷³ I Komang Bagus Try Permana dan A. A. Istri Ari Atu Dewi, "Tugas-Tugas Badan Perlindungan Konsumen Nasional", *Jurnal Studi Komunikasi dan Media Fakultas Hukum Universitas Padjajaran*, 24, no. 2 (Desember 2020): 130.

pelaku usaha, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, Akademisi dan Tenaga Ahli. Anggota BPKN diangkat dan diberhentikan oleh Presiden atas usul Menteri, setelah dikonsultasikan kepada Dewan Perwakilan Rakyat RI. Adapun masa jabatan ketua, wakil ketua dan anggota BPKN selama 3 (tiga) tahun dan dapat diangkat kembali untuk 1 (satu) kali masa jabatan berikutnya. Ketua dan wakil ketua BPKN dipilih oleh anggota.⁷⁴ Anggota BPKN terdiri atas unsur pemerintah, pelaku usaha, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, akademis dan tenaga ahli.⁷⁵ Selanjutnya untuk kelancaran pelaksanaan tugasnya, BPKN dibantu oleh sekretariat. Sekretariat tersebut dipimpin oleh seorang sekretaris yang diangkat oleh Ketua BPKN. Apabila diperlukan BPKN dapat membentuk Perwakilan di Ibu Kota Daerah Tingkat I untuk membantu pelaksanaan tugasnya. Pembentukan perwakilan tersebut ditetapkan lebih lanjut dengan keputusan Ketua BPKN.⁷⁶

Fungsi, tugas dan tata kerja sekretariat diatur dalam Keputusan Ketua BPKN. BPKN mempunyai fungsi memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia. Untuk menjalankan fungsinya tersebut BPKN mempunyai tugas, yaitu :

⁷⁴ Pasal 35 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

⁷⁵ *Ibid.*, Pasal 36 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁷⁶ *Ibid.*, Pasal 39 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Tabel 8
Saran dan Pertimbangan BPKN kepada Pemerintah

No.	Rekomendasi	Poin-Poin Rekomendasi	Tanggapan
1.	125/BPKN/10/2012 Tujuan: Menteri Komunikasi dan Informatika	1. Perlu segera membentuk penyelenggara sertifikasi elektronik (PSE) atau <i>Certification Authority (CA)</i> dan Lembaga sertifikasi keandalan seperti diamanatkan oleh pasal 10 ayat 1 dan pasal 13 ayat 3, UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang ITE. Untuk itu Kementarian Komunikasi dan Informatika atau komite akreditasi nasional perlu segera membentuk komite akreditasi baru khusus untuk <i>e-commerce</i> 2. Peraturan Pemerintah sebagai aturan pelaksanaan UU ITE perlu segera ditetapkan agar bisa dijadikan landasan dalam pelaksanaan kegiatan <i>e-commerce</i> . Melakukan edukasi kepada masyarakat luas agar mengetahui ciri-ciri pedagang <i>online</i> yang <i>bonafide</i> sebagai dasar pertimbangan dalam memilih pedagang <i>online</i> .	1. Pada prinsipnya pokok-pokok pengaturan <i>e-commerce</i> telah diatur dalam UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan PP Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE); 2. Agar UU ITE dan PP PSTE dapat dilaksanakan dengan efektif, dan juga dikarenakan adanya amanat dalam berbagai Permenkominfo, maka hasil kajian dan FGD yang telah dilakukan BPKN oleh merupakan referensi yang penting dan strategis untuk pengkayaan materi Rancangan Permenkominfo dimaksud. Adapun Rancangan Rancangan Permenkominfo yang akan kami siapkan antara lain:

No.	Rekomendasi	Poin-Poin Rekomendasi	Tanggapan
			<ul style="list-style-type: none"> a. Tata Cara Pendaftaran Penyelenggara Sistem Elektronik Pelayanan Publik Instansi Penyelenggara Negara; b. Tata Cara Pendaftaran Penyelenggara Sistem Elektronik Pelayanan Publik Non Instansi Penyelenggara Negara; c. Penggunaan Nama Domain go.id bagi Instansi Penyelenggara Negara; d. Pembentukan Lembaga Sertifikasi Keandalan; e. Pengaturan Teknis Penyelenggara Sertifikasi Elektronik.
2.	No.122/BPKN/2/2019 Optimalisasi Potensi Perlindungan Konsumen di Era Ekonomi Digital Tujuan: Presiden RI	<ul style="list-style-type: none"> 1. Agar Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat segera disahkan dengan mengdepankan prinsip perlindungan konsumen di era ekonomi digital 2. Agar rancangan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi dapat segera disahkan 3. Bahwa data dan informasi strategis yang menyangkut kepentingan Indonesia merupakan aset negara yang lalu lintasnya harus dikendalikan oleh otoritas Republik Indonesia 	<ul style="list-style-type: none"> 2. Kementerian Koordinator Bidang Politik Hukum dan HAM : Menanggapi dengan melalui surat afirmasi 3. Kementerian Pariwisata dan ekonomi kreatif: menanggapi dengan meminta BPKN hadir pada rapat tindak lanjut.

No.	Rekomendasi	Poin-Poin Rekomendasi	Tanggapan
		<ol style="list-style-type: none"> 4. Agar pemerintah memberi perhatian terhadap keamanan data pribadi dan transaksi 5. Memastikan agar pemerintah memiliki akses terhadap data transaksi apabila terjadi sengketa lintas negara dan harus diselesaikan dengan menggunakan hukum Indonesia 6. Memastikan agar pemerintah menyelenggarakan edukasi yang memadai kepada konsumen tentang risiko-risiko ekonomi dan sosial yang muncul di era ekonomi digital 	
3.	<p>123/BPKN/12/2019 Optimalisasi Indonesia Percaya Diri Bertransaksi di Era Digital Tujuan: Menteri Komunikasi dan Informatika</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memastikan rancangan Undang-undang perlindungan data pribadi segera disahkan dengan mengedepankan prinsip-prinsip integritas perlindungan konsumen 2. Mengendalikan pemanfaatan data dan informasi yang menyangkut kepentingan konsumen, sehingga memberikan kepastian dan integritas terhadap perlindungan konsumen 3. Menempatkan pusat data dan layanan ekonomi digital di Indonesia, sehingga keamanan data penggunatermasuk data pribadi lebih terjamin 4. Mendorong peran kementerian kominfo untuk membangun iklim percaya diri bertransaksi di, ke, dan dari pasar Indonesia dengan memberikan kepastian hukum dan akses pemulihan. 	<p>Menteri Komunikasi dan Informatika tidak memberikan tanggapan untuk rekomendasi</p>

No.	Rekomendasi	Poin-Poin Rekomendasi	Tanggapan
4.	20/BPKN/REK OM/10/2022 Kebutuhan Konsumen terhadap Keamanan dan Kenyaman Bertransaksi di <i>E-commerce</i> Tujuan: Menteri Perdagangan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kementerian Perdagangan RI perlu berkoordinasi dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, Kementerian Keuangan RI, Otoritas Jasa Keuangan RI, Kementerian Perindustrian RI, serta Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) RI untuk menyusun regulasi dalam bentuk Peraturan Pemerintah terkait <i>e-commerce</i> yang terintegrasi; 2. Kementerian Perdagangan RI melalui Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri perlu mempercepat revisi Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik beserta petunjuk teknis PMSE agar dapat menjadi pedoman bagi PPMSE; 3. Kementerian Perdagangan RI melalui Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri perlu berkoordinasi dengan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) agar dapat mendorong pemerintah daerah untuk mengembangkan <i>marketplace</i> sejenis <i>e-peken</i> di tingkat provinsi dan kabupaten/kota; 	Menteri Perdagangan tidak menanggapi rekomendasi

No.	Rekomendasi	Poin-Poin Rekomendasi	Tanggapan
		<p>4. Kementerian Perdagangan RI melalui Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga perlu berkoordinasi dengan para pemangku kepentingan dalam meningkatkan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat secara masif dan <i>multichannel</i> terkait kebijakan yang terintegrasi khususnya komponen yang terkait dalam transaksi online seperti <i>store/marketplace</i>, <i>payment gateway</i>, jasa pengiriman, komunikasi dan informasi, sehingga pemahaman masyarakat akan pentingnya keamanan bertransaksi melalui <i>e-commerce</i> agar dapat meminimalisir permasalahan konsumen;</p> <p>5. Kementerian Perdagangan RI melalui Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga perlu melakukan percepatan pembuatan sistem dan regulasi DODR (<i>Digital Online Dispute Resolution</i>) agar penyelesaian permasalahan pengaduan <i>e-commerce</i> lintas negara dapat terus ditingkatkan.</p>	
5.	<p>21/BPKN/REK/OM/10/2022 Kebutuhan Konsumen terhadapKeamanan dan Kenyamanan Bertransaksi di <i>E-commerce</i> Tujuan: Menteri Komunikasi dan Informatika</p>	<p>1. Kementerian Komunikasi dan Informatika RI perlu dilakukan percepatan penyusunan petunjuk teknis Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UU-PDP) dengan penyediaan fitur dan dapat memfasilitasi PSE lingkup privat untuk melakukan <i>assessment</i> pada saat pendaftaran terkait dengan poin-poin kepatuhan terhadap regulasi PDP. Dengan cara ini, PSE dapat menyediakan layanan yang memperhatikan prinsip-prinsip perlindungan konsumen dalam PDP, serta melakukan sosialisasi kepada para pemangku kepentingan, pelaku usaha dan masyarakat;</p>	<p>Menteri Komunikasi dan Informatika tidak memberikan tanggapan untuk rekomendasi</p>

No.	Rekomendasi	Poin-Poin Rekomendasi	Tanggapan
		2. Kementerian Komunikasi dan Informatika RI perlu mendorong percepatan pengesahan Rancangan Undang-Undang Keamanan dan Ketahanan Siber (RUU-KKS), sehingga keamanan data pribadi konsumen <i>e-commerce</i> terjamin secara optimal; 3. Kementerian Komunikasi dan Informatika RI perlu meningkatkan sosialisasi dan edukasi kepada PSE dalam meningkatkan kepatuhan terhadap regulasi dan membuat wadah pengaduan terkait <i>e-commerce</i> yang terintegrasi, sehingga hak konsumen dapat terpulihkan; 4. Kementerian Komunikasi dan Informatika RI perlu meningkatkan monitoring dan pengawasan terhadap konten yang dianggap tidak sesuai dengan norma dan melanggar peraturan yang berlaku serta melakukan penindakan berupa peringatan dan/atau sanksi.	

Sumber : Hasil riset pada Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN)
Diakses pada tanggal 19 Desember 2023 Pukul 20.15 WIB.

1. Memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen. BPKN dalam memberikan rekomendasi kebijaksanaan perlindungan konsumen berdasarkan hasil dari pengaduan konsumen maupun dari isu aktual yang berkembang di masyarakat. Dari pengaduan dan isu tersebut, BPKN mengumpulkan fakta dan dikaji dengan mengundang *stakeholder* terkait serta melakukan analisis data lapangan. Hasil kajian akan menjadi sebuah rekomendasi atas kebijakan pemerintah di bidang perlindungan konsumen.

2. Melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundangan-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen;
3. Melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen. Pada tahun 2022, BPKN telah mengeluarkan rekomendasi mengenai kebutuhan konsumen terhadap keamanan dan kenyamanan bertransaksi pada *platform marketplace*. Rekomendasi ini ditujukan kepada Menteri Perdagangan dan Menteri Komunikasi dan Informatika. BPKN dalam melakukan kajian transaksi jual beli melalui *platform marketplace* didasarkan kepada tingginya pengaduan konsumen yang diterima oleh BPKN. Selain itu pula, BPKN juga turut melakukan *e-survey* kepada konsumen dengan berbagai macam latar belakang. Fenomena perkembangan penjualan *online* juga tidak terlepas dari berbagai permasalahan konsumen yang mencakup dimensi ekonomi, teknologi, lingkungan sosial, budaya dan kebijakan dan hukum.
4. Mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
5. Menyebarkan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap berperihakan kepada konsumen;
6. Menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha. Berkaitan dengan sektor *platform marketplace*, BPKN menerima pengaduan antara lain wanprestasi pengiriman barang, *refund* tiket *online travel agent*, dugaan barang cacat dan/atau palsu, kesalahan pengiriman barang, barang tidak sesuai dengan iklan dan/atau deskripsi, penyalahgunaan akun melalui OTP dan/atau *phishing*,

pembatalan sepihak transaksi pembelian tiket, klaim garansi, *refund* pembelian emas *online* dan voucher yang tidak bisa diklaim. BPKN dalam menerima pengaduan dilakukan oleh Komisi/Bagian III Advokasi konsumen dan selanjutnyadisposisi oleh PIC masing-masing sektor, setelahnya dilakukan verifikasi konsumen, klarifikasi pelaku usaha dan pertemuan para pihak. Setelahnya pengaduan akan diakhiri dengan 3 (tiga) kondisi, yaitu hak konsumen terpulihkan, hak konsumen tidak terpulihkan dan *deadlock* atau tidak ada kesepakatan. Salah satu contoh pengaduan yang masuk ke BPKN terkait dengan transaksi di *platform marketplace* adalah adanya barang yang dibeli oleh konsumen melalui *platform marketplace* tidak sampai di tangan konsumen meskipun konsumen telah melakukan pembayaran. Pihak yang banyak memasukkan pengaduan pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* adalah konsumen.

7. Namun pelaku usaha juga pernah memasukkan pengaduan. BPKN memiliki aturan atau SOP terhadap mekanisme penerimaan pengaduan. Dalam penanganan dan penyelesaian pengaduan pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* tersebut, BPKN berkoordinasi dengan lembaga atau institusi lain, misalnya Kementerian Perdagangan, Kementerian Perindustrian, Kementerian Komunikasi dan Informatika dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. BPKN dalam melaksanakan tugasnya dapat bekerjasama dengan organisasi konsumen internasional, seperti Korea *Consumer Agency* (KCA).

Adapun mekanisme penanganan dan penyelesaian pengaduan perlindungan konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* oleh BPKN, yaitu dengan melalui mekanisme yang dilakukan disposisi terlebih dahulu oleh PIC

masing-masing sektor, setelah itu baru dilakukan verifikasi oleh konsumen. Selanjutnya dilakukan klarifikasi oleh pelaku usaha dan diadakan pertemuan dengan para pihak yang bersengketa. Setelahnya penyelesaian pengaduan akan diakhiri dengan 3 (tiga) kondisi, yaitu hak konsumen terpulihkan, hak konsumen tidak terpulihkan dan *deadlock* atau tidak ada kesepakatan. Dalam menangani dan menyelesaikan pengaduan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, maka aturan hukum yang dipedomani oleh BPKN, yaitu UUPK, UU Perdagangan, UU ITE, UU PDP dan Undang-Undang/Peraturan Pemerintah/Peraturan Menteri yang terkait dengan transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Terhadap pengaduan tersebut berhasil ditangani dan diselesaikan dengan baik oleh BPKN. Sesuai dengan UUPK, fungsi BPKN hanya memberikan saran dan rekomendasi kepada Pemerintah terkait Perlindungan Konsumen.⁷⁷

8. Melakukan survey yang menyangkut kebutuhan konsumen; Dalam melaksanakan tugasnya tersebut, BPKN bekerja berdasarkan tata kerja yang diatur dengan Keputusan Ketua BPKN. BPKN dapat bekerja sama dengan organisasi konsumen internasional.

3.4 Peranan aktif Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia dalam mewujudkan perlindungan hukum pada Konsumen, Pelaku usaha dan *Marketplace*

Sesuai dengan UUPK, pemerintah berwenang melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan

⁷⁷ *Ibid.* , Pasal 33 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

peraturan perundang-undangnya yang diselenggarakan oleh pemerintah, masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.⁷⁸

Pembinaan oleh pemerintah atas penyelenggaraan perlindungan konsumen tersebut dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait Pengawasan konsumen dilakukan melalui usaha bersama Pemerintah, masyarakat dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM).

Sesuai dengan UUPK, diketahui pengaturan bahwa Pemerintah mengakui lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat.

Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen.⁷⁹

Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat bersama pemerintah dan masyarakat melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

Terkait dengan pengawasan telah diatur dalam UUPK, dalam pasal tersebut fungsi pengawasan banyak menitikberatkan masyarakat, dibandingkan dengan peran pemerintah.⁸⁰ Kesadaran masyarakat yang minim melakukan tindakan yang preventif dapat menyulitkan, seringkali menyikapi dengan tidak peduli apabila terjadinya kesulitan, serta bahkan apabila sudah terjadi persoalan, maka barulah bertindak untuk melaporkan kepada pihak yang berwenang.

Pada Peraturan Pemerintah nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen menyangkut bentuk

⁷⁸ *Ibid.*, Pasal 30 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁷⁹ *Ibid.*, Pasal 44 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁸⁰ Pasal 30 UUPK, *loc. cit.*

pengawasan yang masyarakat lakukan.⁸¹ serta dalam Peraturan Pemerintah PMSE juga menegaskan mengenai peran pemerintah dalam pengawasannya.⁸² Secara bersamaan pengawasan perlindungan konsumen dilakukan oleh pemerintah, seluruh rakyat serta LPKSM melihat banyaknya jenis barang juga jasa yang beredar di pasar.⁸³

Apabila diperhatikan dalam UU Perlindungan Konsumen tampak bahwa fungsi pengawasan lebih banyak menitikberatkan pada peran masyarakat dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, dibandingkan dengan peran pemerintah yang pelaksanaannya dilakukan oleh menteri dan/atau menteri teknis terkait. Dalam UUPK disebutkan bahwa apabila pengawasan oleh masyarakat dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat ternyata mendapatkan hal-hal yang menyimpang dari peraturan perundang-undangan yang berlaku dan membahayakan konsumen, menteri dan/atau menteri teknis mengambil tindakan sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku.⁸⁴ Hal ini berarti untuk mengetahui ada atau tidaknya suatu barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi ketentuan peraturan yang berlaku yang beredar di pasaran, maka pemerintah sepenuhnya menyerahkan dan menanti adanya laporan masyarakat dan/atau Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat untuk kemudian diambil tindakan.

⁸¹ Pasal 9 Peraturan Pemerintah Nomor 58 tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 2001 Nomor 103, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 4126. Sekretariat Negara. Jakarta.

⁸² Pasal 78 Peraturan Pemerintah Nomor 80 tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Lembaran Negara RI Tahun 2021 Nomor 234, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6728. Sekretariat Negara. Jakarta.

⁸³ Anak Agung Made Ayu Rai Lidya Astari), *op. cit.*, hlm. 42.

⁸⁴ Pasal 30 ayat (4) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) untuk melaksanakan fungsi pengawasan yang menuntut adanya penelitian, pengujian dan atau melaksanakan survey terhadap sebuah produk dan atau jasa yang diduga melanggar ketentuan, membutuhkan biaya yang tidak sedikit jumlahnya dan hal itu akan menimbulkan ketidak konsistenan hasil dalam melakukan tindakan pengawasan. Lebih jelasnya bentuk pengawasan tersebut diatur dalam PP Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen (PP Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen) diatur bahwa:⁸⁵

- 1) Pengawasan oleh pemerintah dilakukan terhadap pelaku usaha dalam memenuhi standar mutu produksi barang dan/atau jasa, pencatuman label dan klausula baku, promosi, pengiklanan, dan penjualan barang dan/atau masyarakat.
- 2) Pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan dalam proses produksi, penawaran, promosi, pengiklanan, dan penjualan barang dan/atau jasa.
- 3) Hasil pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) dapat disebarluaskan kepada masyarakat.
- 4) Ketentuan mengenai tata cara pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) ditetapkan oleh Menteri dan atau menteri teknis terkait bersama-sama atau sendirisendiri sesuai dengan bidang tugas masing- masing.

Menyangkut bentuk pengawasan yang dilakukan oleh masyarakat dalam Peraturan Pemerintah tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen, ditentukan bahwa:⁸⁶

⁸⁵ Pasal 8 Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 2001 Nomor 103, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 4126. Sekretariat Negara. Jakarta.

⁸⁶ *Ibid.*, Pasal 9 Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.

- (1) Pengawasan oleh masyarakat dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar.
- (2) Pengawasan sebagaimana yang dimaksudkan dalam ayat (1) dilakukan dengan cara penelitian, pengujian dan atau survei.
- (3) Aspek pengawasan meliputi pemuatan informasi tentang risiko penggunaan barang jika diharuskan, pemasangan label, pengiklanan, dan lain-lain yang disyaratkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan kebiasaan dalam praktik dunia usaha.
- (4) Hasil pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan dapat disampaikan kepada Menteri dan menteri teknis.

Pengawasan oleh masyarakat dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar yang dilakukan dengan cara penelitian, pengujian dan/atau survei. Aspek pengawasan oleh masyarakat dilakukan dalam bentuk pemuatan informasi tentang risiko penggunaan barang; pemasangan label dan klausula baku, tata cara pengiklanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Pengawasan oleh LPKSM dilakukan dengan cara penelitian, pengujian dan atau survei. Aspek pengawasan oleh LPKSM, meliputi pemuatan informasi tentang risiko penggunaan barang; pemasangan label dan klausula baku, tata cara pengiklanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Hasil pengawasan yang dilakukan oleh Pemerintah, masyarakat dan LPKSM dapat disebarluaskan agar konsumen semakin berhati-hati terhadap setiap produk barang dan/atau jasa yang akan dikonsumsinya. Dimana Pemerintah hanya mengakui lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen.

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) merupakan organisasi nirlaba yang berbentuk yayasan. Mengikuti ketentuan Undang-undang Nomor 16

Tahun 2001 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2004 tentang Yayasan, YLKI telah mendapat pengesahan sebagai badan hukum dari Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia melalui Keputusan Menteri Hukum dan HAM Nomor AHU-2554.AH.01.02 Tahun 2008. Berdasarkan UUPK, YLKI merupakan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). Mengikuti ketentuan UU tersebut dan Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), YLKI terdaftar pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Pemerintah Daerah DKI Jakarta dan memiliki TDLPK (Tanda Daftar Lembaga Perlindungan Konsumen) Nomor 470/1.824.221 Tahun 2005.

YLKI merupakan organisasi masyarakat yang bersifat nirlaba dan independen yang didirikan pada tanggal 11 Mei 1973. Keberadaan YLKI diarahkan pada usaha meningkatkan kepedulian kritis konsumen atas hak dan kewajibannya, dalam upaya melindungi dirinya sendiri, keluarga, serta lingkungannya. Sesuai dengan UU Yayasan, YLKI terdiri dari Pembina, Pengawas dan Pengurus. Pengurus YLKI biasa disebut Pengurus Harian, merupakan organ Yayasan yang menjalankan roda organisasi dan bertanggung jawab atas kegiatan organisasi sehari-hari. Dalam menjalankan roda organisasi, Pengurus dibantu oleh ketua bidang dan staf. Terdapat 4 (empat) bidang di YLKI, yaitu: ⁸⁷

1. Bidang Pengaduan dan Hukum : memberikan bantuan hukum pro bono (gratis) bagi konsumen yang merasa tidak puas atas produk dan layanan yang diperoleh, serta memastikan perlindungan atas hak-hak mereka. Pengaduan dapat disampaikan secara *online* melalui situs.

⁸⁷ Wikipedia Ensiklopedia Bebas, "Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI)", Diakses pada tanggal 23 Juni 2021 Pukul 20.10 WIB., https://id.wikipedia.org/wiki/Yayasan_Lembaga_Konsumen_Indonesia.

2. Bidang Penelitian : membantu konsumen dalam pengambilan keputusan, Bidang Penelitian YLKI melakukan pengujian produk, survey, studi dan penelitian yang diperlukan agar dapat memperoleh informasi yang tidak memihak mengenai kualitas dan kehandalan berbagai produk dan layanan jasa.
3. Bidang Edukasi dan Informasi : menyelenggarakan berbagai program pendidikan dan pelatihan yang dianggap populer bagi kelompok-kelompok konsumen. Program pendidikan yang dijalankan juga mencakup penyebaran informasi, baik melalui forum publik maupun media cetak dan elektronik. Selain itu, Bidang Pendidikan YLKI juga memberikan layanan penunjang bagi pelajar/mahasiswa seperti bimbingan skripsi dan magang, serta bagi organisasi yang ingin melakukan berbagai studi mengenai hal terkait.
4. Bidang Umum; bertugas memberikan *supporting* terhadap 3 (tiga) bidang lainnya dalam menjalankan tugas dan fungsinya.

Berdasarkan UUPK, kedudukan YLKI sebagai Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) adalah lembaga non-pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen.⁸⁸

Tugas YLKI meliputi kegiatan sebagaimana yang diatur dalam UUPK, yaitu:⁸⁹

1. menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya;
3. bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen;
4. membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen;
5. melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

⁸⁸ Pasal 1 Butir 9 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

⁸⁹ *Ibid.*, Pasal 44 ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Pada transaksi belanja melalui *platform marketplace*, YLKI sebagai Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen, telah melakukan serangkaian analisa terkait permasalahan yang muncul dalam perlindungan konsumen. Adapun analisa dari YLKI, yaitu: ⁹⁰

1. Pengetahuan konsumen mengetahui bisnis proses pada *platform marketplace* masih rendah (COD);
2. Konsumen masih banyak terjebak dengan iklan produk dengan iming-iming harga murah;
3. UU PDP diharapkan menjadi payung hukum bagi konsumen dalam bertransaksi digital.

Permasalahan belanja *online* yang sering diadukan ke YLKI penyebabnya adalah *refund*, barang tidak sesuai, pembatalan sepihak, barang tidak sampai, adanya indikasi penipuan, barang tidak dikirim, cacat produk, informasi tidak sesuai, penipuan, gangguan sistem, administrasi pembayaran, pembobolan, pembekuan sementara, saldo tidak masuk, adanya tagihan ganda dll.

3.5 Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam melakukan pengawasan yang efektif pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen berdiri pada tahun 2001 melalui Keputusan Presiden Nomor 90 Tahun 2001 tentang Pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen pada Pemerintah diantaranya Kota Palembang. Pendirian Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam kelembagaan hukum pengadilan. Namun, keberadaan *small claim court* di beberapa negara menjadi

⁹⁰ Hasil riset *online* dengan Bapak Rio Priambodo (Tim Pengaduan) YLKI tanggal 15 Desember 2023.

di Indonesia merupakan fenomena yang cukup unik. Sesuai dengan UUPK, maka salah satu tugas dan wewenang BPSK terkait dengan pengawasan, yaitu melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku. Selain dari tugasnya dalam melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsoliasi, memberikan konsultasi perlindungan konsumen dan melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan terhadap UUPK.⁹¹

Beberapa jenis sengketa perdata, terutama sengketa dengan nilai kerugian materil yang sedikit, memerlukan penyelesaian secara cepat dan sederhana, namun tetap menghendaki diperolehnya kekuatan hukum yang mengikat dari hasil penyelesaian tersebut berupa putusan hakim. Oleh karena itu, konsep *Small Claims Court* (SCC) yang pada mulanya lahir dari negara *common law system* diadopsi di Indonesia dan digunakan untuk menyelesaikan gugatan sederhana.⁹² Mahkamah Agung Republik Indonesia telah mengeluarkan PERMA mengenai *Small Claim Court*. Berdasarkan Peraturan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2019 tentang Perubahan Atas Peraturan Mahkamah Agung Nomor 2 Tahun 2015 tentang Tata Cara Penyelesaian Gugatan Sederhana, yang dimaksud dengan Penyelesaian Gugatan Sederhana adalah tata cara pemeriksaan di persidangan terhadap gugatan perdata dengan nilai gugatan materil paling

⁹¹ Pasal 52 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821),

⁹² Anita Afriana dan An An Chandrawulan, "Menakar Penyelesaian Gugatan Sederhana Di Indonesia", *Jurnal Bina Mulia Hukum* 4, no. 1 (September 2019): 55.

banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) yang diselesaikan dengan tata cara dan pembuktiannya sederhana.⁹³

Gugatan sederhana diajukan terhadap perkara cedera janji dan/ atau perbuatan melawan hukum dengan waktu penyelesaian gugatan sederhana paling lama 25 (dua puluh lima) hari sejak hari sidang pertama. Berdasarkan uraian tersebut, dapat dikatakan bahwa untuk perkara-perkara tertentu penyelesaian sengketa lewat pengadilan belum cukup efisien, baik dari segi waktu penyelesaian maupun biaya perkara yang tidak dapat diprediksi. Terutama untuk sengketa sederhana yang nilai gugatannya kecil, penyelesaian sengketa melalui pengadilan dianggap tidak sebanding dengan nilai kerugian yang dialami.⁹⁴ Ada pendapat bahwa badan penyelesaian sengketa konsumen adalah semacam *small claim court*, kendati ada yang menolak pengkategorian ini karena kata “*court*” lazim diartikan “pengadilan”, sementara Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen memang bukan pengadilan, melainkan lembaga alternatif penyelesaian sengketa di luar inspirasi gagasan awal pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, sehingga akhirnya dimuat di UUPK.⁹⁵

BPSK merupakan lembaga quasi yudisial yang keberadaan berada dalam lingkup kekuasaan kehakiman. BPSK sebagai lembaga quasi yudisial berperan

⁹³ Pasal 1 Peraturan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2019 tentang Perubahan Atas Peraturan Mahkamah Agung Nomor 2 Tahun 2015 tentang Tata Cara Penyelesaian Gugatan Sederhana. Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 942. Sekretariat Negara. Jakarta.

⁹⁴ Mosgan Situmorang (Badan Riset dan Inovasi Nasional), “Mencari Lembaga Penyelesaian yang Ideal dalam Sengketa E-Commerce Bernilai Kecil (Looking For The Ideal Settlement Body For Small Claim E-Commerce Disputes)”, <https://Journal.balitbangham.go.id>.

⁹⁵ Shidarta, “Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen: Seberapa Greget?”, Diakses pada tanggal 2 Agustus 2019 Pukul 14:37 WIB., <https://business-law,binus.ac.id>.

dalam mengadili dan menyelesaikan sengketa konsumen diluar pengadilan serta menjatuhkan putusan berdasarkan ketentuan dalam UUPK. Penyelesaian sengketa konsumen melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dapat dikatakan belum efektif. Hal tersebut terlihat dari banyaknya para pihak yang tidak sepakat dengan putusan BPSK. Kendala BPSK dalam menyelesaikan sengketa yaitu kendala kelembagaan, pendanaan, SDM, dan rendahnya kesadaran hukum perlindungan konsumen.⁹⁶

Adapun kendala-kendala yang dihadapi oleh BPSK dalam mengimplementasikan UUPK, yaitu:⁹⁷

1. Kendala Kelembagaan/Institusional
2. Kendala Pendanaan
3. Kendala Sumber Daya Manusia BPSK
4. Kendala Peraturan
5. Kendala Pembinaan dan Pengawasan, serta tidak adanya koordinasi Aparat Penanggung Jawabnya
6. Kurangnya sosialisasi dan rendahnya tingkat kesadaran hukum konsumen
7. Kurangnya respons dan pemahaman dari Badan Peradilan terhadap Kebijakan Perlindungan Konsumen
8. Kurangnya respon masyarakat terhadap UUPK dan Lembaga BPSK.

Dalam melaksanakan tugasnya, BPSK menjadi “mandul” dalam hal kewenangan akibat dari Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Pemda). Tapi melalui Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014, BPSK ditarik ke tingkat provinsi. Hal ini menjadi masalah, saat

⁹⁶ Rahmi Rimanda, “Keberadaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Sebagai Lembaga Quasi Yudisial Di Indonesia”, *Jurnal Bina Mulia Hukum Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran* 4, no. 1 (September 2019): 17.

⁹⁷ Susanti Adi Nugroho, *op. cit.*, hlm. 209-236.

provinsi kekurangan dana dan tak lagi ada yang mengurus persoalan sengketa konsumen. Ujungnya, BPSK nyaris di seluruh Indonesia ditutup atau setidaknya anggaran menjadi turun. Padahal majelis hakim di BPSK itu ada yang doktor, namun gajinya hanya sebesar Rp50 ribu. Akibatnya hampir di seluruh kabupaten kota banyak yang tidak ada BPSKnya ada BPSKnya, namun kosong.⁹⁸ Saat ini BPSK Kota Palembang telah memiliki IG@bpskkotapalembang untuk mensosialisasikan mengenai peranan dan tugas BPSK dalam menyelesaikan sengketa konsumen pada *platform marketplace*.

Dilihat dari penjelasan terhadap pelaksanaan tugas dari masing-masing Lembaga/Institusi/Badan dalam penyelenggaraan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* terlihat bahwa berdasarkan analisa penulis terdapat peran yang masih kurang maksimal di dalam melakukan fungsi pengawasan dalam penyelenggaraan transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Hal ini berdampak pada ketidak-seimbangan dalam perlindungan hukum bagi konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*.

Kelemahan secara kelembagaan ini mungkin akibat dampak dari kelemahan dan penegakan hukum itu sendiri atau kewenangan yang masih bersifat terbatas. Dimana seharusnya sesuai dengan Teori Pengawasan, bahwa fungsi pengawasan terhadap penyelenggaran transaksi jual beli melalui *platform marketplace* tidak lain untuk menjamin agar penyelenggaraan perdagangan pada *platform marketplace* yang sedang dilaksanakan berjalan sesuai dengan rencana yang telah

⁹⁸ Rofiq Hidayat, *loc. cit.*

ditentukan. Terhadap penyelenggaraan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* perlu dilakukannya pemantauan dan pelaporan rencana atas pencapaian tujuan yang telah ditetapkan untuk tindakan korektif guna penyempurnaan lebih lanjut yang dititikberatkan pada proses yang sedang berjalan atau dilaksanakan.

Di Indonesia, lembaga yang menangani *cross border* pada *platform marketplace* ialah BPSK dan Badan Arbitrase Nasional Indonesia (BANI). Sejatinya Indonesia telah melegitimasi ODR namun belum dapat dijalankan dengan maksimal mengingat belum adanya acuan yang jelas terkait prosedur dan tata cara pelaksanaan ODR termasuk kesiapan pengaturan perangkat *software* untuk mengelola sengketa secara *online* dimana aspek teknologi memiliki peranan penting dalam keberhasilan pelaksanaan ODR.

Bahwa hubungan pelaku usaha dengan konsumen dalam transaksi *cross border* pada *platform marketplace*, merupakan hubungan kontraktual yang mendapatkan perlindungan hukum sama sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE). Namun dalam praktiknya peraturan tersebut tidak terimplikasikan dengan baik sebab masih terdapat klausula baku pada perjanjian antara pelaku usaha dan konsumen dalam transaksi *cross border* pada *platform marketplace* dengan dalih menggunakan yuridiksi luar negeri.⁹⁹ Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi BPSK. BPSK idealnya merupakan lembaga penyelesaian sengketa alternatif sederhana tidak berdasarkan proses pengadilan, dimana sengketa konsumen dalam perdagangan

⁹⁹ Zahwa Maulidina Afwija, "Penyelesaian Sengketa atas Kerugian Konsumen Sebagai Bentuk Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Cross Border E-Commerce", *Brawijaya Law Student Journal*, (Juni 2021): 1.

elektronik pada umumnya diselesaikan secara damai, sehingga hasilnya damai (*win-win solution*).¹⁰⁰ Namun pada kenyataannya BPSK tidak dapat berperan aktif dalam penyelesaian sengketa konsumen. Hal ini disebabkan substansi pengaturan, prosedur dan mekanisme penyelesaian sengketa banyak mengandung kelemahan dan saling bertentangan, sehingga BPSK tidak dapat berperan banyak dalam penyelesaian sengketa konsumen, terutama yang menyangkut keberatan mengenai putusan konsoliasi atau mediasi, serta penetapan eksekusi sama sekali belum ada pengaturannya.¹⁰¹

Seharusnya tindakan yang dilakukan oleh BPSK, apabila barang yang dibeli melalui *online* tidak sesuai dengan barang yang dipesan pada *platform* resmi seperti bukalapak, tokopedia, shopee dan *platform* lainnya, maka tugas Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) adalah melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen sampai dengan adanya penetapan dari BPSK. Di sini terlihat masih kurangnya pemahaman dan pengetahuan sumber-sumber hukum dari para anggota BPSK dalam penyelesaian sengketa jual beli *online* melalui *marketplace*.¹⁰²

Jika terjadi *dispute*, maka syarat utama yang wajib dipenuhi oleh konsumen untuk penyelesaian sengketa adalah menghadirkan pelaku usaha, sementara alamat pelaku usaha sering tidak diketahui. Alamat diperlukan untuk memanggil

¹⁰⁰ Raden Rafika Dwinanda Kirana, "Penyelesaian Sengketa Dalam *E-Commerce* Melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (Berkaca Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen)", *Journal Of Social Science Research (Innovative) Universitas Indonesia* 3, no. 2 (2023): 2631-2643.

¹⁰¹ Ambar Wariati, "E-Commerce dalam Perspektif Perlindungan Konsumen," *Jurnal Ekonomi & Bisnis* 01, no. 02 (2014): 2.

¹⁰² Adelia Fitriani Putri, dkk., "Fungsi Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Handphone Secara *Online* di Kota Palu (*Function of Consumer Dispute Resolution Body in Online Mobile Phone Purchase Transactions in Palu City*)", *Jurnal Kolaboratif Sains* Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Palu 04, no. 06 (Juni 2021): 340-341.

pelaku usaha dalam penyelesaian sengketa. Meski terkesan sepele, namun faktanya konsumen kerap mengabaikan hal ini. Akibatnya perkara tidak dapat dilanjutkan. “Konsumen harus lebih kritis. Jangan lupa tanya alamat pelaku usaha kalau belanja *online*, ini penting sekali.” ungkapnya.

BPSK memperluas jasa pelayanannya dengan memperlakukan *Online Alternatif Dispute Resolution* demi mempermudah penyelesaian sengketa konsumen di ranah siber sebagai tempat *borderless transaction*. Dalam rangka optimalisasi peran dan fungsi BPSK untuk melindungi hak-hak konsumen di ranah siber.¹⁰³ Agar BPSK dapat berperan dengan optimal, tentunya tidak lepas dari Pemerintah Daerah itu sendiri, termasuk di dalamnya adalah penyebaran informasi perlindungan konsumen dan kelembagaannya yaitu BPSK maupun lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM).¹⁰⁴ Selain itu, BPSK juga mengingatkan konsumen untuk tetap kritis dalam melakukan transaksi *online*. Hal ini bertujuan untuk mempermudah konsumen dalam penyelesaian sengketa di BPSK. Se jauh ini, lanjutnya, BPSK memiliki kendala dalam penyelesaian sengketa konsumen belanja *online*, terutama untuk belanja *online* lewat *platform*.

C. Perlindungan Hukum yang Seimbang antara Konsumen dan *Marketplace*

1. Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 sebagai Cita Hukum dan Nilai Dasar

¹⁰³ Maudy Adreana Lestari, dkk, “Optimalisasi Badan Penyelesaian Sengketa Kopnsumen (BPSK) Dalam Upaya Proteksi Hak Konsumen di Ranah Siber (*Optimalization of Consumer Dispute Resolution Agency in Efforts to Protect Consumer Rights in Cyberspace*)”, *Jurnal Hukum Lex Generalis* Fakultas Hukum Universitas Padjajaran Bandung,, 2, no. 4 (April 2021): 309-325.

¹⁰⁴ Josef Purwadi Setiodjati, dan Bambang Hermoyo, “Peranan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen Role Of Consumer Dispute Settlement Board (BPSK) Of Consumer Dispute Settlement”, *Jurnal Eksplorasi* Fakultas Hukum Universitas Slamet Riyadi Surakarta,, XVIII, no. 1 (Agustus 2015): 126.

1.1 Pancasila dan UUD 1945 sebagai Cita Hukum dan Nilai Dasar dalam Penguatan pembentukan Aturan Perlindungan Konsumen pada Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace*

Dalam mendesain struktur hukum ekonomi nasional haruslah berpedoman dengan cita hukum dan nilai-nilai dasar yang terjabar dalam UUD 1945. Nilai yang dimunculkan adalah nilai-nilai budaya Bangsa Indonesia. Nilai-nilai tersebut merupakan dasar bagi pembangunan Hukum ekonomi nasional yang dapat menimbulkan struktur ekonomi sosial masyarakat Indonesia sesuai dengan Pancasila dan UUD 1945. Sedangkan perangkat hukum yang dibutuhkan adalah perangkat hukum yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia di dalam era global dan yang mampu menampung cita hukum nasional dalam rangka mencapai tujuan nasional di samping di dalam kesejahteraan dengan negara-negara lain.¹⁰⁵

Untuk adaptasi terhadap kecenderungan global yang cenderung dinamis dilakukan dengan melalui ratifikasi konvensi internasional dengan undang-undang maupun keputusan presiden. Hal ini tidak bertentangan dengan tujuan nasional, karena dalam Pembukaan UUD 1945 Bangsa Indonesia menyatakan ikut serta menciptakan ketertiban dunia. Dalam kaitannya dengan era globalisasi, semua aspek tersebut di atas sangat menunjang dalam pembentukan hukum ekonomi, tetapi harus terencana dengan baik, karena dalam pembentukan dan pembaharuan hukum, aspirasi yang perlu diperhatikan adalah aspirasi suprastruktur,

¹⁰⁵ Mochtar Kusumaadmadja, *Konsep-Konsep Hukum dalam Pembangunan* (Bandung: PT. Alumni, 2002): 188-189.

infrastruktur, ekspertis dan aspirasi masyarakat internasional, disamping proses legal *drafting* yang berkualitas.¹⁰⁶

Menurut K.N. Sofyan Hasan, dari titik tolak Pancasila sebagai cita hukum dan norma fundamental negara yang dikaitkan dengan aturan dasar atau aturan pokok yang ditetapkan dalam Batang Tubuh UUD 1945, Bangsa Indonesia pada hakekatnya sudah dapat menentukan ruang gerak bidang-bidang berikutnya beserta perkembangannya, menyangkut semua aspek kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara.¹⁰⁷ Nilai-nilai Pancasila bersifat universal, sehingga harus diinternalisasi dalam kehidupan berbangsa dan bernegara, termasuk pembangunan hukum. Dalam kaitannya dengan pembangunan, hukum mempunyai fungsi sebagai pemelihara ketertiban dan keamanan, sarana pembangunan, penegak keadilan dan pendidikan masyarakat,¹⁰⁸ segala bentuk aktivitas pengembangan (*rechtsbeoefening*) hukum nasional harus berdasarkan nilai-nilai yang termuat dalam Pancasila sebagai norma dasar negara.¹⁰⁹

1.2 Pancasila sebagai Filsafat Negara

Nilai Pancasila dalam kehidupan Bangsa Indonesia diakui sebagai pandangan hidup (filsafat hidup) yang berkembang dalam sosio-budaya Indonesia.

¹⁰⁶ Muladi, *Demokratisasi, Hak Asasi Manusia, dan Reformasi Hukum di Indonesia* (Jakarta: The Habibie Center, 2002): 125-189.

¹⁰⁷ K.N. Sofyan Hasan, "Cita Hukum (Rechtsidee) dan Cita Negara (Staatsidee) sebagai Landasan Hukum Indonesia", *Jurnal Hukum Program Studi Ilmu Hukum Pasca Sarjana, Fakultas Hukum, Universitas Sriwijaya, Palembang*, III, no. 2 (2010): 10.

¹⁰⁸ Ali Taher Parasong, "Internalisasi Pancasila dalam Pembentukan Peraturan Perundang-undangan di Indonesia", Diakses pada tanggal 28 Juni 2020 Pukul 11.30 WIB., <https://fhumj.org>.

¹⁰⁹ Dani Pinasang, "Falsafah Pancasila sebagai Norma Dasar (grundnorm) dalam Rangka Pengembangan Sistem Hukum Nasional", *Jurnal Unsrat, Fakultas Hukum, Universitas Ratulangi, Makassar*, XX, no. 3 (2012).

Nilai Pancasila dianggap sebagai nilai dasar dan puncak budaya bangsa, karenanya nilai Pancasila diyakini sebagai jiwa dan kepribadian bangsa. Nilai-nilai Pancasila secara intrinsik bersifat filosofis dan di dalam kehidupan Masyarakat Indonesia. Nilai Pancasila secara praktis merupakan filsafat hidup (pandangan hidup). Nilai dan fungsi filsafat Pancasila telah ada jauh sebelum Indonesia merdeka.

Pancasila juga sebagai dasar filsafat negara, seperti yang dikatakan oleh Sunoto, dalam arti sebagai dasar fundamental, dasar dari segala peraturan serta perbuatan hidup bermasyarakat dan bernegara. Pancasila sebagai dasar filsafat negara berarti semua peraturan dari yang paling tinggi sampai dengan yang paling rendah harus didasarkan pada Pancasila.¹¹⁰ Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Solly Lubis bahwa perundang-undangan adalah manifesto filosofis atau pandangan bangsa yang merupakan abstraksi nilai dan derivatif nilai.¹¹¹

Moh. Mahfud MD mengatakan bahwa Pancasila harus dijadikan paradigma (kerangka berpikir, sumber nilai dan orientasi arah) dalam pembangunan hukum, termasuk upaya pembaharuannya.¹¹² Sri Soemantri mengatakan hal yang sama bahwa Pancasila harus menjadi landasan pengembangan hukum. Artinya, hukum yang akan dibentuk tidak dapat dan tidak boleh bertentangan dengan seluruh sila dari Pancasila. Dengan demikian substansi hukum tertulis yang dikembangkan

¹¹⁰ Sunoto, *Mengenal Filsafat Pancasila : Pendekatan Melalui Sejarah dan Pelaksanannya* (Yogyakarta: PT. Hanindita Graha Widia, 2001): 133.

¹¹¹ M. Solly Lubis, *Ilmu Perundang-undangan* (Bandung: CV. Mandar Maju, 2009): 30.

¹¹² Moh. Mahfud MD, *Membangun Politik Hukum, Menegakkan Konstitusi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012): 51.

harus merupakan perwujudan atau penjabaran nilai-nilai yang terkandung dalam Pancasila. Apabila hal itu terjadi, maka Pancasila merupakan paradigm dalam pengembangan hukum di Indonesia.¹¹³

1.3 Pancasila sebagai Karakteristik Hukum Modern

Menurut pendapat Prof. Dr. Muladi, S.H., bahwa dalam pembentukan hukum dan penegakan hukum harus tergambar pula karakteristik hukum modern. Karakteristik hukum modern yang dimaksud adalah : a) seragam dalam aplikasi, b) transaksional, c) universalistik, d) hirarkis, *organized*, e) *organized-critically*, f) rasional, g) profesional, h) dapat diamandemen, i) politik, j) pemisahan lembaga legislative, yudikatif dan eksekutif.¹¹⁴ Namun demikian, Pancasila sebagai dasar Negara Republik Indonesia dan UUD 1945 menjadi syarat utama yang disamping persyaratan-persyaratan lain, akan tetapi Pancasila merupakan instrumen dari "*Margin of Appreciation doctrine*".

Dalam hal ini Pancasila menjadi acuan parameter bagi penerapan "*Margin of Apperciation Doctrine*".¹¹⁵ Oleh karena itu, Paradigma Hukum Pancasila perlu dimatangkan dan dihidupkan, sehingga Pancasila sebagai falsafah benar-benar dapat diterapkan dalam kehidupan bermasyarakat dan sekaligus sebagai penjabaran dari nilai-nilai Pancasila pada masing-masing sila dalam

¹¹³ Sri Soemantri, *Hukum Tata Negara Indonesia, Pemikiran dan Pandangan* (Bandung: PT Remaja Rosdakaya, 2014): 336.

¹¹⁴ Muladi, *Demokratisasi, Hak Asasi Manusia, dan Reformasi Hukum di Indonesia*.

¹¹⁵ Muladi, "Menggalai Kembali Pancasila sebagai Dasar Pengembangan Ilmu Hukum", *Jurnal Hukum Progresif Program Doktor Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Diponegoro, Semarang*, 1, no. 1 (2005): 35.

Pancasila sebagai dasar negara Indonesia yang terdiri dari 5 (lima) prinsip utama. Berikut adalah penjabaran 5 (lima) sila dalam Pancasila dalam konteks jual beli melalui *platform marketplace* transaksi sore, yaitu sebagai berikut:¹¹⁶

1. Sila Pertama : Ketuhanan Yang Maha Esa: Dalam konteks *platform perdagangan online (marketplace)*, ketuhanan bisa diartikan sebagai teknologi atau *platform* yang digunakan. Sebagai *platform, marketplace* harus selalu beroperasi dengan standar yang tinggi dan memastikan keamanan dan privasi data pengguna.
2. Kemanusiaan yang Adil dan Beradab: Dalam *platform marketplace*, ini bisa berarti memberikan layanan yang setara dan adil kepada semua pengguna, tanpa memandang latar belakang mereka. Ini juga mencakup menjaga etika dalam bisnis, seperti menjaga kejujuran dan kebenaran dalam transaksi.
3. Persatuan Indonesia: Dalam *platform marketplace*, ini bisa diartikan sebagai penggunaan teknologi untuk mempromosikan perdamaian dan persatuan di seluruh Indonesia. Ini bisa melalui penyediaan layanan (*platform marketplace*) yang mudah diakses dan digunakan di seluruh wilayah Indonesia.
4. Kerakyatan yang Dipimpin oleh Hikmat Kebijaksanaan dalam Permusyawaratan/Perwakilan: Dalam *platform marketplace*, ini bisa diartikan sebagai penggunaan teknologi untuk memfasilitasi partisipasi aktif pengguna dalam proses pengambilan keputusan. Ini bisa melalui fitur seperti *review* dan ulasan produk, atau mekanisme komplain dan penyelesaian sengketa.
5. Keadilan Sosial bagi Seluruh Rakyat Indonesia: Dalam *platform marketplace*, ini bisa diartikan sebagai penyediaan layanan yang adil dan menguntungkan bagi semua pengguna. Ini bisa melalui penyediaan harga yang adil, promosi produk yang setara, dan penjaminan hak dan kepentingan pengguna.

2. Implikasi Filosofis

Implikasi filosofis dalam suatu penelitian berkaitan erat dengan hubungan antara filsafat hukum dan ilmu hukum. Sesuai dengan sifat dasarnya, apabila

¹¹⁶ Bappenas, "E-Commerce Pintu Masuk Percepatan Pengembangan Wirausaha di Indonesia", Diakses pada tanggal 13 Agustus 2018 Pukul 13.45 WIB., <https://www.bappenas.go.id/id/berita/e-commerce-pintu-masuk-percepatan-pengembangan-wirausaha-di-indonesia>.

filsafat berbicara mengenai hukum, pusat perhatiannya tidak terletak pada bagaimana prosedur teknis merumuskan atau menciptakan norma hukum, melainkan pada substansi gejala hukum. Berbagai persyaratan teknis-prosedural berkaitan dengan pembuatan hukum menjadi fokus perhatian ilmu hukum. Sementara filsafat hukum berusaha untuk memberikan sumbangan dari sisi esensi atau substansi hukum. Sumbangan itu dilakukan dengan menyelidiki dan mengeksplisitkan presuposisi dalam institusi hukum, yang umumnya tidak dipertanyakan oleh praktisi hukum, namun secara implisit berada di balik dan mendasari aktivitas mereka.¹¹⁷

Sehubungan dengan pembahasan ini, maka termasuk ke dalam kajian filsafat hukum karena kajiannya berpusat pada soal substansi (isi) dari konsep perlindungan hukum berdasarkan asas kepastian hukum dan asas keseimbangan dalam perlindungan hukum pada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* yang harus diwujudkan dalam bentuk hukum yang tertulis. Hukum tersebut dapat berlaku efektif apabila isinya didasarkan pada nilai-nilai yang berlaku di kehidupan masyarakat. Di Indonesia, nilai-nilai itu telah terkristal ke dalam sila-sila Pancasila, sehingga hukum tertulis dimaksud harus mendasarkan pada nilai-nilai yang terkandung di dalam sila-sila Pancasila. Keharusan untuk mendasarkan pada nilai-nilai Pancasila karena telah dijadikan sebagai sumber dari segala sumber hukum. Hal ini secara tegas diatur dalam Undang-Undang RI Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan (Lembaran Negara RI Tahun 2011 Nomor 82, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 5234) sebagaimana yang telah diubah dengan Undang-Undang RI Nomor 15 Tahun 2019 (Lembaran Negara RI Tahun 2019

¹¹⁷ Thomas Morawetz dalam Andre Atan Ujan, *Filsafat Hukum (Membangun Hukum, Membela Keadilan)* (Yogyakarta: Pustaka Filsafat, 2009): 21.

Nomor 183, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6398) yang selanjutnya disingkat menjadi UU Nomor 12 Tahun 2011 jo. UU Nomor 15 Tahun 2019.¹¹⁸

Di dalam penjelasan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 jo. Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2019 ditegaskan bahwa:¹¹⁹

“Penempatan Pancasila sebagai sumber dari segala sumber hukum negara adalah sesuai dengan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 alinea keempat, yaitu Ketuhanan Yang Maha Esa, Kemanusiaan yang adil dan beradab, Persatuan Indonesia, Kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam Permusyawaratan Perwakilan, dan Keadilan Sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Menempatkan Pancasila sebagai dasar dan ideology Negara serta sekaligus dasar filosofis negara, sehingga setiap materi muatan peraturan perundang-undangan tidak boleh bertentangan dengan nilai-nilai yang terkandung dalam Pancasila”.

UUPK telah diundangkan dan mulai diberlakukan pada tanggal 20 April 1999. Setahun setelah diundangkannya terhitung sejak tanggal 20 April 2000, hingga kini belum banyak perbaikan yang menyangkut hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen. Hukum sebagai sarana rekayasa sosial (*a tool of social engineering*) perlu diberdayakan agar dapat mewujudkan supremasi hukum dalam berkehidupan berbangsa, bernegara dan bermasyarakat. Begitu pula UUPK, dimana secara politis perlunya perlindungan hukum bagi konsumen dan juga perlindungan hukum terhadap pelaku usaha. Hal yang penting adalah bahwa sudah saatnya konsumen lebih diperhatikan kepentingannya supaya tidak selalu di pihak yang dirugikan.¹²⁰

¹¹⁸ Pasal 2 Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2019 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan. Lembaran Negara RI Tahun 2011 Nomor 82 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2019 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan. Lembaran Negara RI Tahun 2019 Nomor 183, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6398. Sekretariat Negara. Jakarta.

¹¹⁹ *Ibid.*, Penjelasan Pasal 2 Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2019 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan.

¹²⁰ Janus Sidabook, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia* (Bandung : PT. Citra Aditya Bakti 2014): 4.

Berdasarkan konsiderans Menimbang dari UUPK diatur bahwa pertimbangan diberlakukannya UUPK, yaitu: ¹²¹

- a. “pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat adil dan makmur yang merata materiil dan spiritual dalam era demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945;
- b. pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha, sehingga mampu menghasilkan beraneka barang dan/atau jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan/atau jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen;
- c. semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah dan keamanan barang dan/atau jasa yang diperolehnya di pasar;
- d. untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab;
- e. ketentuan hukum yang melindungi kepentingan konsumen di Indonesia belum memadai; sehingga berdasarkan pertimbangan tersebut di atas diperlukan perangkat peraturan perundang-undangan untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha, sehingga tercipta perekonomian yang sehat”;

untuk itu perlu dibentuk UUPK.

Dengan demikian menurut analisa penulis dapat dipahami bahwa setiap peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia materi muatannya tidak boleh bertentangan dengan nilai-nilai yang terkandung dalam Pancasila. Hal demikian juga berlaku bagi aturan yang mengatur mengenai perlindungan konsumen, baik itu UUPK, UU ITE, UU Perdagangan maupun aturan lainnya yang terkait dalam rangka memberikan perlindungan hukum tidak hanya bagi konsumen, tetapi juga bagi pelaku

¹²¹ Konsiderans Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

usaha dan *marketplace* pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Oleh karena substansi atau materi muatan aturan perlindungan konsumen terutama UUPK harus mendasarkan pada nilai-nilai Pancasila. Dengan perkataan lain, nilai-nilai Pancasila harus dijadikan sebagai dasar dalam menyusun materi muatan aturan di bidang perlindungan konsumen terutama UUPK.

Hukum yang menjadi dasar pelaksanaan perlindungan konsumen, sendi utamanya adalah falsafah Pancasila, sebagai pandangan hidup bangsa dan dasar Negara Republik Indonesia. Oleh karena itu, UUPK sebagai produk dari Dewan Perwakilan Rakyat juga terikat pada pandangan hidup dan dasar Negara Pancasila. Dimana guna memenuhi butir-butir falsafah tersebut di atas, UUPK menegaskan, bahwa perlindungan konsumen Indonesia berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan serta kepastian hukum yang sekaligus berfungsi untuk mengekspresikan nilai.¹²² Selain itu fungsi instrumental dari UUPK, yaitu : meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian dan/atau jasa. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.

Hukum dan keadilan masyarakat memiliki hubungan yang erat. Masalah keadilan merupakan persoalan yang rumit yang dapat dijumpai di setiap masyarakat. Hukum memiliki 2 (dua) tugas utama, yakni mencapai suatu kepastian

¹²² *Ibid.*, Penjelasan Umum Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

hukum dan mencapai keadilan bagi semua masyarakat. Diantara sekian banyaknya pemikiran dan konsep keadilan, salah satu konsep keadilan yang cukup relevan untuk diterapkan di Indonesia menurut penulis adalah keadilan sebagaimana yang dikonsepsikan oleh Roscoe Pound, yaitu dengan keadilan sosiologis; keadilan yang didasarkan pada kebiasaan, budaya, pola perilaku dan hubungan antar manusia dalam masyarakat. Di Indonesia sendiri, keadilan sesuai dengan Pancasila sebagai dasar negara dan landasan yuridis konstitusional dipergunakan sebagai dasar mengatur penyelenggaraan pemerintahan negara. Secara objektif ilmiah, Pancasila adalah suatu paham filsafat, suatu *philosophical way of thinking* atau *philosophical system*. Di dalam Pancasila kata adil terdapat pada sila kedua dan sila kelima. Nilai kemanusiaan yang adil dan keadilan sosial.

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh UUPK ini umumnya dapat dibagi dalam:¹²³

1. “Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen dalam melindungi diri;
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informatif, serta akses untuk mendapatkan informasi;
5. Membubuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen, sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha; dan
6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen”.

¹²³ *Ibid.*, Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Mengenai perlindungan konsumen (*consumer protection*), berarti berbicara tentang salah satu dari korelasi antara lapangan perekonomian dengan lapangan etika. Dalam kegiatan bisnis terdapat hubungan yang saling membutuhkan antara pelaku usaha dan konsumen. Kepentingan pelaku usaha adalah memperoleh keuntungan dari transaksi dengan konsumen, sedangkan kepentingan konsumen adalah memperoleh kepuasan melalui pemenuhan kebutuhannya terhadap produk tertentu. Dalam hubungan yang demikian seringkali terdapat ketidaksetaraan antara keduanya. Konsumen biasanya berada dalam posisi yang lemah dan karenanya dapat menjadi sasaran eksploitasi dari pelaku usaha yang secara sosial dan ekonomi mempunyai posisi yang kuat.

Oleh karena itu, diperlukan seperangkat aturan hukum yang dapat melindungi atau memberdayakan konsumen. Perlindungan konsumen merupakan hak warga negara yang pada sisi lain merupakan kewajiban negara untuk melindungi warga negaranya, khususnya atas produk yang halal dan baik, sehingga dalam menentukan aturan hukum tersebut diperlukan campur tangan negara melalui penetapan sistem perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

2.1 Esensi dan Ruang Lingkup Asas Keseimbangan Hukum

Sesuai dengan UUPK, asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual.¹²⁴ Dengan demikian esensi dari asas keseimbangan

¹²⁴ *Ibid.*, Penjelasan Pasal 2 butir (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

hukum dalam perlindungan konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* adalah untuk memastikan bahwa hak dan kewajiban antara konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace* seimbang dan adil. Asas ini bertujuan untuk mencegah eksploitasi satu pihak terhadap pihak lain dan memastikan bahwa setiap pihak mematuhi hukum dan regulasi yang berlaku.

Ruang lingkup asas keseimbangan hukum dalam perlindungan konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* mencakup beberapa aspek berikut:

- **Perlindungan Hak Konsumen**

Asas keseimbangan hukum memastikan bahwa hak-hak konsumen dilindungi. Ini termasuk hak untuk mendapatkan informasi yang jelas dan akurat tentang produk atau layanan, hak untuk menerima produk atau layanan yang berkualitas, dan hak untuk perlindungan privasi dan data pribadi. Jika hak-hak ini dilanggar, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan ganti rugi atau pengembalian uang.

- **Kewajiban Pelaku Usaha**

Asas keseimbangan hukum juga mencakup kewajiban pelaku usaha untuk mematuhi hukum dan regulasi yang berlaku, termasuk menyediakan produk atau layanan yang memenuhi standar kualitas, memberikan informasi yang akurat dan jelas kepada konsumen, dan melindungi privasi dan data pribadi konsumen.

- **Peran Marketplace**

Marketplace memiliki peran penting dalam menegakkan asas keseimbangan hukum. Mereka harus menyediakan *platform* yang aman dan adil bagi konsumen dan pelaku usaha, menegakkan hukum dan regulasi yang berlaku, serta menangani sengketa antara konsumen dan pelaku usaha secara efektif dan adil.

Dengan demikian, esensi dan ruang lingkup asas keseimbangan hukum dalam perlindungan konsumen pada *platform marketplace* mencakup perlindungan hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, dan peran *marketplace* dalam menciptakan lingkungan transaksi jual beli yang adil dan seimbang.

Asas keseimbangan hukum dalam konteks perlindungan hukum pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* merujuk pada prinsip yang memastikan bahwa hak dan kewajiban konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace* seimbang dan adil. Asas ini penting untuk menjaga integritas dan keadilan dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

Dalam konteks konsumen, asas keseimbangan hukum berarti bahwa hak konsumen untuk mendapatkan produk atau layanan yang berkualitas, informasi yang akurat dan jelas, serta perlindungan privasi dan data pribadi harus dijamin. Konsumen juga memiliki hak untuk mendapatkan ganti rugi atau pengembalian uang jika hak-hak ini dilanggar. Bagi pelaku usaha, asas keseimbangan hukum berarti mereka memiliki kewajiban untuk mematuhi hukum dan regulasi yang berlaku, termasuk menyediakan produk atau layanan yang memenuhi standar kualitas, memberikan informasi yang akurat dan jelas kepada konsumen, serta melindungi privasi dan data pribadi konsumen. Sebaliknya, pelaku usaha juga memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan hukum jika konsumen melanggar ketentuan yang telah disepakati.

Perlindungan Hukum secara umum yang diberikan kepada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* pada transaksi jual beli, dimana untuk *marketplace*, asas keseimbangan hukum berarti bahwa mereka memiliki kewajiban untuk menyediakan *platform* yang aman dan adil bagi konsumen dan pelaku usaha.

Marketplace harus menegakan hukum dan regulasi yang berlaku, serta menangani sengketa antara konsumen dan pelaku usaha secara efektif dan adil. Sebaliknya, *marketplace* juga memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan hukum jika terjadi pelanggaran oleh konsumen atau pelaku usaha. Intinya, asas keseimbangan hukum dalam perlindungan hukum pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* menekankan pentingnya keseimbangan antara hak dan kewajiban semua pihak yang terlibat. Ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan transaksi pada *platform marketplace* yang adil dan berkeadilan.

2.2 Fungsi Asas Keseimbangan Hukum

Asas keseimbangan hukum memainkan peran penting dalam menjaga perlindungan hukum pada transaksi jual beli antara konsumen, pelaku usaha, dan *marketplace*. Fungsi asas keseimbangan hukum dalam setiap pihak dalam transaksi jual beli baik bagi konsumen, pelaku usaha maupun *marketplace*. Asas keseimbangan hukum membantu konsumen dalam memperoleh perlindungan yang adil dan seimbang dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Ini mencakup perlindungan terhadap hak-hak konsumen seperti hak untuk informasi yang akurat dan jelas tentang produk atau layanan yang mereka beli, hak untuk menerima produk atau layanan yang berkualitas, dan hak untuk perlindungan privasi dan data pribadi. Asas keseimbangan hukum juga membantu konsumen dalam mendapatkan ganti rugi atau pengembalian uang jika hak-hak ini dilanggar.

Salah satu aspek utama dalam penerapan asas keseimbangan dalam perlindungan hukum pada transaksi *platform marketplace* adalah keterbukaan dan kesetaraan informasi antara kedua belah pihak. Pihak pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memberikan informasi yang jelas, akurat dan lengkap kepada konsumen mengenai berbagai aspek yang terkait dengan transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Dengan adanya keterbukaan dan kesetaraan informasi, konsumen dapat membuat keputusan yang tepat dan terhindar dari ketidakseimbangan pengetahuan dengan pelaku usaha.

Kesetaraan hak dan kewajiban penerapan asas keseimbangan dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* juga mencakup kesetaraan hak dan kewajiban antara pelaku usaha dengan konsumen. Konsumen memiliki hak untuk memperoleh sesuai dengan spesifikasi yang telah disepakati. Hak untuk mendapatkan jaminan keamanan dan kualitas, serta hak untuk mengajukan klaim atau ganti rugi. Jika terjadi ketidaksesuaian atau cacat pada barang yang dibeli. Di sisi lain, konsumen juga memiliki kewajiban, seperti melakukan pembayaran harga secara tepat waktu serta mematuhi peraturan dan ketentuan yang berlaku. Bagi pelaku usaha, asas keseimbangan hukum membantu mereka dalam mematuhi kewajiban yang seharusnya mereka lakukan, seperti mematuhi hukum dan regulasi yang berlaku, menyediakan produk atau layanan yang memenuhi standar kualitas, dan melindungi privasi dan data pribadi konsumen. Asas ini juga membantu pelaku usaha dalam mendapatkan perlindungan hukum jika konsumen melanggar ketentuan yang telah disepakati.

Asas keseimbangan hukum membantu *marketplace* dalam menjaga keadilan dan keamanan dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. *Marketplace* harus menegakkan hukum dan regulasi yang berlaku, serta menangani sengketa antara konsumen dan pelaku usaha secara adil dan seimbang. Asas ini juga membantu *marketplace* dalam mendapatkan perlindungan hukum jika terjadi pelanggaran oleh konsumen atau pelaku usaha. Secara keseluruhan, asas keseimbangan hukum berfungsi untuk menciptakan lingkungan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* yang adil dan seimbang, di mana hak dan kewajiban semua pihak yang terlibat dijaga dan dilindungi.

2.3 Penggalian Asas Kepastian Perlindungan Hukum yang seimbang

Asas kepastian hukum merupakan salah satu asas yang ada pada UUPK. Asas ini dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum untuk memberikan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Hal ini selaras dengan teori keadilan, kepastian dan perlindungan hukum. Artinya, undang-undang ini mengharapkan bahwa aturan tentang hak dan kewajiban yang terkandung di dalam undang-undang ini harus diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari, sehingga masing-masing pihak memperoleh keadilan dan kepastian hukum dan terwujudnya perlindungan hukum yang seimbang. Oleh karena itu, negara bertugas dan menjamin terlaksananya aturan perlindungan konsumen terutama UUPK ini sesuai dengan bunyinya, untuk memperoleh kemanfaatan penggalian asas

kepastian hukum dalam perlindungan hukum pada transaksi melibatkan beberapa aspek penting yang melibatkan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Asas kepastian hukum ini penting dalam menjaga keseimbangan antara hak dan kewajiban semua pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, yaitu :

- **Konsumen**

Untuk konsumen, asas kepastian hukum berarti perlindungan terhadap hak-hak mereka dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Misalnya, konsumen memiliki hak untuk menerima informasi yang jelas dan akurat tentang produk atau layanan yang mereka beli, termasuk harga, kualitas, dan ketentuan pengiriman. Jika hak-hak ini dilanggar, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan ganti rugi atau pengembalian uang.

- **Pelaku Usaha**

Bagi pelaku usaha, asas kepastian hukum berarti bahwa mereka harus mematuhi aturan dan regulasi yang berlaku dalam menjalankan bisnis pada *platform marketplace*. Ini termasuk memastikan bahwa produk atau layanan yang mereka jual memenuhi standar kualitas yang ditetapkan dan tidak menyesatkan konsumen. Pelaku usaha juga harus mematuhi aturan tentang privasi dan perlindungan data konsumen.

- **Marketplace**

Untuk *marketplace*, asas kepastian hukum berarti bahwa mereka harus menyediakan *platform* yang aman dan adil bagi konsumen dan pelaku usaha. Ini mencakup penegakan aturan dan regulasi yang berlaku, serta penanganan

sengketa antara konsumen dan pelaku usaha secara efektif dan adil. *Marketplace* juga harus memastikan bahwa data konsumen dilindungi dan tidak disalahgunakan.

Secara keseluruhan, penggalian asas kepastian hukum dalam perlindungan hukum pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* melibatkan keseimbangan antara hak dan kewajiban konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Semua pihak harus mematuhi hukum dan regulasi yang berlaku, dan ada mekanisme penegakan hukum jika terjadi pelanggaran.

3. Implikasi Teoritis

Menurut L. J. Van Apeldoorn, kepastian hukum mempunyai 2 (dua) segi. Pertama, mengenai soal dapat dibentuknya (*bepaalbaarheid*) hukum dalam hal-hal yang konkret. Artinya pihak-pihak yang mencari keadilan ingin mengetahui hukum dalam hal yang khusus sebelum memulai perkara. Kedua, kepastian hukum berarti keamanan hukum. Artinya perlindungan bagi para pihak terhadap kesewenangan hakim.¹²⁵ Menurut Utrecht kepastian hukum mengandung 2 (dua) pengertian; pertama adanya aturan yang bersifat umum membuat individu mengetahui perbuatan apa yang boleh atau tidak boleh dilakukan, dan kedua berupa keamanan hukum bagi individu dari kesewenangan pemerintah karena dengan adanya aturan yang bersifat umum itu individu dapat mengetahui apa saja yang boleh dibebankan atau dilakukan

¹²⁵ L.J. Van Aveloorn dalam Shidarta, *Moralitas Profesi Hukum Suatu Tawaran Kerangka Berfikir* (Bandung, PT Revika Aditama, 2006): 82-83.

oleh negara terhadap individu. Sifat umum dari aturan-aturan hukum membuktikan bahwa hukum perlindungan konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* tidak bertujuan untuk mewujudkan keadilan atau kemanfaatan, melainkan semata-mata untuk kepastian hukum.

Selain aspek penerapan hukum dan kepastian hukum serta keadilan, maka permasalahan hukum perlindungan konsumen, yaitu terkait perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berdasarkan asas kepastian hukum. Perlindungan hukum adalah segala upaya pemenuhan hak dan pemberian bantuan untuk memberikan rasa aman kepada saksi dan/atau korban. Perlindungan hukum korban kejahatan sebagai bagian dari perlindungan masyarakat, dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk, seperti melalui pemberian restitusi, kompensasi, pelayanan medis dan bantuan medis.

Mengenai lebih lanjut mengenai Teori Perlindungan Hukum ini, maka dapat dilihat beberapa pendapat para ahli diantaranya, yaitu Satjipto Raharjo mendefinisikan Perlindungan Hukum adalah memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum. Sedangkan menurut Philipus M. Hadjon berpendapat bahwa Perlindungan Hukum adalah perlindungan akan harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh subjek hukum berdasarkan ketentuan hukum dari kesewenangan. CST Kansil sendiri mendefinisikan Perlindungan Hukum adalah berbagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari

gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun. Sedangkan menurut Philipus M. Hadjon Perlindungan Hukum adalah sebagai kumpulan peraturan atau kaidah yang akan dapat melindungi suatu hal dari hal lainnya.

Berkaitan dengan konsumen, berarti hukum memberikan perlindungan terhadap hak-hak pelanggan dari sesuatu yang mengakibatkan tidak terpenuhinya hak-hak tersebut. Menurut Muktie. A. Fadjar, mendefinisikan perlindungan hukum lebih kepada penyempitan arti dari perlindungan, dalam hal ini hanya perlindungan oleh hukum saja. Perlindungan yang diberikan oleh hukum, terkait pula dengan adanya hak dan kewajiban, dalam hal ini yang dimiliki oleh manusia sebagai subyek hukum dalam interaksinya dengan sesama manusia serta lingkungannya. Sebagai subyek hukum manusia memiliki hak dan kewajiban untuk melakukan suatu tindakan hukum.¹²⁶

Dalam menjalankan dan memberikan perlindungan hukum pada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dibutuhkannya suatu tempat atau wadah dalam pelaksanaannya yang sering disebut dengan sarana perlindungan hukum. Sarana perlindungan hukum dibagi menjadi 2 (dua) macam, yaitu sebagai berikut:¹²⁷

1. Sarana Perlindungan Hukum Preventif

Pada perlindungan hukum preventif ini, subjek hukum diberikan kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif. Tujuannya adalah mencegah terjadinya sengketa. Perlindungan hukum preventif sangat besar artinya bagi tindak pemerintahan yang didasarkan pada kebebasan bertindak karena dengan adanya perlindungan hukum yang preventif pemerintah terdorong untuk bersifat hati-hati dalam mengambil keputusan yang didasarkan pada diskresi.

¹²⁶ *Glosarium Tesis Hukum*, “Pengertian Perlindungan Hukum Menurut Para Ahli”, Diakses pada tanggal 13 April 2014 Pukul 17.45 WIB., <https://tesishukum.com/pengertian-perlindungan-hukum-menurut-para-ahli>.

¹²⁷ *Ibid.*

Di Indonesia belum ada pengaturan khusus mengenai perlindungan hukum preventif. Namun, jika dilihat dari konteks mengkritisi UUPK lebih kepada bagaimana makna filosofis dari tahap perencanaan sampai dengan pembuatan produk perundang-undangan tersebut dapat memberikan perlindungan kepada konsumen, sehingga terwujud keadilan dan kepastian hukum bagi konsumen dan juga pelaku usaha. Perlindungan hukum ini dapat berupa regulasi hukum yang menjamin bahwa pelaku usaha melakukan transaksi dengan adil dan tidak merugikan konsumen dan bahwa konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang jelas dan akurat tentang produk yang mereka beli.

2. Sarana Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan hukum yang represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Penanganan perlindungan hukum oleh Pengadilan Umum dan Peradilan Administrasi di Indonesia termasuk kategori perlindungan hukum ini termasuk juga dalam hal ini oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yang selanjutnya disingkat dengan BPSK. BPSK dan dapat dikaitkan dengan tujuan dari negara hukum. Prinsip perlindungan hukum terhadap tindakan pemerintah bertumpu dan bersumber dari konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia karena menurut sejarah dari barat, lahirnya konsep-konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia diarahkan kepada pembatasan-pembatasan dan peletakan kewajiban masyarakat dan pemerintah. Prinsip kedua yang mendasari perlindungan hukum terhadap tindakan pemerintahan adalah prinsip negara hukum. Dikaitkan dengan pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia, pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia mendapat tempat utama dan dapat dikaitkan dengan tujuan dari negara hukum. Dalam konteks perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* terlihat dari aspek mendudukan hak-hak yang seimbang antara konsumen dan pelaku usaha pada saat terjadinya sengketa konsumen. Dalam konteks ini juga berbicara bagaimana penerapan dan penegakan hukum yang berlaku di bidang perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* untuk mewujudkan adanya kepastian hukum dalam perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*.

Teori Keseimbangan hukum pada perlindungan hukum pada *platform marketplace* menurut Mackenzie lebih kepada keseimbangan antara syarat-syarat yang ditentukan oleh aturan dan kepentingan pihak-pihak yang tersangkut atau

berkaitan dengan sengketa pada *platform marketplace*.¹²⁸ Sedangkan menurut teori Hegel, mensyaratkan adanya suatu keseimbangan antara kejahatan yang dilakukan dengan pidana yang harus dijatuhkan pada kasus sengketa pada *platform marketplace*. Seimbang disini tidak berarti harus sejenis melainkan cukup apabila pidana yang dijatuhkan mempunyai nilai yang sama dengan kejahatan yang telah dilakukan oleh pelakunya.¹²⁹ Menurut Herlien Budiono dalam bukunya “Asas Keseimbangan Bagi Hukum Perjanjian Indonesia”, mencoba memberikan gambaran sebagai berikut : “Sebagaimana dimaknai dalam bahasa sehari-hari, kata seimbang (*evenwicht*) menunjuk pada pengertian suatu keadaan pembagian hak dan kewajiban para pihak dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* di kedua sisi berada dalam keadaan seimbang.¹³⁰

3.1 Ruang Lingkup Teori Kepastian Perlindungan Hukum yang Seimbang pada Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace*

Teori Kepastian Perlindungan Hukum yang Seimbang pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* merujuk pada konsep hukum yang menjamin perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi elektronik. Dalam konteks ini, perlindungan hukum berarti bahwa konsumen memiliki hak dan kewajiban yang jelas dan ditegakkan oleh hukum. Dimana ruang lingkup teori ini mencakup beberapa aspek penting, yaitu:¹³¹

¹²⁸ Ahmad Rifai, *loc. cit.*

¹²⁹ Lamintang dan Theo Lamintang, *loc. cit.*

¹³⁰ Herlien Budiono, *loc. cit.*

¹³¹ Rovita Jayanti, “UU ITE: Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce”.

- a. Perlindungan Hukum Konsumen : Konsumen memiliki hak yang jelas dan ditegakkan oleh hukum. Misalnya, konsumen memiliki hak untuk menerima barang yang sesuai dengan deskripsi, dan memiliki hak untuk meminta pengembalian dana atau barang jika terjadi masalah.
- b. Pasal Hukum yang Menjamin Perlindungan : Ada beberapa pasal hukum yang menjamin perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Misalnya, sesuai dengan UU ITE menyatakan bahwa transaksi elektronik yang dituangkan dalam kontrak elektronik mengikat para pihak.¹³² Berdasarkan UU ITE menyebutkan bahwa setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong.¹³³
- c. Perubahan dan Penafsiran Hukum : Hukum yang menjamin perlindungan konsumen dalam transaksi pada *platform marketplace* dapat berubah dan diperlakukan dengan berbagai cara, yang dapat menimbulkan kesalahpahaman dan kegaduhan. Oleh karena itu, diperlukan revisi pada pasal yang mengandung multitafsir tersebut terutama terkait pembatasan atau tolok ukur delik dan mekanisme penyelesaian sengketa.

Secara keseluruhan, Teori Kepastian Perlindungan Hukum yang seimbang pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* tidak hanya mencakup keseimbangan antara hak dan kewajiban para pihak saja, tetapi juga keseimbangan yang mencakup konsep hukum yang menjamin perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik, serta mekanisme hukum yang menegakan dan memastikan kepastian dan keseimbangan dalam menjalankan hukum tersebut, yaitu keseimbangan antara kejahatan yang dilakukan dengan sanksi pidana yang dijatuhkan.

3.2 Fungsi dan Pengembangan Teori Kepastian Perlindungan Hukum yang seimbang

¹³² Pasal 18 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024. Lembaran Negara RI Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 4843 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Lembaran Negara RI Tahun 2024 Nomor 1, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6905. Sekretariat Negara. Jakarta.

¹³³ *Ibid.*, Pasal 28 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Teori Kepastian Perlindungan Hukum yang seimbang dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* berfungsi untuk memastikan bahwa baik penjual maupun pembeli mendapatkan perlindungan hukum yang adil dan seimbang dalam melakukan transaksi elektronik. Dalam konteks *platform marketplace*, konsumen seringkali memiliki risiko yang lebih besar dibandingkan pelaku usaha atau *merchant*. Hak-hak konsumen dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* lebih rentan untuk dilanggar dan kejahatan terhadap data-data konsumen bisa terjadi saat melakukan transaksi secara elektronik.

Salah satu produk hukum yang berfungsi untuk memberikan perlindungan dalam transaksi jual beli melalui *platform marketplace* adalah "*Model Law on Electronic Commerce*" yang dibuat oleh *United Nations Commission on International Trade Law (UNCITRAL)*. Model hukum ini bertujuan untuk mendorong aturan hukum yang seragam dalam penggunaan jaringan komputer untuk transaksi komersial. Model hukum ini dapat dengan mudah diadopsi dan diterima oleh negara-negara dengan sistem sosial, budaya, ekonomi, dan hukum yang berbeda. Di Indonesia, dasar hukum utama bagi konsumen yang melakukan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* adalah UU ITE. Undang-undang ini mengatur tentang prinsip iktikad baik dalam melakukan suatu transaksi elektronik. Selain itu, UU ITE juga mengatur pihak yang melakukan transaksi boleh memilih hukum yang berlaku bagi transaksi elektronik internasional. Perlindungan hukum terhadap konsumen juga diatur dalam UUPK. Undang-Undang ini diharapkan dapat menjamin kepastian hukum terhadap konsumen dalam bertransaksi pada *platform marketplace*.

Dengan adanya Teori Kepastian Perlindungan Hukum yang seimbang dalam *platform marketplace*, konsumen dapat merasa lebih aman dan nyaman dalam melakukan transaksi elektronik, dan penjual atau *merchant* juga mendapatkan perlindungan hukum yang adil.

Asas kepastian hukum merupakan salah satu asas yang ada pada UUPK. Asas ini dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen serta negara menjamin kepastian hukum. Artinya, undang-undang ini mengharapkan bahwa aturan tentang hak dan kewajiban yang terkandung di dalam undang-undang ini harus diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari, sehingga masing-masing pihak memperoleh keadilan. Oleh karena itu, negara bertugas dan menjamin terlaksananya undang-undang ini sesuai dengan bunyinya.¹³⁴ Ditinjau dari segi kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen masih memerlukan pengkajian lebih jauh.¹³⁵

Pada sengketa antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*, kedudukan konsumen terkadang berada pada posisi yang lemah dibandingkan dengan pelaku usaha dan *marketplace*. Namun, pada penyelesaian sengketa tertentu, kadang *marketplace* juga berada pada posisi yang lebih dibandingkan pelaku usaha atau malah sebaliknya. Tapi di sisi lain, karena penegak hukum belum sepenuhnya menerapkan aturan perlindungan konsumen, terkadang pelaku usaha yang berada pada posisi lebih lemah dibandingkan dengan *marketplace*. Hal ini dipengaruhi oleh

¹³⁴ Janus Sidabolok, *op. cit.*, hlm. 32-33.

¹³⁵ Susanti Adi Nugroho, *loc. cit.*

faktor salah satunya adalah ditemui adanya ketidakpastian hukum baik dari sisi pengaturannya maupun dari sisi penegakan aturan itu sendiri.

Sesuai dengan UUPK, maka yang dimaksudkan dengan Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.¹³⁶ Asas perlindungan konsumen sesuai dengan UUPK berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.¹³⁷ Hal ini diperjelas lagi dengan Penjelasan Pasal 2 UUPK, maka yang dimaksudkan dengan Asas kepastian hukum dalam perlindungan konsumen dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

4. Implikasi Dogmatis

4.1. Penerapan Asas Keseimbangan dalam Transaksi Jual Beli melalui *Platform Marketplace*

Sesuai dengan UUPK mengatur bahwa perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Asas keseimbangan sesuai dengan penjelasan UUPK, yaitu dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual. Pada penjelasan Pasal 2 Poin Nomor 3 UUPK tersebut.

¹³⁶ Pasal 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

¹³⁷ *Ibid.*, Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

lebih kepada keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah. Padahal pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* terdapat pihak *marketplace* selaku penyedia *platform* digital bagi toko *online* (pelaku usaha) untuk melakukan transaksi perdagangan *online* melalui media elektronik yang perlu juga untuk diberikan perlindungan hukum.

Peran pemerintah sesuai dengan UUPK lebih kepada bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha. Selanjutnya sesuai dengan Pasal 30 ayat (1) UUPK, peran pemerintah melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangannya yang diselenggarakan oleh pemerintah, masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat. Sesuai dengan Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan mengatur peran Pemerintah mengatur kegiatan Perdagangan Dalam Negeri melalui kebijakan dan pengendalian. Dalam bidang perdagangan luar negeri, maka sesuai dengan Pasal 38 ayat (1) UU Perdagangan mengatur kegiatan Perdagangan Luar Negeri melalui kebijakan dan pengendalian di bidang Ekspor dan Impor.

Berbicara mengenai penerapan Asas Keseimbangan perlindungan hukum pada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* secara praktek di lapangan belumlah terwujud keseimbangan perlindungan hukum sebagaimana yang diharapkan. Dari hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Disertasi sebelumnya, dimana analisa permasalahannya ditinjau dari aspek yang berbeda. Penelitian ini lebih

menekankan penelitian pada aspek keseimbangan dalam perlindungan hukum pada transaksi jual beli antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*.

Sedangkan penelitian sebelumnya, yaitu :

Pertama, Disertasi yang ditulis oleh Abdul Halim Barkatullah, dengan judul *“Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Lintas Negara Di Indonesia”*, pada Program Doktor Ilmu Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Tahun 2006. Dalam Disertasi ini Abdul Halim Barkatullah menguji dan menganalisis terhadap perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* lintas negara di Indonesia, khususnya pada bentuk perlindungan hukum apa yang dapat ditawarkan bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* lintas negara.

Kedua, Disertasi yang ditulis oleh Ratu Galuh Gerllian Wirasuta, dengan judul *“Transaksi Elektronik Dalam Sistem E-Commerce Sebagai Upaya Pengembangan Perekonomian Indonesia”*, pada Program Doktor Ilmu Hukum Universitas Pasundan Bandung Tahun 2018. Dalam Disertasi ini Ratu Galuh Wirasuta menguji dan mengkaji Transaksi perdagangan yang dilakukan melalui sistem *e-commerce* berisiko menyebabkan tindakan wanprestasi yang sulit dijangkau oleh aturan-aturan hukum yang berlaku dan transaksi tidak mempertemukan para pihak yang bertransaksi, serta tidak adanya kesempatan bagi konsumen melihat secara langsung barang yang dipesan berpotensi menimbulkan permasalahan yang merugikan konsumen.

Ketiga, Disertasi yang ditulis oleh Abd. Syukur dengan judul *“Rekonstruksi Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Melalui Kebijakan Pemerintah untuk Mendukung Ekonomi Digital yang Berkeadilan”*, pada Program

Doktor (S3) Ilmu Hukum (PDIH) Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang Tahun 2022. Dalam Disertasi ini Abd. Syakur, menguji dan mengkaji rekonstruksi perlindungan hukum konsumen transaksi *e-commerce* untuk mendukung Ekonomi Digital yang berkeadilan melalui Kebijakan Pemerintah.

Keempat, Disertasi yang ditulis oleh Stella, dengan judul “*Pertanggungjawaban Hukum Perdata Penyelenggara Sarana Perantara Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (E-Commerce) di Indonesia*”, pada Program Doktor Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara Medan Tahun 2023. Dalam Disertasi ini Stella menguji dan mengkaji mengenai pertanggungjawaban Hukum Perdata dari Penyelenggara Sarana Perantara Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*E-Commerce*) di Indonesia.

Ketidak seimbangan tersebut dapat terlihat dari hal-hal sebagai berikut, yaitu:

1. Pada proses pemeriksaan di Kepolisian dimana penulis melakukan riset wawancara, diketahui bahwa Pihak Kepolisian terhadap laporan pengaduan yang masuk terkait *platform marketplace* menerapkan Pasal 278 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana yang mengatur mengenai Tindak Pidana Penipuan atau sesuai dengan Pasal 28 ayat (1) UU ITE jika merupakan penipuan *online* dan belum sepenuhnya menerapkan aturan terkait UUPK. Hal ini, di satu sisi pelaku penipuan, yaitu Toko *Online* yang bertanggung jawab sebagai pelaku Tindak Pidana Penipuan, sedangkan *marketplace* selaku penyedia *platform* digital untuk transaksi jual beli melalui *platform*

marketplace terbebas dari kesalahan. Kondisi ini melemahkan kedudukan pelaku usaha dalam *platform marketplace*.

Hal ini menurut pertimbangan pihak Kepolisian karena pelaku usaha dinyatakan bersalah karena telah melakukan penipuan. Dari hasil riset peneliti pada Satuan Reserse Kriminal Tindak Pidana Khusus Polrestabes Palembang, belum diterapkan sepenuhnya aturan perlindungan konsumen diberlakukan karena kurangnya pengetahuan dan pemahaman dari aparat penegak hukum akibat dari kurangnya sosialisasi aturan tersebut.¹³⁸Dalam melakukan tugasnya melakukan penyelidikan/penyidikan, maka pihak Kepolisian berkoordinasi dengan Kementerian Komenko dan Staf Ahli Perlindungan Konsumen pada Kementerian Perdagangan. terkait dengan sengketa hukum pada *platform marketplace*, pihak Kepolisian cenderung lebih kepada apakah Toko *Online* tersebut menjual produk yang telah ber-SNI.

2. Selain itu, batasan Tindak Pidana Ringan (Tipiring) dan jumlah Denda dalam KUHP diatur dalam Peraturan Mahkamah Agung (Perma) Nomor 2 Tahun 2012 tentang Penyelesaian Batasan Tindak Pidana Ringan (Tipiring) dan Jumlah Denda dalam KUHP. Intinya, Perma ini ditujukan untuk menyelesaikan penafsiran tentang nilai uang pada Tipiring dalam KUHP. Dalam Perma Nomor 2 Tahun 2012 tidak hanya memberikan keringanan kepada hakim agung dalam bekerja, namun juga menjadikan pencurian di bawah 2,5 juta tidak dapat ditahan.

¹³⁸ Hasil wawancara dengan Bapak Ipda Okta Kuncoro dari Satuan Reserse Kriminal Tindak Pidana Khusus Polrestabes Palembang tanggal 15 November 2023.

Sesuai dengan Perma Nomor 2 Tahun 2012 diatur bahwa apabila nilai barang atau uang tersebut bernilai tidak lebih dari Rp 2.500.000,00 (dua juta lima ratus ribu rupiah) Ketua Pengadilan segera menetapkan Hakim Tunggal untuk memeriksa, mengadili dan memutus perkara tersebut dengan Acara Pemeriksaan Cepat yang diatur dalam Pasal 205-210 KUHP. Apabila terhadap terdakwa sebelumnya dikenakan penahanan, Ketua Pengadilan tidak menetapkan penahanan ataupun perpanjangan penahanan.¹³⁹ Jelas aturan ini tidak memberikan efek jera bagi pelaku karena pelaku tindak pidana tidak ditahan.

3. Terdapat *hyper*, tumpang tindih, kontradiktif dan multitafsir pengaturan terhadap transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, baik itu Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 sebagaimana yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi, Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2019 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional, Keputusan Presiden Nomor 90 Tahun 2001 tentang Pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dan serangkaian aturan terkait, sehingga aparat penegak hukum dan instansi/lembaga terkait dalam perlindungan konsumen pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace* bingung terhadap penerapan aturan dimaksud, mengingat kurangnya pemahaman dan sosialisasi terhadap aturan tersebut.

¹³⁹ Pasal 2 ayat (2) dan (3) Peraturan Mahkamah Agung RI Nomor 02 Tahun 2012 tentang Penyesuaian Batasan Tindak Pidana Ringan dan Jumlah Denda dalam KUHP.

4.2. Perlindungan Hukum yang Seimbang pada Konsumen, Pelaku Usaha dan Marketplace pada Transaksi Jual Beli

Pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, baik konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* perlu diberikan perlindungan hukum, ketika konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berada dalam posisi dirugikan dalam transaksi jual beli. Hal ini sesuai dengan Teori Perlindungan Hukum ini sebagai *Middle Range Theorynya*. Menurut Philipus M. Hadjon berpendapat bahwa perlindungan hukum adalah perlindungan akan harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh subyek hukum berdasarkan ketentuan hukum dari kesewenangan. CST Kansil sendiri mendefinisikan Perlindungan Hukum adalah berbagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.

Menurut Philipus M. Hadjon perlindungan hukum adalah sebagai kumpulan peraturan atau kaidah yang akan dapat melindungi suatu hal dari hal lainnya. Satjipto Raharjo mendefinisikan perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum. Sedangkan menurut Muktie, A. Fadjar, mendefinisikan perlindungan hukum lebih kepada penyempitan arti dari perlindungan, dalam hal ini hanya perlindungan oleh hukum saja. Perlindungan yang diberikan oleh hukum, terkait pula dengan

adanya hak dan kewajiban, dalam hal ini yang dimiliki oleh manusia sebagai subyek hukum dalam interaksinya dengan sesama manusia serta lingkungannya. Sebagai subyek hukum manusia memiliki hak dan kewajiban untuk melakukan suatu tindakan hukum.¹⁴⁰

Perlindungan hukum kepada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* pada dasarnya merupakan kumpulan peraturan atau kaidah yang dapat melindungi hak-hak konsumen dan juga sebagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun. Perlindungan hukum kepada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* merupakan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum. Sesuai dengan Pasal 4 UUPK Hak konsumen meliputi, yaitu : hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa; hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan; hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut; hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen; hak untuk

¹⁴⁰ *Glosarium Tesis Hukum, loc. cit.*

diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya. Hal ini sesuai dengan UUPK yang dimaksudkan dengan Perlindungan konsumen adalah “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.”¹⁴¹

Pelaku Usaha pada *platform marketplace* diwajibkan untuk melindungi hak-hak konsumen, mulai dari kegiatan penawaran elektronik, iklan, kontrak elektronik, penukaran dan pembatalan, sampai dalam ranah pengiriman barang dan/atau jasa. Bahkan dalam pengiriman barang dan/atau jasa yang menggunakan jasa kurir, Pelaku Usaha harus memastikan ketepatan waktu pengiriman barang dan/atau jasa kepada konsumen. Pedagang dan PPMSE dalam negeri dan luar negeri juga diwajibkan memberikan jangka waktu paling sedikit 2 (dua) hari kerja untuk penukaran barang dan/atau jasa, atau pembatalan pembelian, terhitung sejak diterima oleh konsumen. Dimana satu sisi ketentuan ini sangat berpihak kepada konsumen, namun dari sisi pedagang dan PPMSE dapat dirugikan.¹⁴²

¹⁴¹ Pasal 1 Butir 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.

¹⁴² R. Yudha Triarianto Wasono, “Analisa Kebijakan Terbaru E-Commerce Berdasarkan PP 80 Tahun 2019,” Diakses pada tanggal 4 Februari 2020 Pukul 21.30 WIB., <https://siplawfirm.com>.

Upaya perlindungan hukum bagi penyedia *platform*, pedagang (*merchant*) dan pengguna *platform* untuk memastikan batasan dan tanggung jawab dalam kegiatan *e-dagang* dituangkan dalam bentuk Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2016 tentang Batasan dan Tanggung Jawab Penyedia *Platform* dan Pedagang (*merchant*) Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*Electronic Commerce*) yang berbentuk *User Generated Content* atau dikenal dengan sebutan *Safe Harbor Policy*. Menteri Komunikasi dan Informatika Rudiantara menjelaskan Indonesia harus memiliki strategi untuk mengembangkan *platform marketplace* dalam konteks digital ekonomi.

Dalam transaksi baik barang atau jasa harus memiliki *concern* untuk memproteksi kepentingan konsumen. Pada *platform marketplace* harus dibuat batasannya berupa pertanggungjawaban terutama untuk transaksi berupa barang dan jasa yang *dideliver* melalui *User Generated Content (UGC)*. Masuknya *Principles for Good Business Practices* di dalam UNGCP 2016 yang berarti bahwa urusan perlindungan konsumen tidak dapat dipisahkan dari perilaku pelaku usaha dalam menjalankan praktek usaha (bisnis)-nya. Dalam konteks transaksi perdagangan yang lebih luas harus ada batasannya. “Jangan sampai nanti semua tanggung jawab jatuh pada *marketplace*. Hal ini kemudian yang mendasari pembuatan regulasi dengan menyediakan koridor terlebih dahulu berupa aturan umum kepada *platform* berbasis *User Generated Content (UGC)*”,.

Surat edaran ini diharapkan kedepannya dapat dikonversi kedalam bentuk Peraturan Menteri sebagai bentuk perlindungan kepada masyarakat serta untuk memberikan batasan tanggung jawab kepada *marketplace* dan penyelenggara *e-dagang* yang *usernya* berdasarkan *User Generated Content (UGC)*. Pemilik *platform*

harus membantu ketika ada masalah dengan menyediakan sarana pelaporan dan melakukan tindakan jika terjadi masalah. "Selain itu dalam melakukan aktivitas di dunia maya harus diutamakan unsur *secure, safe* dan *trusted*,"¹⁴³

¹⁴³ Kominfo, "Menkominfo: Safe Harbor Policy Upaya Proteksi Kepentingan Masyarakat", Diakses pada tanggal 27 Februari 2017 Pukul 20.15 WIB., <https://kominfo.go.id>.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada Bab-Bab sebelumnya, maka penulis dapat menyimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Pengaturan hukum pada *platform marketplace* dalam memberikan perlindungan hukum pada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* sangat banyak yang dikeluarkan oleh berbagai Lembaga/Instansi dan bentuk produk aturan mulai dari Undang-Undang sampai dengan Peraturan/Keputusan Menteri, Peraturan Bank Indonesia /OJK, sehingga terkesan adanya *hyper* pengaturan. *Hyper* pengaturan di sini lebih kepada banyaknya pengaturan namun cenderung adanya tumpang tindih, kontradiktif dan multitafsir dalam mengartikan redaksional suatu pasal pengaturan, yang menimbulkan dampak ketidakefektifan dan ketidak relevan dalam penerapan dan pelaksanaan aturan tersebut, sehingga berpengaruh pada aspek penegakan hukum yang menjadi salah satu penyebab timbulnya ketidak-pastian hukum yang menimbulkan ketidakseimbangan di dalam pemberian perlindungan hukum yang seimbang pada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Terdapat pengaturan yang mengatur mengenai perlindungan konsumen, pengaturan mengenai

penyelenggaraan Sistem Elektronik, pengaturan perlindungan data pribadi, pengaturan mengenai hak cipta, larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, sistem pembayaran dan pajak. Namun UUPK sebagai induk dari aturan perlindungan konsumen sendiri belum sepenuhnya mengatur mengenai perlindungan hukum pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*.

2. - Kendala yang dihadapi dalam penegakan hukum untuk mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang pada transaksi jual beli antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* bersumber baik dari aturan yang belum sepenuhnya memberikan perlindungan hukum terhadap transaksi jual beli melalui *platform marketplace* baik dari sisi pengaturannya maupun penerapannya, dari sisi kelembagaan keberadaan BPSK yang belum terbentuk di setiap provinsi, Selain itu, kompetensi dan pemahaman aparat penegak hukum terhadap aturan perlindungan konsumen perlu lebih ditingkatkan dan lebih disosialisasikan lagi, sehingga penerapan aturan pada penyelesaian sengketa konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* menjadi lebih efektif, kesulitan pembuktian perkara dalam penyelesaian sengketa dan kurangnya peranan dan koordinasi antara Lembaga/Instansi di bidang perlindungan konsumen, faktor masyarakat ditemui adanya ketidaksetaraan informasi antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*, klasula baku pada *platform marketplace* lebih menguntungkan pihak *marketplace* karena terlihat adanya kecenderungan pengalihan tanggung awab baik kepada konsumen maupun kepada pelaku usaha dapat menjadi

- kendala dalam perlindungan hukum di bidang *platform marketplace*, sarana dan prasarana penegakan hukum yang terbatas serta kurangnya sosialisasi terhadap aturan baik pada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* maupun pada Aparat Penegak Hukum dan pada Lembaga/ Instansi di bidang perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*.
- Mitigasi risiko pada transaksi jual beli dalam rangka mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* merupakan upaya pencegahan (mitigasi) untuk meminimalisir potensi terjadinya ketidakseimbangan dalam perlindungan hukum antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan hukum yang seimbang kepada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Upaya mitigasi dapat ditrmpuh melalui Jalur *penal*, seperti pada saat penerapan aturan relevan yang dengan perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* yang sesuai dengan case permasalahannya pada saat terjadi penyelesaian pengaduan atau sengketa konsumen, sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan hak-haknya maupun pengenaan sanksi melalui proses hukum. Dimana Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen sesuai dengan Pasal 60 UUPK berwenang menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang menyebabkan kerugian terhadap konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang

dihasilkan atau diperdagangkan. Sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi. Sedangkan jalur non penal dapat bersumber dari pihak dapat berupa Badan/Lembaga/Institusi Perlindungan Konsumen, seperti BPKN, BPSK, LPKSM dalam bentuk sosialisasi/edukasi, pembuatan aturan. Mitigasi melalui jalur non *penal* dengan melakukan upaya tindakan, seperti tindakan yang berpedoman pada prinsip kehati-hatian dalam bertransaksi, seperti terlebih dahulu melakukan identifikasi risiko yang mungkin muncul, baik risiko finansial berupa kerugian uang, kerugian kebocoran / keamanan data, kemungkinan terjadinya penipuan *online*, barang tidak sesuai dengan deskripsi, barang rusak/cacat dan bahkan barang tidak sampai, menjaga kerahasiaan PIN/OTP, selektif dalam memilih *marketplace* yang *terpercaya*, memastikan bahwa pembayaran yang dilakukan aman dan tidak terjadi penyalahgunaan akun. Pastikan produk yang dibeli telah sesuai dengan deskripsi dan gambar yang ditampilkan. Pastikan bahwa metode pengiriman yang dipilih adalah aman dan andal, dan pastikan bahwa barang yang dikirimkan sudah diperiksa terlebih dahulu sebelum dikirimkan. Pemilihan *marketplace* yang *terpercaya*. Membaca dan memahami syarat dan ketentuan dari pihak *marketplace* sebelum melakukan transaksi, menjaga privasi dan keamanan data pribadi, termasuk memastikan bahwa situs *web* yang digunakan aman dan terverifikasi, dll. Dimana upaya mitigasi ini muncul dari pihak konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* sendiri.

3. Konsep hukum arah rekonstruksi hukum ke depan (*ius constituendum*) untuk memitigasi risiko dalam rangka mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berdasarkan Asas Kepastian Hukum diarahkan kepada perlindungan hukum yang berasaskan kepastian hukum yang dimaksudkan agar baik konsumen, pelaku usaha maupun *marketplace* menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta Negara menjamin adanya kepastian hukum. Dimana perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* dilakukan agar terpenuhinya hak dan kewajiban para pihak dalam penyelenggaraan perdagangan pada *platform marketplace* dan perlindungan terhadap para pihak yang mendapatkan perlakuan syarat-syarat yang tidak adil. Hal ini dilakukan dengan cara : mereformulasi aturan perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* pada transaksi jual beli pada *platform marketplace* terutama pengaturan mengenai batasan mengenai klausula baku untuk diperjelas aturannya jangan sampai masih terdapat klausula baku yang bersifat pengalihan tanggung jawab, pembinaan dan pengawasan penyelenggaraan perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* dengan melakukan sinkronisasi pengaturan. Pemerintah perlu membuat regulasi yang jelas dan tegas terkait dengan perlindungan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*. Peraturan yang tumpang tindih, adanya kontradiktif dan multitafsir perlu dirumuskan kembali terutama terkait peranan BPSK dalam penyelesaian sengketa di luar jalur peradilan.

Dimana di satu sisi putusan BPSK bersifat final, namun di sisi lain dapat diajukan upaya banding ke Pengadilan Negeri. Selain itu, adanya Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa (LAPS) Sektor Jasa Keuangan jika terkait sistem pembayaran pada *platform marketplace* melalui *payment gateway*, apabila terjadi sengketa apakah diselesaikan melalui BPSK atau melalui LAPS Sektor Jasa Keuangan OJK. Regulasi tersebut harus mempertimbangkan kepentingan semua pihak dan memberikan kepastian hukum bagi semua pihak yang terlibat dalam transaksi perdagangan elektronik. Memberdayakan peranan dari Kementerian, Dinas Perdagangan Provinsi dan Kota, Badan Perlindungan Konsumen Nasional, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dan YLKI dalam mewujudkan perlindungan hukum yang seimbang pada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* berdasarkan asas kepastian hukum. Pelaku usaha dan *marketplace* harus menyediakan mekanisme pengaduan dan penyelesaian sengketa yang efektif dan transparan bagi konsumen yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan secara digital melalui penyelesaian sengketa melalui mekanisme *Online Dispute Resolution (ODR)*. Jika terjadi sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau *marketplace*, maka harus ada mekanisme yang dapat menyelesaikan sengketa tersebut dengan cara yang adil dan transparan dengan dilengkapi perangkat penyelesaian secara digital, yaitu : *Website* penyelesaian sengketa yang dilengkapi dengan fitur-fitur yang memuat informasi mengenai Badan/Lembaga Penyelesaian Sengketa Konsumen

beserta tugas, wewenang dan tanggung jawabnya. Fitur yang memuat informasi tentang pengaduan terkait syarat dan ketentuan yang berlaku. Permohonan pengaduan ditandatangani secara digital berupa tanda tangan digital. Fitur untuk dapat mengecek status penyelesaian pengaduan konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*, sehingga konsumen dapat mengetahui sudah sampai dimana tahapan penyelesaian pengaduan. Fitur laporan hasil penyelesaian pengaduan / sengketa dalam bentuk, seperti Surat Keputusan Penyelesaian Pengaduan / Sengketa. Dimana konsumen, pelaku usaha atau *marketplace* diberikan kode akses untuk masuk ke dalam *website* dan dapat mengeprint SK / *output* keputusan hasil penyelesaian pengaduan / sengketa. Serta dibekali dengan SDM yang berkualitas dan berkompeten di Bidang IT. SOP Penyelesaian Pengaduan dan sengketa secara *online* oleh BPSK. SOP Penyelesaian Pengaduan oleh *marketplace* selaku Pihak Ketiga. Penerapan hukum yang konsisten Pemerintah harus menerapkan hukum dengan konsisten dan adil. Jika terjadi pelanggaran hukum, maka pelaku usaha atau *marketplace* harus ditindak secara tegas sesuai dengan hukum yang berlaku. Dalam penerapan ketentuan-ketentuan penyelesaian pengaduan maupun sengketa baik dari konsumen, pelaku usaha maupun *marketplace* aturan yang relevan harus benar-benar diberlakukan secara konsekuen, sehingga pihak yang dikenakan sanksi benar-benar pihak yang bersalah secara hukum. Termasuk juga dalam penerapan pasal-pasal nya. Jangan sampai beban tanggung jawab kesalahan dipikul oleh pihak yang tidak bersalah, seperti beban

tanggung jawab kesalahan seharusnya pada pelaku usaha, tetapi justru *marketplaceny* yang dikenakan sanksi hukuman atau sebaliknya. Pembuktian terhadap kesalahan harus didasarkan pada kesalahan yang dilakukan. Dalam mempertimbangkan hal-hal di atas, rekonstruksi hukum ke depan harus memastikan bahwa asas kepastian hukum terpenuhi. Hal ini akan memberikan kepastian hukum bagi semua pihak dan mendorong terciptanya lingkungan bisnis yang sehat dan beretika.

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas, maka dapat disimpulkan dari hasil penelitian ini, yaitu bahwa terdapat ketidakseimbangan dalam perlindungan hukum pada transaksi jual beli pada *platform marketplace* antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*, sehingga berimplikasi pada tidak adanya kepastian hukum dalam pemenuhan hak dan kewajiban baik konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*.

B. Rekomendasi

Dari penjelasan tersebut di atas diusulkan agar penanganan penyelesaian sengketa antara konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* pada transaksi jual beli dilakukan penyelesaiannya secara *online* yang didukung dengan perangkat sebagai berikut:

1. Pemerintah perlu membuat aturan yang melindungi konsumen, tetapi juga pelaku usaha dan *marketplace* dari penipuan dan praktik bisnis yang tidak etis. Dengan adanya regulasi yang jelas dan pengawasan yang efektif, diharapkan pelaksanaan *platform marketplace*, dapat berjalan dengan baik dan memberikan perlindungan yang memadai bagi konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*. Dengan implementasi

aturan hukum yang efektif dalam perlindungan hukum pada transaksi jual beli melalui *platform marketplace*, diharapkan dapat menciptakan lingkungan yang aman dan terpercaya bagi konsumen, pelaku usaha dan *marketplace* serta mendorong pertumbuhan dan perkembangan sektor *platform marketplace* secara berkelanjutan. Mengingat hal-hal tersebut di atas, di dalam perjanjian transaksi jual beli melalui *platform marketplace* hendaknya secara jelas ditentukan mengenai besarnya *withholding taxes* yang harus dibayar, dalam mata uang apa *withholding taxes* itu harus dibayar, siapa yang harus membayar pajak tersebut dan kepada negara mana pajak tersebut harus dibayarkan. Karena UU Telekomunikasi kita juga belum secara spesifik mengatur hal-hal yang berkaitan dengan telekomunikasi melalui Internet, Indonesia masih memerlukan UU Internet (*Law of Internet*) atau Undang-undang *Siber (cyberlaw)*. UU Internet merupakan undang-undang yang khusus mengatur mengenai dan penerimaan pesan elektronik melalui internet. Apabila Undang-undang Internet tersebut dihubungkan dengan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi akan merupakan *lex generalis*, sedang UU Internet yang masih akan dilahirkan, merupakan *lex specialis* dari Undang-undang Telekomunikasi tersebut.

2. Dalam rangka memitigasi risiko terhadap kendala yang berpotensi menimbulkan risiko baik pada konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*, maka mitigasi yang

dilakukan diarahkan pada segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. diantaranya perlu lebih meningkatkan peran pengawasan terhadap pelaksanaan *platform marketplace*, pemerintah perlu bekerja sama dengan berbagai pihak terkait, termasuk Kementerian Perdagangan, Badan Perlindungan Konsumen, dan lembaga terkait lainnya. Selain itu penerapan aturan perlindungan konsumen, pelaku usaha dan marketplace secara konsekuen, sehingga beban tanggung jawab kesalahan memang benar-benar menjadi tanggung jawab pelaku.

3. Merekomendasikan supaya terpenuhinya hak dan kewajiban konsumen, pelaku usaha dan *marketplace*, dengan melakukan revisi peraturan perundang-undangan terkait perlindungan konsumen, seperti UUPK dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 72 Tahun 2020 tentang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen disesuaikan dengan penyelesaian pengaduan dan sengketa secara *online* serta memperhatikan ketentuan yang diatur dalam UUPK, antara lain hal-hal apa saja yang dilarang untuk dilakukan agar transaksi jual beli *online* tetap aman dan tidak melanggar hukum. Adanya regulasi dengan pendekatan ekosistem lebih diperlukan mengingat kompleksitas pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli melalui *marketplace*. Merekomendasikan penyelesaian pengaduan/sengketa secara *online* dibandingkan secara *offline* pada transaksi perdagangan melalui *platform marketplace* seperti pada Negara Jepang. Penyelesaian sengketa *online* di Jepang juga melibatkan penggunaan teknologi

informasi dan komunikasi (ICT) untuk memfasilitasi proses penyelesaian sengketa. Dengan kemajuan teknologi ini, proses penyelesaian sengketa menjadi lebih cepat dan efisien, memungkinkan para pihak untuk menyelesaikan masalah mereka dengan lebih cepat dan dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan proses hukum tradisional. Selain itu, untuk dibuatkan mekanisme dan penanganan pengaduan konsumen yang terintegrasi baik di dalam negeri maupun *cross-border* melalui mekanisme pendekatan secara digital, sehingga perlu melakukan percepatan pembuatan sistem dan regulasi yang berbasis *Digital Online Dispute Resolution (DODR)*. Kolaborasi antar otoritas dalam membangun dan mengembangkan bersama *platform* ODR konsumen nasional yang terbaik, serta dukungan yang lebih untuk kelancaran dan keberhasilan proyek ODR nasional dengan menjadikannya Proyek Prioritas (semacam PSN untuk infrastruktur) dengan kriteria: batas waktu penyelesaian pengaduan / sengketa menjadi lebih dipersingkat, para pihak yang bersengketa tidak harus dihadirkan secara tatap muka langsung cukup melalui media *online*, seperti : menghemat biaya dan waktu, memaksimalkan penggunaan alat bukti elektronik, pengaturan SOP penyelesaian pengaduan / sengketa menjadi lebih sistematis, transparansi Penggunaan teknologi dalam transaksi perdagangan elektronik membuat informasi lebih mudah diakses oleh konsumen. Namun, konsumen perlu diberikan informasi yang jelas dan transparan terkait dengan produk atau layanan yang ditawarkan. Oleh karena itu, pelaku usaha dan *marketplace* harus menyediakan informasi yang akurat, jelas, dan mudah dipahami bagi konsumen.

Tanggung jawab pelaku usaha dan *marketplace* harus bertanggung jawab atas produk atau layanan yang mereka tawarkan. Jika terjadi masalah, mereka harus menyelesaikan masalah tersebut dengan cara yang adil dan transparan. Negara perlu memiliki sistem tertutup (*Close System*) untuk pengendalian *Big Data*, *Connectivity* dan *Artificial Intelligent* harus dimulai dari adanya kedaulatan negara terhadap demografi dan privasi data warga negara. Data-data strategis seperti NIK, transaksi keuangan dan transaksi lain yang dipandang sebagai kepentingan nasional perlu dijaga kedaulatannya. Lebih meningkatkan sosialisasi atau penyuluhan edukasi terhadap konsumen pada *marketplace e-commerce*. Hal ini mengingat masih saja terdapat masalah dan sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha yang disebabkan karena tidak pekanya konsumen dan minimnya rasa literasi dari konsumen. serta pelaku usaha yang tidak mau memberikan informasi yang akurat juga menjadi salah satu faktornya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abi Pratama, Sapta, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Tidak Sesuai Gambar Pada Transaksi Di Marketplace," *Jurnal Prosiding National Conference on Law Studies (NCOLS) Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta* 2, no. 1 (2020): 182.
- Adi Nugroho, Susanti, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya* (Jakarta: Prenada Media Group, Januari 2011).
- Adi Saputra, Hendra, "Peran Marketplace dalam Memberikan Perlindungan Terhadap Konsumen Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen," *Jurnal Ganec Swara* 17, no. 4 (2023).
- Adreana Lestari, Maudy, dkk, "Optimalisasi Badan Penyelesaian Sengketa Kopnsumen (BPSK) Dalam Upaya Proteksi Hak Konsumen di Ranah Siber (*Optimalization of Consumer Dispute Resolution Agency in Efforts to Protect Consumer Rights in Cyberspace*)," *Jurnal Hukum Lex Generalis* Fakultas Hukum Universitas Padjajaran Bandung, 2, no. 4 (April 2021).
- Afriana, Anita dan Chandrawulan, An An, "Menakar Penyelesaian Gugatan Sederhana Di Indonesia," *Jurnal Bina Mulia Hukum* 4, no. 1 (September 2019).
- A. Garner, Bryan, *Black's Law Dictionary, Eighth Edition* (St. Paul Minnesota: West Group, 2004).
- Agung Cahyawan W., A.A.K., dkk., "Pengembangan Sistem Keamanan Untuk E-Commerce," *Jurnal Merpati Jurusan Teknologi Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Udayana Bukit Jimbaran, Bali, Indonesia* 5, no. 1 (2017).
- Agung Made Ayu Rai Lidya Astari, Anak, "Pengawasan Terhadap Transaksi Bisnis E-Commerce dalam Mewujudkan Perlindungan Konsumen," *Jurnal Konstruksi Hukum* Fakultas Hukum Universitas Warmadewa Denpasar Bali,, 1, no. 1 (September 2020).
- Ahdiat, Adi, "10 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia (Kuartal II 2022)", Diakses pada tanggal 21 November 2022 Pukul 20.15 WIB., <https://databoks.katadata.co.id>.
- Ahlan Sjarif, Fitriani, "Memaknai Harmonisasi Peraturan Indonesia," Diakses pada tanggal 6 Juni 2022 Pukul 17.20 WIB., <https://www.hukumonline.com/>.

- Ahmad Zein, Yahya, *Kontrak Elektronik Penyelesaian Sengketa E-Commerce* (Bandung: CV. Mandar Maju, 2009).
- Ainun Kirana, A. Rahmi, dkk., "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Penjualan Barang Bermerek Palsu Melalui Transaksi Online Ditinjau Berdasarkan Hukum Perdata," *Qawanin Jurnal Ilmu Hukum* 2, no. 1 (Maret - Agustus) 2021).
- A. Karinda, Rhey, dkk., "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Bisnis Pembiayaan Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999," *Jurnal Lex Privatum* VIII, no. 04 (Okt-Des 2020).
- Akbar, Mohammad Adrin dan Alam, Sitti Nur Alam, *E-Commerce: Dasar Teori dalam Bisnis Digital* (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020).
- Akuntansi, Arbi, "Pengaduan Konsumen dan Contoh Surat", Diakses pada tanggal 4 Juli 2013 Pukul 10.05 WIB., <https://www.arbiakuntansi-community.blogspot.com/>.
- Ali, Achmad, *Menguak Takbir Hukum: Suatu Kajian Filosofi dan Sosiologis* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002).
- Ali Hasan, Muhamad, "Penyelesaian Sengketa dalam PMSE", Diakses pada tanggal 1 Agustus 2024 Pukul 08.50 WIB., <https://www.hukumonline.com/>.
- Amstrong, Gary & Kotler, Philip, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan (Jakarta: Penerbit Prenhalindo. 2012).
- Anand, Ghansham, dkk. "The Perspective of Indonesian Law on E-Commerce : Validity, Liability and Dispute Settlement E-Commerce dalam Perspektif Hukum Indonesia : Keabsahan, Tanggung Gugat dan Penyelesaian Sengketa A. Introduction Technological Developments in the Era of Glob." *Padjadjaran Jurnal Ilmu Hukum (Journal of Law)*, 7, no. 1 (2020).
- Andrian, Fiery dan Januarita, Ratna, "Pertanggungjawaban Perusahaan E-Commerce Terhadap Penjualan Produk yang Melanggar Hak Cipta Dihubungkan dengan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta", Diakses pada tanggal 5 Maret 2024 Pukul 09.45 WIB. <https://doi.org/10.29313/bcsls.v3i2.7223>.
- Andjani, Bunga dan Ferry Rosando, Abraham, "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha dalam E-Commerce yang Dirugikan Akibat Dugaan Order Fiktif," *Bureaucracy Journal: Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya* 3, no. 1 (Januari - April 2023).

Annisa, "Pengertian Unifikasi Hukum, Tujuan, dan Unsur Hukumnya," Diakses pada tanggal 26 Agustus 2023 Pukul 08.35 WIB., <https://fahum.umsu.ac.id/>.

-----, "Kaidah Hukum: Pengertian, Isi, Bentuk dan Contohnya," Diakses pada tanggal 27 September 2023 Pukul 08.35 WIB., <https://fahum.umsu.ac.id/>.

-----, "Kaidah Hukum: Pengertian, Isi, Bentuk dan Contohnya," Diakses pada tanggal 27 September 2023 Pukul 08.35 WIB., <https://fahum.umsu.ac.id/>.

Apandy, Puteri Asyifa Octavia, dkk., "Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli," *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 03, no. 01 (Juli 2021).

----- dalam Shidarta, *Moralitas Profesi Hukum Suatu Tawaran Kerangka Berfikir* (Bandung: PT Revika Aditama, 2006).

A. Posner, Richard. *Frontiers of Legal Theory* (Cambridge Massachusetts: Harvard Universirt Press, 2001).

Ardianto, Ary, "Pahami Risiko Keamanan Transaksi Digital dan 8 Tips untuk Mencegahnya," Diakses pada tanggal 27 Juli 2023 Pukul 13.30 WIB., <https://www.helios.id/id/blog-id/detail/pahami-risiko-keamanan-transaksi-digital-dan-8-tips-untuk-mencegahnya/>.

Arief, Barda Nawawi, *Bunga Rampai Kebijakan Hukum Pidana*, Cetakan ke II Edisi Revisi (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2002).

Arief Sidharta, Bernard. *Hukum dan Logika* (Bandung: Alumni, 2002).

-----, *Ilmu Hukum Indonesia : Upaya Pengembangan Ilmu Hukum Sistemik yang Responsif Terhadap Perubahan Masyarakat* (Yogyakarta: Genta Publishing, 2013).

Ari Seno, Rio, "Poin-Poin Penting Permendag Nomor 31 Tahun 2023", Diakses pada tanggal 29 September 2023 Pukul 15.05 WIB., <https://www.grafis.tempo.com/>.

-----, "Poin-Poin Penting Permendag Nomor 31 Tahun 2023", 29 September 2023, <https://www.grafis.tempo.com/>.

- Arrista, Trimaya, "Optimalisasi Pemberdayaan Konsumen Melalui Pembaharuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen", *Jurnal Rechtsvinding Online (Media Pembinaan Hukum Nasional)*, ISSN : 2089 – 9009 (2016).
- Artha Uly, Yohana, dan Sukmana, Yoga, "Ini Masalah yang Paling Banyak Diadukan Konsumen ke Kemendag," Diakses pada tanggal 14 Januari 2021 Pukul 17.15 WIB., <https://money.kompas.com>.
- Asikin, Zainal. *Pengantar Tata Hukum Indonesia* (Jakarta: Rajawali Press, 2012).
- Asyifa Octavia Apandy, Puteri, dkk., "Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli," *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 03, no. 01 (Juli 2021).
- AtmaGo, "One Time Password (OTP): Lapisan Keamanan yang Harus Dirahasiakan" Diakses pada tanggal 11 September 2022 Pukul 11.20 WIB., <https://www.atmago.com/inspirasi/tips-trik/one-time-password-otp/>.
- Atmasasmita, Romli, "Beberapa Kelemahan UU Nomor 27/2022 tentang Perlindungan Data Pribadi", Diakses pada tanggal 27 Oktober 2022 Pukul 13.45 WIB., <https://nasional.sindonews.com/>.
- Audrine, Pingkan, "Transformasi Digital dan Urgensi Revisi UU Perlindungan Konsumen," Diakses pada tanggal 13 Februari 2022 Pukul 13.35 WIB., <https://cips-indonesia-org/post/opini>.
- Aulia, "Marketplace vs. E-Commerce : Mana yang Lebih Menguntungkan ?" Diakses pada tanggal 30 Juli 2024 Pukul 17.10 WIB., <https://geti.id/>.
- Aveldoorn, L.J. Van. *Moralitas Profesi Hukum Suatu Tawaran Kerangka Berfikir* (Bandung: PT Revika Aditama, 2006).
- Ayu Eka Pradnyaswari, Ida dan Westra, I Ketut, "Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Menggunakan Jasa E-Commerce", *Jurnal Kertha Semaya* 8, no. 5 (2020).
- Ayu Sugesti, Chory, Ardhya, Si Ngurah, dan Jodi Setianto, Muhamad, "Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Online Shop yang Mengalami Kerugian yang disebabkan oleh Konsumen di Kota Singaraja," *Jurnal Komunitas Yustisia Program Studi Ilmu Hukum Universitas Pendidikan Ganesha* 3, no. 3 (2020).
- Badruzaman, Mariam Darus, *Pembentukan Hukum Nasional dan Permasalahannya*, (Bandung: Alumni, 1981).
- , dalam Sidharta, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Grasindo, 2000).

- Bagus Try Permana, I Komang dan Ari Atu Dewi, A.A. Istri “Tugas-Tugas Badan Perlindungan Konsumen Nasional,” *Jurnal Studi Komunikasi dan Media Fakultas Hukum Universitas Padjajaran*, 24, no. 2 (Desember 2020).
- Besar Bahasa Indonesia, Kamus, Diakses pada tanggal 25 Maret 2014 Pukul 21.40 WIB., <https://www.kamusbahasaindonesia.org>.
- Bappenas, “E-Commerce Pintu Masuk Percepatan Pengembangan Wirausaha di Indonesia,” Diakses pada tanggal 13 Agustus 2018 Pukul 13.45 WIB., <https://www.bappenas.go.id/id/berita/e-commerce-pintu-masuk-percepatan-pengembangan-wirausaha-di-indonesia>.
- Barkatullah, Abdul Halim (2006), "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen E-Commerce Lintas Negara di Indonesia" (*Disertasi Program Doktorat Ilmu Hukum Univeristas Islam Indonesia*) hlm. 1. Retrieved from <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/9394>.
- Bajaj, Kamlesh K., and Nag, Debjani, *E-Commerce: The Cutting Edge of Business* (New Delhi: Tata McGraw Hill Publishing Company Limited, 2000).
- Benazir Dewinagara, Trisya, “Kepastian Hukum Penyelesaian Sengketa Melalui Online Dispute Resolution (ODR) dalam Transaksi Electronic Commerce (E-Commerce) Berdasarkan Hukum Nasional Indonesia,” *Jurnal Lex Suprema Fakultas Hukum Universitas Balikpapan* 2, no. 1 (2020).
- Bening, Sayap, “Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen,” Diakses pada tanggal 24 April 2021 Pukul 09.11 WIB., <https://www.bantuanhukum-sbm.com/>.
- Bernada, Tetanoe, “Upaya Perlindungan Hukum pada Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce untuk Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Digital di Indonesia,” *Jurnal Hukum dan Peradilan* 6, no. 1 (Maret 2017).
- Bintang, Arya. “Analisa Putusan Pengadilan Kasus Wanprestasi dalam Transaksi E-Commerce Berdasar Perjanjian Transaksi Elektronik (Studi Kasus : PT Ecart WebPortal Indonesia (Lazada Indonesia).” Fakultas Hukum Universitas UPN Veteran, 2022. <https://www.researchgate.net/publication>.
- Bintang Lestari, Ni Nengah, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Pembelian Barang yang tidak sesuai di E-Commerce,” *Jurnal Kertha Wicara* 12, no. 04 (2023).
- Bisri, Ilhami, *Sistem Hukum Indonesia: Prinsip-Prinsip dan Implementasi Hukum di Indonesia*, Cetakan Ke-2 (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014).
- Bogor, Badan Penanggulangan Bencana Pemerintah Kabupaten. “Mitigasi Adalah Upaya Mengurangi Risiko, Berikut Langkah-Langkah dan Contohnya,” 2022. <https://bpbd.bogorkab.go.id/mitigasi-adalah-upaya-mengurangi-risiko-berikut->

- Brantas, *Dasar-dasar Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2009).
- Bruggink, J.J.H., *Rechts Reflectief (Refleksi Tentang Hukum: Pengertian-Pengertian Dasar dalam Teori Hukum)*, Terjemahan Arief Sidharta. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti Bandung, 2011.
- Budiono, Herlien, *Asas Keseimbangan bagi Hukum Perjanjian Indonesia*, Cetakan ke-1 (Bandung: Penerbit Citra Aditya Bakti, 2006: 305).
- Christha Auli, Renata, "Hukum Perlindungan Konsumen : Cakupan, Tujuan dan Dasarnya," Diakses pada tanggal 26 Juli 2022 Pukul 21.30 WIB., <https://www.hukumonline.com/>.
- Claudia. Cindy dan Haryanto, "Pertanggungjawaban Marketplace Tokopedia Atas Penjualan Barang Hasil Pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual," Diakses pada tanggal 12 Juli 2022 Pukul 14.15 WIB., <https://etd.repository.ugm.ac.id>.
- C. Laudon, Kenneth, dan P. Laudon, Jane. *Sistem Informasi Manajemen Mengelola Perusahaan Digital*, Edisi 8. Yogyakarta : Andi Offset, 2005.
- Colin, Peter, *Business English Dictionary*. London: Linguaphone, 2006.
- Criteo. "Kelebihan dan Kekurangan Facebook Marketplace." *Jasa Kelola Marker Enabler*, 2022. <https://idkuu.com/kelebihan-dan-kekurangan-facebook->
- Darus Badruzaman, Mariam, *Pembentukan Hukum Nasional dan Permasalahannya*, (Bandung: Alumni, 1981).
- , *Aneka Hukum Bisnis* (Bandung, Alumni, 1994).
- Databoks, "25 Marketplace Online Terbesar di Indonesia (Update 2024)" Diakses pada tanggal 5 Januari 2024 Pukul 20.35 WIB., <https://sasanadigital.com/pilih-marketplace>.
- Dewinagara, Trisya Benazir. "Kepastian Hukum Penyelesaian Sengketa Melalui Online Dispute Resolution (ODR) dalam Transaksi Electronic Commerce (E-Commerce) Berdasarkan Hukum Nasional Indonesia." *Jurnal Lex Suprema Fakultas Hukum Universitas Balikpapan* 2, no. 1 (2020).
- Detikinet, "8 Risiko E-Commerce dan Tips Membangun Trust," Diakses pada tanggal 4 September 2012 Pukul 09.20 WIB., [https:// inet.detik.com/cyberlife](https://inet.detik.com/cyberlife).
- Diana, Anastasia, *Mengenal E-Business* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2001).
- Dianda, A. and Pandin, M. G. R., "E-Commerce in Strengthening The Economy During The Covid19 Pandemic: A Historical Review," *Jurnal Ekonomi Bisnis Jagaditha* 8, no. 2 (2021): 179–186, doi: 10.22225/jj.8.2.2021.179.186.

- Dictionary, “Mitigation Definition & Meaning,” Diakses pada tanggal 13 Januari 2024 Pukul 20.45 WIB., <https://www.merriam-webster.com/ictionary/mitigation>.
- Dictionary, Cambridge, Diakses pada tanggal 12 Januari 2024 Pukul 21.30 WIB., <https://dictionary.cambridge.org/us/example/english/risk-mitigation>.
- Digital, Impulse (Sapx (Express Courier))*, “Yuk, Intip Kelebihan dan Kekurangan Belanja Online Berikut Ini!” Diakses pada tanggal 30 Juli 2024 Pukul 08.38 WIB., <https://www.sapx.id/blog/>.
- Digital, Sasana (*Empowering Digital Transformation*), “10 Poin Kelebihan dan Kekurangan Marketplace, Apa Saja ?” Diakses pada tanggal 30 Maret 2024 Pukul 14.19 WIB., <https://sasanadigital.com/>.
- Doly, Denico. “Upaya Penguatan Perlindungan Konsumen di Indonesia Terkait Dengan Klausula Baku.” *Jurnal Negara Hukum: Membangun Hukum untuk Keadilan dan Kesejahteraan* 3, no. 1 (2016): 41–58. <https://jurnal.dpr.go.id/index.php/hukum/article/view/223/164%0> A<https://jurnal.dpr.go.id/index.php/hukum/article/view/223>.
- Efendi, Jonaedi, dan Ibrahim, Johnny. *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Cetakan Pertama (Jakarta: Kencana, 2018).
- Eka Trisna Dewi, Putu, “Pengawasan dan Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Bisnis E-Commerce,” *Fakultas Hukum Universitas Ngurah Rai Bali*, (2024).
- Ekonomi, Belajar. “Pengertian Apa Itu Customer to Customer (C2C),” \ Diakses pada tanggal 19 Maret 2023 Pukul 16.31 WIB., <https://belajarekonomi.com/customer-to-customer-c2c/>.
- , Dosen, “Marketplace Adalah,” Diakses pada tanggal 20 November 2023 Pukul 12.05 WIB., <https://sarjanaekonomi.co.id/marketplace/>
- Enna Krisnayanti, Ni Putu dan Putrawan, Suatra, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce,” *Jurnal Kertha Wicara* 11, no. 1 (2021).
- (Ensiklopedia Bebas), Wikipedia, “Perlindungan Konsumen”, Diakses pada tanggal 13 Maret 2023 Pukul 11.45 WIB., <https://www.id.wikipedia.org/>.
- , “Kontrak Elektronik,” Diakses pada tanggal 12 Juni 2023 Pukul 10.15 WIB., <https://www.id.wikipedia.org/>
- , Wikipedia, “Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen ,” Diakses pada tanggal 22 Oktober 2023 Pukul 14.20 WIB., [https://id.wikipedia.org/.](https://id.wikipedia.org/)

- F. Hidayati, Khairina, "E-Commerce: Definisi, Jenis, Contoh, Kelebihan dan Kekurangannya," Diakses pada tanggal 27 April 2024 Pukul 17.06 WIB., <https://glints.com/id/>.
- Fahmi, Irham, *Manajemen Keuangan Perusahaan dan Pasar Modal* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2014).
- Faspay, "Ketahui Standar Keamanan Transaksi Online dan Manfaatnya," Diakses pada tanggal 6 Juli 2022 Pukul 15.45 WIB., <https://faspay.co.id/>.
- Fatimah Timorria, Lim, "Pelapak E-Commerce Bakal Diatur Ketat, Ini Alasan Pemerintah," Diakses pada tanggal 17 Mei 2021 Pukul 08.15 WIB., <https://bisnis.com>.
- , "Pengaduan Konsumen ke BPKN Naik pada 2021, Jasa Keuangan Mendominasi", Diakses pada tanggal 20 Desember 2021 Pukul 16.30 WIB., <https://ekonomi.bisnis.com/>.
- Fitriani Putri, Adelia dkk., "Fungsi Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Handphone Secara *Online* di Kota Palu (*Function of Consumer Dispute Resolution Body in Online Mobile Phone Purchase Transactions in Palu City*)," *Jurnal Kolaboratif Sains* Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Palu 04, no. 06 (Juni 2021).
- Fitriah, "Tanggung Jawab Produk Dalam Transaksi E-Commerce", *Jurnal Universitas Palembang* 19, no. 1 (Januari 2021).
- Fricillia Putri Lumentut, Deisy, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce," *Jurnal Lex Privatum* IX, no. 3 (April 2021).
- Friedman, W., *Legal Theory* (London: Steven & Sons Ltd., 1951).
- Fuady, Munir, *Hukum Bisnis dalam Teori dan Praktik*, Buku Kedua (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1994).
- Fuady, Munir. *Alternatif Penyelesaian Sengketa Bisnis*, Cetakan Pertama (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2000).
- , *Hukum Kontrak. Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis* (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 1999).
- , *Hukum Bisnis dalam Teori dan Praktik*, Buku Kedua (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1994).
- Gabriela Miracle Tumbel, Trivena, V.T. Senewe, Emma, dan O. Setiabudhi, Donna, "Perlindungan Konsumen Jual Beli Online Dalam Era Digital 4.0," *Jurnal Et Societatis* VIII, no. 3 (Juli - September 2020).

- Galuh Gerllian Wirasuta, Ratu (2018), "Transaksi Elektronik dalam Sistem E-Commerce Sebagai Upaya Pengembangan Perekonomian Indonesia" (*Disertasi Program Doktor Ilmu Hukum Univeristas Pasundan Bandung*).
- Gde Nanda Radithya Kresnantara Sanjaya dkk, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Tiruan pada Transaksi E-Commerce (Studi Kasus Pada Toko Stridewear.ID Bali)." *Jurnal Interpretasi Hukum* / 3, no. 2 (2022). <https://doi.org/10.22225/juinhum.3.2.5076.332-338>.
- Gijsesels, Jan, *Wat Is Rechtstheori* (Antwerpen: Kluwer, 1982), Terjemahan Bernard Arief Sidharta, *Apakah Teori Hukum Itu ?* (Bandung: Laboratorium Hukum Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan, 2001).
- Glosarium Tesis Hukum*, Pengertian Perlindungan Hukum Menurut Para Ahli, Diakses pada tanggal 13 April 2014 Pukul 20.15 WIB., <https://tesishukum.com/pengertian-perlindungan-hukum-menurut-para-ahli/>.
- Godara, D., "E-Commerce Trends Post Covid-19," *Jurnal Goswami Ganesh Dutta Sanatan Dharam College (GGDSD)* 8, no. 1 (May 2022).
- G. Owen, David, *The Evolution of Product Liability Law, Review of Litigation Symposium*, (Texas American: University of Texas School of Law Publications Inc, 2007).
- Hadyan, Rezha, "Catat ! Pentingnya Perlindungan Konsumen & Data Pribadi dalam Ekonomi Digital," Diakses pada tanggal 5 September 2021 Pukul 08.10 WIB., <https://ekonomi.bisnis.com>.
- , "Perlindungan Konsumen Platform E-commerce Belum Memadai, Kenapa?," Diakses pada tanggal 12 Januari 2021 Pukul 17.50 WIB., <https://www.lifestyle.bisnis.com/>.
- , "Catat ! Pentingnya Perlindungan Konsumen & Data Pribadi dalam Ekonomi Digital," Diakses pada tanggal 5 September 2021 Pukul 10.40 WIB., <https://ekonomi.bisnis.com>.
- Halim Barkatullah, Abdul *Framework Sistem Perlindungan Hukum bagi Konsumen di Indonesia* (Bandung: Nusa Media, 2016).
- Hadyan, Reza, "Catat ! Pentingnya Perlindungan Konsumen & Data Pribadi dalam Ekonomi Digital," Diakses pada tanggal 5 September 2021 Pukul 08.10 WIB., <https://ekonomi.bisnis.com>.
- Hanafiah, Idham dan Januri, "Implementasi Perlindungan Hukum Terhadap Seller pada *Marketplace*," *Jurnal Pro Justitia (JPJ)* 5, no. 1 (Februari 2024).
- Harruma, Issha, "Hak-hak Konsumen Menurut UU Perlindungan Konsumen," Diakses pada tanggal 29 April 2022 Pukul 16.20 WIB., <https://nasional.kompas.com/read/2022>.

Hardiansyah, Zulfikar, "Pengertian E-Commerce Beserta Jenis, Contoh dan Manfaatnya" Diakses pada tanggal 26 September 2022 Pukul 16.35 WIB., <https://Kompas.com/Tekno/e-Business>.

Haris Hamid, Abdul, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* (Makassar: CV. Sah Media, 2017).

Harmayani, dkk., *E-Commerce : Suatu Pengantar Bisnis Digital* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020).

Hartati, Euis Rita. "Keamanan dan Kenyamanan Transaksi E-Commerce Harus Jadi Perhatian Khusus," Diakses pada tanggal 6 Juni 2022 Pukul 11.37 WIB., <https://investor.id/business/keamanan-dan-kenyamanan-transaksi-ecommerce-harus-jadi-perhatian-khusus>.

Hartono Putri, Yessica, "Perlindungan Hukum dalam Transaksi Melalui E-Commerce di Indonesia," *Jurnal Kertha Negara Fakultas Hukum Universitas Udayana* 10, no. 5 (2022).

Hasan, K.N. Sofyan, "Cita Hukum (Rechtsidee) dan Cita Negara (Staatsidee) sebagai Landasan Hukum Indonesia," *Jurnal Hukum Program Studi Ilmu Hukum Pasca Sarjana, Fakultas Hukum, Universitas Sriwijaya, Palembang*, III, no. 2 (2010).

Herdiana, Yudi. "Manajemen Risiko Keamanan E-Commerce." *Tematik - Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Bale Bandung* 5, no. 1 (2018). <https://doi.org/https://doi.org/10.38204/tematik.v5i1.145>.

Heriani, Fitri Novia, "BPKN : Pengaduan Konsumen 2022 Didominasi Jasa Keuangan, E-Commerce dan Perumahan", Diakses pada tanggal 4 Januari 2023 Pukul 14.25 WIB., <https://hukumonline.com>.

Justika, Redaksi, Blog Justika, "Apa Itu Klausula Baku yang Ada dalam Kontrak Perjanjian?," Diakses pada tanggal 6 Juni 2022 Pukul 13.25 WIB., <https://blog.justika.com/dokumen-bisnis/apa-itu-klausula-baku/>.

Hidayat, Rofiq - Direktorat Jenderal Peraturan Perundang-undangan (Ditjen PP), "Tiga Kelemahan UU Perlindungan Konsumen ," Diakses pada tanggal 15 Maret 2023 Pukul 09.35 WIB., <https://www.hukumonline.com/>.

Hoেকে, Mark van. *Methodologies of Legal Research* (Oregon: Hart Publishing, Oxford and Portland, 2011).

- Hostnic, “*Kekurangan dan Kelebihan Marketplace: Menyelami Dunia E-Commerce*” Diakses pada tanggal 30 Juli 2024 Pukul 17.38 WIB., <https://hostnic.id/>.
- Hukum, Glosarium Tesis. “Pengertian Perlindungan Hukum Menurut Para Ahli,” 2014. <https://www.soemali.dosen.narotama.ac.id>.
- Idris, Muhammad, “Apa Itu Marketplace dan Bedanya dengan Toko Online Maupun E-Commerce,” Diakses pada tanggal 29 Juli 2023 Pukul 08.35 WIB., <https://money.kompas.com/>
- I Gutu Ngurah Indra Saputra, dkk., “Pengembangan Sistem Keamanan Untuk E-Commerce.” *Jurnal Merpati Jurusan Teknologi Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Udayana Bukit Jimbaran, Bali, Indonesia* 5, no. 1 (2017).
- Imamatun Nisa, Azizah, “Studi Hukum Perlindungan Konsumen,” Diakses pada tanggal 3 April 2023 Pukul 20.27 WIB.,, <https://www.academia.edu/>.
- Indonesia, Indonesia, “Mengenal Mitigasi Risiko: Pengertian, Tujuan, Jenis, Contoh, dan Perencanaannya,” Diakses pada tanggal 18 April 2023 Pukul 11.15 WIB., <https://grc-indonesia.com/mengenal-mitigasi-risiko-pengertian-tujuan-jenis-contoh-dan-perencanaannya/>.
- Irwansyah. *Penelitian Hukum Pilihan Metode & Praktik Penulisan Artikel*. Edited by Ahsan Yunus, Cetakan 4. Yogyakarta: Mirra Buana Media, 2021.
- Ista Sitepu, Rida dan Hana Muhamad, Hana, “Efektifitas Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Sebagai Lembaga Penyelesaian Sengketa Konsumen di Indonesia,” *Jurnal Rechten : Riset Hukum dan Hak Asasi Manusia* 3, no. 2 (2021).
- Ivosights, “Pentingnya Mitigasi Risiko Digital : Manfaat dan Tantangannya,” Diakses pada tanggal 6 Desember 2023 Pukul 10.35 WIB., <https://ivosights.com/read/artikel/>.
- Jam’an Kurnia, Abi, “Dasar Hukum Perubahan Istilah HAKI Menjadi HKI, Kemudian KI”, Diakses pada tanggal 25 November 2024 Pukul 15.20 WIB., <https://www.hukumonline.com/>.
- Januar Rizki, Mochammad, “Pentingnya Pelaku Usaha Pahami Hukum Perlindungan Konsumen E-Commerce,” Diakses pada tanggal 15 Juli 2020 Pukul 12.31 WIB., <https://hukumonline.com/berita>.
- Jauhari, N.M., Kasim, R. and Wirasaputri, N.M. “ Legal Protection Of Consumers Due To Default In Online Buying And Selling Transactions,” *Estudiante Law Journal* 2 (2020).
- Jayanti, Rovita, “UU ITE : Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce,” Diakses pada tanggal 10 Juni 2022 Pukul 20.35 WIB., <https://www.kompasiana.com>.

- Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga, Direktur, “Tentang Kami,” Diakses pada tanggal 22 Oktober 2024 Pukul 10.22 WIB., <https://ditjenpktn.kemendag.go.id/>.
- Jogloabang, “UU 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan,” Diakses pada tanggal 10 Mei 2019 Pukul 21.09 WIB. , <https://www.jogloabang.com/>.
- , “PP 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik”, Diakses pada tanggal 22 Oktober 2019 Pukul 20.18 WIB., <https://www.jogloabang.com/>.
- , “PP 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik,” Diakses pada tanggal 12 Mei 2019 Pukul 16.45 WIB., <https://www.jogloabang.com>.
- Jonaedi Effendi, M.H., dan Ibrahim, Johnny. *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Cetakan Pertama (Jakarta: Kencana, 2018).
- Johnson, Alvin. S. *Sosiologi Hukum* (Jakarta: Rineka Cipta, 2004).
- Junia Erliyandi, Mega, Alam, M. Zairul dan Pawestri, Diah, “Analisis Pengaturan Safe Harbor Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Terkait Tanggung Jawab *Marketplace* Sebagai Penyelenggara Sistem Elektronik Atas Pelanggaran Hak Cpta,” Diakses pada tanggal 6 Oktober 2024 Pukul 11.42 WIB., <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/186760/>
- Jurnal, Mekari (Desra), “*Jenis-Jenis E-Commerce*,” Diakses pada tanggal 28 Juli 2024 Pukul 20.51 WIB., <https://www.jurnal.id/>.
- Justika, Redaksi, Blog Justika, “Apa Itu Klausula Baku yang Ada dalam Kontrak Perjanjian?,” Diakses pada tanggal 6 Juni 2022 Pukul 13.25 WIB., <https://blog.justika.com/dokumen-bisnis/apa-itu-klausula-baku/>.
- Kansil, C.S.T., *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, Jakarta : Balai Pustaka, 1989.
- Kalakota, R. dan Whinston, A.B. *Electronic commerce : a manager’s guide*, (Mass : Harlow, England, Addison-Wesley, 1997).
- Karinda, Rhey A. dkk., “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Bisnis Pembiayaan Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999,” *Jurnal Lex Privatum* VIII, no. 04 (Okt-Des 2020).
- Karunia Mulia Putri, Vanya (Tim Redaksi), “10 Definisi Norma Menurut Para Ahli,” Diakses pada tanggal 11 November 2022 Pukul 16.39 WIB., <https://www.Kompas.com/>.
- Kaurvakii, Redva, “Catat, Ini Modus Penipuan Belanja Online Terhadap Penjual dan Pembeli,” Diakses pada tanggal 7 Mei 2023 Pukul 09.10 WIB., <https://pandagila.com>.

- K. Bajaj, Kamlesh, and Debjani Nag., *E-Commerce: The Cutting Edge of Business* (New Delhi: Tata McGraw Hill Publishing Company Limited, 2000).
- Keuangan, Tips, “Kelebihan dan Kekurangan Belanja Online,” Diakses pada tanggal 28 Juli 2024 Pukul 15.48 WIB., <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/>.
- Khresna Bharadwaj H, Sree, “A Comparative Analysis of Online Dispute Resolution Platforms,” *American Journal of Operations Management and Information Systems Volume 2*, Nomor 3 (2017).
- Kominfo, “Menkominfo : Safe Harbor Policy Upaya Proteksi Kepentingan Masyarakat,” Diakses pada tanggal 27 Februari 2017 Pukul 20.15 WIB., <https://kominfo.go.id>.
- Kominfo, “Inilah Aturan Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik,” Diakses pada tanggal 4 Desember 2019 Pukul 15.11 WIB. , <https://www.kominfo.go.id/>.
- Kompasiana, “Kelemahan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi”, Diakses pada tanggal 27 Oktober 2022 Pukul 16.38 WIB., <https://www.kompasiana.com/>.
- Konsumen, Media, “Pembobolan Shopee Spinjam dan M-Banking BCA dengan Modus Pinjaman Cashback Shopee,” Diakses pada tanggal 5 Agustus 2021 Pukul 17.50 WIB., <https://www.mediakonsumen.com>.
- Kredit, Simulasi, “Kenali Modus Penipuan Menggunakan E-Banking,” Diakses pada tanggal 2 Februari 2023 Pukul 16.40 WIB., <https://www.simulasi.kredit.com>.
- Krisnayanti Ni Putu, Enna dan Suatra, Putrawan, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce,” *Jurnal Kertha Wicara* 11, no. 1 (2021).
- Kristin Prasetyoningrum, Ari. *Risiko Bank Syariah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015).
- Kompasiana, “Kelemahan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi”, Diakses pada tanggal 27 Oktober 2022 Pukul 17.25 WIB., <https://www.kompasiana.com/>.
- Kurniasih, Wida, “12 Tujuan Hukum Menurut Para Ahli,” Diakses pada tanggal 18 Agustus Agustus 2024 Pukul 10.95 WIB., <https://www.gramedia.com/>.
- Kurniawan, Oktiadi dkk., “Penyelesaian Sengketa Wanprestasi Dalam Perjanjian Jual Beli Online (E-Commerce) yang Mengarah pada Penipuan,” *Jurnal Syntax Transformation*, 1, no. 7 (September 2020).
- Kusumaatmaja, Mochtar, *Asas dan Perlindungan Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika, 2009).

- Kuspraningrum, Emilda, "Keabsahan Kontrak Elektronik Dalam UU ITE Ditinjau Dari Pasal 1320 KUHPerdara dan UNCITRAL Model Law On Electronic Commerce (The Legality of Electronic Contract in the Enactment of Information and Electronical Transaction Derived from Article 1320 Civil Code and UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce)," *Jurnal Risalah HUKUM Fakultas Hukum Unmul* 7, no. 2 (Desember 2011).
- Laela Fakhriah, Efa and Afriana, Anita, "Undertanding the Plurality of Consumer Dispute Resolution in Indonesia: A Comparative Study with Singapore," *Jurnal Yuridika* 1, no. 34 (2019).
- Lamintang dan Lamintang, Theo, *Hukum Penitensier Indonesia*, Edisi Kedua (Jakarta: Sinar Grafika, 2012).
- Libera, "Terjadi Sengketa dalam Bisnis e-Commerce ?," Diakses pada tanggal 5 Juni 2021 Pukul 11.30 WIB., <https://libera.id/blogs/penyelesaian-sengketa-ecommerce/>.
- , "Hukum Perlindungan Elektronik dan Transaksi Elektronik," Diakses pada tanggal 5 Juni 2021 Pukul 11.45 WIB., <https://www.libera.id>.
- , "Terjadi Sengketa dalam Bisnis e-Commerce ?," Diakses pada tanggal 5 Juni 2021 Pukul 11.50 WIB., <https://libera.id/blogs/penyelesaian-sengketa-ecommerce/>.
- , "Aspek Hukum e-Commerce & Jual Beli Online yang Harus Anda Ketahui," Diakses pada tanggal 5 Juni 2021 Pukul 12.05 <https://www.libera.id.com>.
- Libria Fista, Yanci, dkk., "Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen,," *Jurnal Binamulia Hukum* 12, no. 1 (Juli 2023).
- Liputan6.com, "E-Commerce Adalah Perdagangan Elektronik, Pengertian Menurut Ahli dan Contohnya di Indonesia ,," Diakses pada tanggal 31 Januari 2021 Pukul 13.15 WIB., <https://www.liputan6.com/>.
- , "Cara E-Commerce Lindungi Hak Kekayaan Intelektual ", Diakses pada tanggal 23 November 2021 Pukul 11.25 WIB., <https://www.liputan6.com/>.
- , "E-commerce Adalah Perdagangan Elektronik, Pengertian Menurut Ahli dan Contohnya di Indonesia,," Diakses pada tanggal 31 Januari 2022 Pukul 11.30 WIB., <https://www.liputan6.com>.
- , "Marak Penipuan, Simak 4 Tips Agar Tidak Tertipu Belanja di E-Commerce Selama Idul Fitri,," Diakses pada tanggal 21 April 2023 Pukul 09.10 WIB., <https://www.liputan6.com>.

- , "Cara E-Commerce Lindungi Hak Kekayaan Intelektual," Diakses pada tanggal 23 Nopember 2021 Pukul 13.15 WIB., <https://www.libera.id>.
- Lisnawati, Tuti, dkk., "Manajemen Risiko dalam Bisnis E-Commerce," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 2 (2023).
- Logistics, Union, "Kelebihan dan Kekurangan e-Commerce Yang Perlu Diketahui," Diakses pada tanggal 30 Juli 2024 Pukul 06.13 WIB., <https://www.unionlogistics.co.id>.
- Lubis, M. Solly, *Ilmu Perundang-undangan* (Bandung: CV. Mandar Maju, 2009).
- Made Bama Anandika, Berata, Bagus dan Widiatedja, I.G.N. Parikesit, "Perlindungan Hukum Terhadap Usaha Terkait Wanprestasi yang Dilakukan Konsumen dengan Cara Hit and Run," 2022, Diakses pada tanggal 5 Juni 2022 Pukul 17.10 WIB. <https://ojs.unud.ac.id>.
- Mahendra Ardiansyah, Wildan, "Peran Teknologi dalam Transformasi Ekonomi dan Bisnis di Era Digital Universitas Singaperbangsa Karawang," *Jurnal Kajian dan Penelitian Umum* 1, no. 3 (Juni 2023), e-ISSN: 2985-8666; p-ISSN: 2985-9573.
- Mahfud MD, Moh, *Membangun Politik Hukum, Menegakkan Konstitusi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012) .
- Maman Suherman, Ade, *Aspek-Aspek Hukum Dalam Ekonomi Global* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001).
- Marketbiz Research, Associate, EPayment Jual Beli (Indonesia: Internet Marketing Center), Diakses pada tanggal 4 Mei 2022 Pukul 16.40 WIB., <https://www.marketbiz.net>. Ci. Id.
- Marpaung, Ricky, "Perlindungan E-Commerce dalam Digitalisasi Produk melalui HAKI", Diakses pada tanggal 1 Juli 2022 Pukul 13.25 WIB., <https://id.linkedin.com/>.
- Marp, Yapiter. *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Atas Keabsahan Kontrak Elektronik dalam Transaksi E-Commerce* (Tasikmalaya: PT Zona Media Mandiri, 2010).
- Marzuki, Peter Mahmud. *Pengantar Ilmu Hukum* (Jakarta: Prenada Media Group, 2008).
- Mathradas, Amit (Forbes Councils Member), "The Prevalence of The Online Marketplace Model And Its Impact on E-Commerce," Accessed on February 22, 2021 at 09.07 WIB., <https://forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil>.

- Mashdurohatun, Anis, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teori dan Praktek)* (Semarang, Unissula Press, 2019).
- Matnuh, "Rectifying Consumer Protection Law and Establishing of a Consumer Court in Indonesia."
- Mattalatta, Andi, "Politik Hukum Perundang-undangan", *Jurnal Legislasi Indonesia* 6, no. 4 (Desember 2009).
- Maulidina Afwija, Zahwa, "Penyelesaian Sengketa atas Kerugian Konsumen Sebagai Bentuk Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Cross Border E-Commerce," *Brawijaya Law Student Journal*, (Juni 2021).
- Mauwissen, D.H.M. *Pengembangan Hukum, Ilmu Hukum, Teori Hukum dan Filsafat Hukum, Diterjemahkan Oleh Bernard Arief Sidharta* (Bandung: Refika Aditama, 2007).
- Mediana, "Permendag No. 31/2023 Tetapkan 6 Model Bisnis Perdagangan *Daring*", Diakses pada tanggal 22 Oktober 2024 Pukul 09.20 WIB., <https://www.kompas.id/>.
- Mertokusumo, Sudikno, *Mengenal Hukum* (Yogyakarta: Liberty, 1999).
- Milenizha Irianti, Natasya, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Informasi Palsu dalam Jual Beli Melalui E-Commerce," *Jurnal Kertha Semaya* 10, no. 1 (2021).
- Miracle Tumbel, Gabriela, Trivena, Senewe, V. T., Emma dan Donna O. dan Setiabudhi, Donna, "Perlindungan Konsumen Jual Beli Online Dalam Era Digital 4.01," *Jurnal Lex Et Societatis* VIII, no. 3 (Juli - September 2020).
- Miru, Ahmadi, dan Sakka Pati. *Memahami Syarat Keabsahan Perjanjian*. Cetakan Pertama (Makassar: UPT Unhas Press, 2022).
- , dan Yodo, Sutarman, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2007).
- M. Hadjon, Philipus. *Pengkajian Ilmu Hukum, Pelatihan Metode Penelitian Hukum Normatif* (Surabaya: Pusat Penelitian Pengembangan Hukum, Lembaga Penelitian Universitas Airlangga, 1997).
- , dan Tatiek S. Djatmiati, Tatiek. *Argumentasi Hukum* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2008).
- Morawetz, Thomas dalam Andre Atan Ujan, *Filsafat Hukum (Membangun Hukum, Membela Keadilan)* (Yogyakarta: Pustaka Filsafat, 2009).
- Mukhtar, Jamaluddin, dkk., "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Online," *Jurnal Serambi Hukum* 08, no. 02 (2015).

Muhammad, Abdulkadir. *Etika Profesi Hukum* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2006).

657

-----, *Hukum Perikatan* (Bandung, PT Citra Aditya Bakti, 2006).

Muladi, “Menggali Kembali Pancasila sebagai Dasar Pengembangan Ilmu Hukum,” *Jurnal Hukum Progresif Program Doktor Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Diponegoro, Semarang*, 1, no. 1 (2005).

Mulyasetya Putra, Joddy, “Data Pribadi Konsumen E-Commerce Bocor dan Dijual Pihak Lain, Bagaimana Hukumnya?” Diakses pada tanggal 17 Agustus 2021 Pukul 09.15 WIB., [https:// www.kompas.com/](https://www.kompas.com/)

Musri Syam, Ali, “Regulasi Hukum dalam E-Commerce : Hukum Perniagaan Internasional,” Diakses pada tanggal 7 Juli 2021 Pukul 10.15 WIB., <https://kompasiana.com>.

MTarget, “Pengertian, Contoh Email Phishing, dan Cara Menghindarinya” Diakses pada tanggal 22 Februari 2023 Pukul 17.21 WIB., [https:// www.https://www.mtarget.co/blog/contoh-email-phishing/](https://www.https://www.mtarget.co/blog/contoh-email-phishing/).

M. Watun, Fence, *Pengantar Ilmu Hukum*, Gorontalo : Reviva Cendekia, 2015.

Myrobin.id, “Mitigasi Risiko: Tujuan, Jenis, dan Perencanaannya,” Diakses pada tanggal 6 Juni 2022 Pukul 20.35 WIB., <https://myrobin.id/untuk-bisnis/mitigasi-risiko/>.

Nadira, Atia, “4 Risiko Memiliki Bisnis Online dan Solusi Mengatasinya,” Diakses pada tanggal 3 Mei 2021 Pukul 09.20 WIB., <https://www.oyindonesia.com/blog/risiko-memiliki-bisnis-online-dan-solusi-mengatasinya>.

Nasional, Departemen Pendidikan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2005)

Nasution, Az., *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar* (Jakarta: Diadit Media, 2001).

Nawawi Arief, Barda. *Kebijakan Hukum Pidana* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2002).

Nataadmadja, Suria & Associates (Advocates & Legal Consultants , “Kewajiban dan Tanggung Jawab Penyedia Platform Terhadap Penyalahgunaan Konten,” Diakses pada tanggal 17 Februari 2022 Pukul 11.15 WIB., <https://suralaw.com>.

Nata Giantama, Andreyan dan Munawar Kholil, Munawar, “Pertanggungjawaban Hukum Penyedia Platform Terhadap Barang Yang Melanggar Merek Dalam Marketplace,” *Jurnal Privat Law* VIII, no. 1 (Januari-Juni 2020).

Nieuwenhuis, J.H. Terjemahan Djasadin Saragih, *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*

- Njatrijani, dkk., “Urgensi Perlindungan Hukum Konsumen dan Penyelesaian Sengketa E-Commerce di Era Masyarakat Ekonomi ASEAN (The Urgency of Consumer Law Protection and the E-Commerce Dispute Resolution in the Era of ASEAN Economic Community).” *Jurnal Rechtsvinding Media Pembinaan Hukum Nasional* 7, no. 1 (2018).
- NKD, Feradhita, “Kelebihan dan Kekurangan Sistem E-Payment di E-Commerce”, Diakses pada tanggal 14 Mei 2024 Pukul 10.30 WIB., <https://www.logique.co.id/>.
- Noor Hashela, Rizka, “Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Dalam Kegiatan Jual Beli Secara Online,” Diakses pada tanggal 18 Agustus 2024 Pukul 11.33 WIB., <https://jdih.tanahlautkab.go.id/>.
- Novia Heriani, Fitri, “BPKN : Pengaduan Konsumen 2022 Didominasi Jasa Keuangan, E-Commerce dan Perumahan”, Diakses pada tanggal 4 Januari 2023 Pukul 20.10 WIB., <https://hukumonline.com>.
- Novianty, Dythia, “Survei: Penipuan Belanja E-Commerce Paling Marak di Indonesia” Diakses pada tanggal 19 November 2021 Pukul 14.30 WIB., <https://www.suara.com/>.
- N. Safithri, Marsha, “Perlindungan Konsumen: Undang-Undang, Lembaga, dan Hukumnya” 23 Februari 2022, <https://www.majoo.id.go.id/>.
- Nufransa Wira, Sakti, “Perpajakan dalam E-Commerce, Belajar dari Jepang.,” *Jurnal Berita Pajak*, no. 1443/Tahun XXXIII (15 Mei 2001).
- Nuraini, “*Marketplace : Definisi, Kelebihan, Kekurangan dan Contohnya*”, Diakses pada tanggal 2 November 2022 Pukul 19.35 WIB., <https://entrepreneur.bisnis.com/>.
- Nurdiansyah, Fery, “Pentingnya Perlindungan Konsumen Di Bidang E-Commerce Terhadap Transaksi Internasional”, Diakses pada tanggal 27 Januari 2023 Pukul 14.20 WIB., <https://kompasiana.com>.
- N. Safithri, Marsha, “Perlindungan Konsumen : Undang-Undang, Lembaga, dan Hukumnya”, Diakses pada tanggal 23 Februari 2022 Pukul 09.15 WIB., <https://www.majoo.id.go.id/>.
- Nurfitrianti, Fifi, “Apa Itu Phishing, Smishing, dan Vhishing?” Diakses pada tanggal 19 Agustus 2020 Pukul 10.15 WIB., <https://www.jenius.com/highlight/detail/apa-itu-phishing-smishing-dan-vhishing>
- Online, Hukum, “Menyoal Tanggung Jawab Hukum Marketplace Saat Belanja Online Jadi Pilihan,” 23 Mei 2020), <https://www.hukumonline.com>.
- , “Melihat Risiko Pelanggaran Persaingan Usaha di Sektor E-Commerce,” 6 Juli 2020), <https://www.hukumonline.com>.

- Overheid.nl, "Burgerlijk Wetboek Boek 6," Diakses pada tanggal 3 Agustus 2024 Pukul 21.27 WIB., <https://wetten.overheid.nl/>.
- Oplida, "Pengertian E-Marketplace," Diakses pada tanggal 18 April 2014 Pukul 14.25 WIB., <https://tokokhalista.wordpress.com>.
- Panangian Sianturi, Lottung, "Kontrak Perdagangan Melalui Internet (Elektronik Commerce) Ditinjau Dari Hukum Perjanjian," *Jurnal Lex Privatum* III, no. 2 (April-Juni 2015).
- Patrik, Purwahid, *Dasar-Dasar Hukum Perikatan (Perikatan yang Lahir dari Perjanjian dan Dari Undang-Undang)* (Bandung: Mandar Maju, 1994).
- Pearson, McLeod, *Sistem Informasi Manajemen* (Jakarta: Salemba, 2008).
- Penanggulangan Bencana Pemerintah Kabupaten Bogor, Badan, "Mitigasi Adalah Upaya Mengurangi Risiko, Berikut Langkah-Langkah dan Contohnya," 2022. <https://bpbd.bogorkab.go.id/mitigasi-adalah-upaya-mengurangi-risiko-berikut-langkah-langkah-dan-contohnya>.
- Pendidikan Nasional, Departemen, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2005).
- , *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi IV (Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2008).
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 3 Tahun 2023 Tentang Perlindungan Konsumen Bank Indonesia," Mei 2018, <https://www.bi.go.id/>
- Peraturan OJK Nomor 4 Tahun 2023 Tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan
- Perdagangan RI, Kementerian, "Kemendag Layani Lebih dari 7 Ribu Konsumen Sepanjang 2022", 11 Januari 2023, <https://Kemendag.go.id>.
- Perdagangan RI, Kementerian, "Kemendag Terima 7.707 Laporan Pengaduan dari Konsumen Sepanjang 2023, Ini Rinciannya", Diakses pada tanggal 6 Januari 2024 Pukul 19.40 WIB., <https://Kemendag.go.id>.
- Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, Dinas, "Kemendag Layani Lebih Dari 7.000 Laporan Konsumen Sepanjang 2022, Sistem Perdagangan Elektronik Mendominasi", Diakses pada tanggal 30 Januari 2023 Pukul 21.10 WIB., <https://perindag.babelprov.go.id/>.

- Perjuangan, LBH, “Penegakan Hukum yang Menjamin Keadilan, Kepastian Hukum dan Kemanfaatan (Studi Kasus: Kasus Mbah Minah)”, Diakses pada tanggal 7 Juni 2010 Pukul 13.30 WIB., <http://lbhperjuangan.blogspot.com/>.
- Badan Perlindungan Nasional Konsumen Republik Indonesia (BPKN), "Grafik Pengaduan 2017 - 2024)", Diakses pada tanggal 19 Juni 2024 Pukul 20.45 WIB., https://bpkn.go.id/statistik_pengaduan.
- Pinasang, Dani, “Falsafah Pancasila sebagai Norma Dasar (grundnorm) dalam Rangka Pengembangan Sistem Hukum Nasional,” *Jurnal Unsrat, Fakultas Hukum, Universitas Ratulangi, Makassar*, XX, no. 3 (2012).
- Pinter Pandai, “Perlindungan Konsumen, BPKN RI, Hak dan Kewajiban Konsumen, Contoh Kasus, Hak dan Kewajiban Pengusaha/Pelaku Usaha”, Diakses pada tanggal 10 Februari 2020 Pukul 13.20 WIB., <https://www.pinterpandai.com/>.
- Posner, Richard A. *Frontiers of Legal Theory* (Cambridge Massachusetts: Harvard University Press, 2001).
- Pramono, Indyo, “Revolusi Dunia Bisnis Indonesia Melalui E-Commerce dan E-Business: Bagaimana Solusi Hukumnya?,” *Jurnal Hukum UII* 16, no. 8 (2001).
- Prasetyoningrum, Ari Kristin. *Risiko Bank Syariah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015).
- Pratama Huzaini, M. Dani, “Beberapa Ketentuan Baru dalam Revisi UU Perlindungan Konsumen,” Diakses pada tanggal 25 Agustus 2017 Pukul 21.35 WIB., <https://www.hukumonline.com/>.
- Pratama, Saptu Abi. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Barang Tidak Sesuai Gambar pada Transaksi di Marketplace.” *Jurnal Prosiding National Conference on Law Studies (NCOLS) Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta* 2, no. 1 (2020).
- Pratomo, M. Nurhadi, “Pengawasan Produk di E-Commerce Butuh Regulasi Baru,” Diakses pada tanggal 12 Desember 2017 Pukul 20.19 WIB., <https://www.ekonomi.bisnis.com/>.
- P. Rothschild, Donald, dan W. Carrol, David, *Consumer Protection: Reporting Service*, Vol. 1 (Maryland: National Publishing Corporation, 1986).
- P. Siagian, Sondang, *Fungsi-Fungsi Manajerial*, Jakarta: Bumi Aksara, 2005).
- Purbo, Onno W., and Aang Arif Wahyudi. *Mengenal E-Commerce*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001.

Purwadi Setiodjati, Josef dan Hermoyo, Bambang, “Peranan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen Role of Consumer Dispute Settlement Board (BPSK) of Consumer Dispute Settlement,” *Jurnal Eksplorasi* Fakultas Hukum Universitas Slamet Riyadi Surakarta,, XVIII, no. 1 (Agustus 2015).

Puspita Sari, Ikka, “Keabsahan Perjanjian Kontrak Elektronik dalam Transaksi E-Commerce Ditinjau dari Hukum Perdata,” *Jurnal Al-Wasath* 3, no. 2 (2022).

Putri Bestari, Novina (CNBC Indonesia), “Cara Cek dan Melindungi Data Pribadi Bocor di Internet,” Diakses pada tanggal 2 Februari 2023 Pukul 20.25 WIB.,, <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230202074601-37-410248/cara-cek-dan-melindungi-data-pribadi-bocor-di-internet>.

Putu Budiarta, I Nyoman & Puspasutari Ujianti Gde, Ni Made, Radithya Kresnantara Sanjaya, Nanda, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Tiruan Pada Transaksi E-Commerce (Studi Kasus Pada Toko Stridewear.ID Bali),” *Jurnal Interpretasi Hukum* 3, no. 2 (2022), <https://doi.org/10.22225/juinhum.3.2.5076.332-338>.

Rafika Dwinanda Kirana, Raden, “Penyelesaian Sengketa Dalam E-Commerce Melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (Berkaca Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen),” *Journal Of Social Science Research (Innovative) Universitas Indonesia* 3, no. 2 (2023).

Rahardho, Satjipto, *Hukum dan Perubahan Sosial* (Bandung, Alumni, 1979).

-----, *Hukum dalam Perspektif Sosial* (Bandung: Alumni, 1981).

-----, *Ilmu Hukum* (Bandung: PT. Citra Aditya Bhakti, 2014).

Rahayu, Puja dan Rangkuti, Sahnun, “Analisis Manajemen Risiko Penggunaan Aplikasi E-Commerce dalam Transaksi Penjualan CV. Roti Aroma Bakery dan Cake Shop Medab,” *Jurnal Bisnis Net (Jurnal Ekonomi dan Bisnis) Universitas Dharmawangsa* 5, no. 1 (Januari - Juni 2022).

Ramli, Ahmad M. *Cyber Law dan HAKI Dalam Sistem Hukum Di Indonesia*. (Bandung: Refika Aditama, 2004).

Ranica Putri, Aprilisda dkk., “Peran E-commerce Sebagai Media Komunikasi Bisnis Dalam Peningkatan Penjualan UMKM Salaut Di Universitas Teknologi Digital,” *Jurnal Kajian dan Penelitian Umum* 1, no. 3 (Juni 2023), e-ISSN: 2985-8666; p-ISSN: 2985-9573.

Rebi, Maulana, “Pihak-pihak dalam TRansaksi E-Commerce,” Diakses pada

- R. Reitz, Curtis R., *Consumer Product Warranties Under Federal and State Laws*, (Pennsylvania American: University of Pennsylvania Law School, 1987).
- Remy Sjahdeini, Sutan, *Kebebasan Berkontrak dan Perlindungan yang Seimbang Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Kredit Bank Di Indonesia*, Institut Bank Indonesia, (Jakarta, Institut Bank Indonesia, 1993)
- , *Sejarah, Asas dan Teori Hukum Kepailitan : Memahami Undang-Undang Nomor 37 Tahun 2004 tentang Kepailitan dan Penundaan Kewajiban Pembayaran* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018).
- Restiawan, Komang dan Purwanto, I Wayan Novy “Perlindungan Bagi Pengguna E-Commerce Dalam Perluasan Ekonomi Global,” *Jurnal Kertha Semaya Fakultas Hukum Universitas Udayana* 10, no. 2 (2022).
- Rhiti, Hyronimus, *Filsafat Hukum Edisi Lengkap (Dari Klasik ke Postmodernisme*, Cetakan Kelima (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya, 2015).
- Riadi, Muchlisin, “Kepuasan Konsumen (Pengertian, Aspek, Strategi dan Indikator),” Diakses pada tanggal 7 Januari 2021 Pukul 20.10 WIB., <https://kajianpustaka.com>.
- Riadi, Muchlisin, “E-Commerce - Pengertian, Karakteristik, Jenis, Manfaat dan Permasalahan,” Diakses pada tanggal 15 Januari 2022 Pukul 08.05 WIB., <https://Beranda/Informatika/Pemasaran>.
- , “E-Commerce - Pengertian, Karakteristik, Jenis, Manfaat dan Permasalahan,” Diakses pada tanggal 8 Januari 2022 Pukul 11.20 WIB., <https://Beranda/Informatika/Pemasaran>.
- Ridho, Ali (Kementerian Keuangan Republik Indonesia), “Kewenangan BPSK Memeriksa Keberatan Lelang Eksekusi Pasal 6 Undang-Undang Hak Tanggungan,” Diakses pada tanggal 22 Januari 2018 Pukul 16.40 WIB., <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/>.
- Ridini, “Penggunaan Media Elektronik sebagai Sarana Komunikasi Pada Era Pandemi Covid- 19,” *Jurnal Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 11, no. 2 (2022), e-ISSN. 2442-6962.
- Ridwan, H.R., *Hukum Administrasi Negara*, (Jakarta): Rajawali Pers, 2016.
- Rifan Adi Nugraha, dkk., “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online.” *Jurnal Serambi Hukum* 08, no. 02 (2015).

Rijadi, Prasetijo, *Pembangunan Hukum Penataan Ruang dalam Konsep Kota Berkelanjutan (Studi Hukum Penataan di Kota Surabaya)*, Disertasi, Program Doktor Ilmu Hukum Universitas Diponegoro, Semarang, 2004.

Rimanda, Rahmi, "Keberadaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Sebagai Lembaga Quasi Yudisial Di Indonesia," *Jurnal Bina Mulia Hukum Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran* 4, no. 1 (September 2019).

Riswandi, Dedi, "Transaksi On-Line (E-Commerce): Peluang dan Tantangan dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Econetica Universitas Nahdlatul Ulama Nusa Tenggara Barat* 1, no. 1, p-ISSN : 2685-1016 (Mei 2019).

R. Kalakota, and A.B. Whinston, *Electronic commerce : a manager's guide* (England: Addison-Wesley: Reading, Mass; Harlow, 1997).

Rijadi, Prasetijo (2004), "Pembangunan Hukum Penataan Ruang dalam Konsep Kota Berkelanjutan (Studi Hukum Penataan di Kota Surabaya)" (*Disertasi, Program Doktor Ilmu Hukum Universitas Diponegoro Semarang*).

Rita Hartati, Euis, "Keamanan Dan Kenyamanan Transaksi E-Commerce Harus Jadi Perhatian Khusus," Diakses pada tanggal 6 Mei 2022 Pukul 09.31 WIB., <https://investor.id/business/keamanan-dan-kenyamanan-transaksi-ecommerce-harus-jadi-perhatian-khusus>.

Rizkinaswara, Leski, "Perubahan Kedua atas UU ITE Wujudkan Kepastian Hukum Ruang Digital," 13 Juli 2024 Pukul 16.03 WIB., <https://aptika.kominfo.go.id>.

Rizqy Fadillah, Muhammad, "Urgensi Perlindungan Hukum Perdagangan Elektronik Dalam Perspektif Persaingan Usaha di Indonesia," *Jurnal TIN: Terapan Informatika Nusantara* 4, no. 6 (November 2023).

Roihanah, Liza, (2008), "Wanprestasi dan Penyelesaian Sengketa Transaksi Perdagangan Melalui Internet Business To Consumer (B2C)" (Tesis Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia).

Romindo, dkk., *E-Commerce : Implementasi, Strategi dan Inovasinya* (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2019).

Rongiyati, Sulasi, "Pelindungan Konsumen dalam Transaksi Dagang Melalui Sistem Elektronik Consumer Protection in E-Commerce," *Jurnal Negara Hukum* 10, no. 1 (Juni 2019).

Rutten, Asser, Dalam Purwahid Patrik, *Azas Itikad Baik dan Kepatutan dalam Perjanjian* (Semarang: Penerbit FH UNDIP, 1982).

Salamiah dan Ningrum Ambarsari, "Urgensi Kontrak Perdagangan E-Commerce dalam Hukum Perjanjian," *Jurnal Al-Adl Universitas Islam Kalimantan*

Saekan, Mukhammad, *Metode Penelitian Kualitatif* (Kudus: Nora Media Enterprise, 2010).

664

Salim, HS., *Pengantar Hukum Perdata Tertulis* (Jakarta: Sinar Grafika, 2003).

Safiranita Ramli., Tasya, dkk., "Aspek Hukum Platform E-Commerce Dalam Era Transformasi Digital," *Jurnal Studi Komunikasi dan Media Fakultas Hukum Universitas Padjajaran* 24, no. 02 (2020).

Sandi, Ferry. CNBC Indonesia. "Perlindungan Konsumen Makin Banyak, E-Commerce Biang Keroknya," 10 Januari 2022. <https://cnbcindonesia.com/news>.

Santoso, M. Agus, *Hukum, Moral & Keadilan Sebuah Kajian Filsafat Hukum*, Ctk. Kedua (Jakarta: Kencana, 2014).

Sara, I Made, dan Jaya Utama. I Wayan. *Aspek Hukum Ekonomi dan Bisnis* (Sidoarjo: Indomesia Pustaka, 2020).

Satrio, J., *Hukum Perikatan* (Perikatan Pada Umumnya), (Bandung: Alumni, 1999).

Satria Utama, Gagah, "Online Dispute Resolution: A Revolution In Modern Law Practice," *Business Law Review Journal* 1, no. 3 (2017).

Sayuna, Inche (2016), "Harmonisasi dan Sinkronisasi Hukum Surat Kuasa Membebaskan Hak Tanggungan (SKMHT) Ditinjau Dari Otentisitas Akta Menurut Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2014 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2004 tentang Jabatan Notaris" (*Tesis, Program Studi Magister Kenotariatan Universitas Sebelas Maret Surakarta*).

Sedarmayanti dan Hidayat, Syarifudin Hidayat, *Metode Penelitian* (Bandung: CV. Mandar Maju, 2002).

[Seller.blibli.com/intellectual-property-protection](https://seller.blibli.com/intellectual-property-protection).

Sejarah dan Sosial, "Tujuan Hukum Menurut Purnadi Purbacaraka dan Sorjono Soekanto," Diakses pada tanggal 26 Februari 2024 Pukul 22.46 WIB., <https://kumparan.com/>.

Setiantoro, Arfian; dkk., "Urgensi Perlindungan Hukum Konsumen dan Penyelesaian Sengketa E-Commerce di Era Masyarakat Ekonomi ASEAN (The Urgency of Consumer Law Protection and The E-Commerce Dispute Resolution in the Era of ASEAN Economic Community)," *Jurnal Rechtsvinding Media Pembinaan Hukum Nasional* 7, no. 1 (2018).

Setiawan, R., *Pokok-Pokok Hukum Perikatan* (Bandung: Binacipta, 1977).

Setyo Hartono, Djoko, “Harmonisasi Tantangan Hukum Indonesia Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN,” Diakses pada tanggal 12 Desember 2017 Pukul 19.10 WIB., <https://media.neliti.com/>.

665

Shelly, Cashman dan Vermaat, *Discovery Computers: Menjelajah Dunia Komputer Fundamental, Edisi 3* (Jakarta: . Salemba Infotek, 2007)

Shemi, Helmi. “Perlindungan Konsumen di E-Commerce Lemah, Pemerintah ke Mana Aja ?,” 23 Juli 2020, <https://www.idntimes.com>.

Sidharta, Bernard Arief. *Hukum dan Logika* (Bandung: Alumni, 2002).

Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* (Jakarta: Grasindo, 2000).

-----, *Teori Hukum Berstatus Ganda dalam Buku Pengembangan Hukum Teoritis, Refleksi atas Konstelasi Disiplin Hukum*. Bandung: Logos Publishing, 2015.

-----, *Ilmu Hukum Indonesia : Upaya Pengembangan Ilmu Hukum Sistematis yang Responsif Terhadap Perubahan Masyarakat* (Yogyakarta: Genta Publishing, 2013).

-----, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen: Seberapa Greget ?, Diakses pada tanggal 2 Agustus 2019 Pukul 14:37 WIB., [https://business-law, binus.ac.id](https://business-law.binus.ac.id).

Shop, Noulevard, “Sejarah Lahirnya Hukum Perlindungan Konsumen,” Diakses pada tanggal 1 Agustus 2023 Pukul 09.30 WIB., <https://www.academia.edu/>.

Siahaan, N.H.T., *Hukum Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Cetakan ke-1 (Bogor: Grafika Mardi Yuana, 2005).

Sidabolok, Janus. *Hukum Perlindungan Konsumen* (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2014).

Simanjuntak, Y.I.V. “Tanggung Jawab Para Pihak atas Wan Prestasi yang Terjadi dalam Jual Beli Secara Online (Studi di PT. Raksasa Indonesia Daan Mogot.Com),” 2020.

Sintha Devi, Ria dan Simarsoit, Feryanti, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen E-Commerce Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”, *Jurnal Rectum : Tinjauan Yuridis Penanganan Tindak Pidana 2*, no. 2 (Juli 2020).

Sirclo, “Kenali Jenis-Jenis Marketplace untuk Meningkatkan Penjualan di 2020,” Diakses pada tanggal 2 Juni 2020 Pukul 16.35 WIB., <https://www.Sirclo.com/>.

Sisinfo - Direktorat Jenderal Peraturan Perundang-undangan (Ditjen PP), “Keputusan Presiden Nomor 90 Tahun 2001 Tentang Pembentukan Badan Penyelesaian

Sengketa Konsumen pada Pemerintah Kota Medan, Kota Palembang, Kota Jakarta Pusat, Kota Jakarta Barat, Kota Bandung, Kota Semarang, Kota Yogyakarta, Kota Surabaya, Kota Malang dan Kota Makassar,” Diakses pada tanggal 4 Mei 2023 Pukul 11.25 WIB., <https://www.peraturan.go.id/>.

666

-----, “ Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 72 Tahun 2020 Tentang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen,” Diakses pada tanggal 15 Februari 2023 Pukul 14.30 WIB., <https://www.peraturan.go.id/>.

Sitepu, Rida Ista, dan Hana Muhamad. “Efektifitas Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Sebagai Lembaga Penyelesaian Sengketa Konsumen di Indonesia.” *Jurnal Rechten : Riset Hukum dan Hak Asasi Manusia* 3, no. 2 (2021).

Sitomorang, Mosgan, “Menakar Efektivitas Penyelesaian Sengketa Konsumen Bernilai Kecil pada E-Commerce,” *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 22, no. 4 (Desember 2022).

----- (Badan Riset dan Inovasi Nasional), “Mencari Lembaga Penyelesaian yang Ideal dalam Sengketa E-Commerce Bernilai Kecil (Looking For The Ideal Settlement Body For Small Claim E-Commerce Disputes),” <https://Journal.balitbangham.go.id>.

Sjahdeini, Sultan Remy, *Sejarah, Asas dan Teori Hukum Kepailitan: Memahami Undang-Undang Nomor 37 Tahun 2004 Tentang Kepailitan dan Penundaan Kewajiban Pembayaran* (Jakarta, Kencana, 2016).

Sjahputra, Iman. *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik* (Bandung: Alumni, 2010).

Smartlegal.id, “5 Hal Yang Harus Diperhatikan Oleh E-commerce Terkait Data Pribadi Konsumen,” 13 Februari 2021, <https://www.smartlegal.id/galeri-hukum/perlindungan-konsumen/2021/02/13/5-hal-yang-harus-diperhatikan-oleh-e-commerce-terkait-data-pribadi-konsumen/>.

Smith, M. dan Graves, C., “Corporate Turnaround and Financial distress,” *Managerial Auditing Journal*, no. 20 (2005).

Soemantri, Sri, *Hukum Tata Negara Indonesia, Pemikiran dan Pandangan* (Bandung: PT Remaja Rosdakaya, 2014).

Solikhin, Riyadus, “Urgensi Kontrak Perdagangan E-Commerce dalam Hukum Perjanjian,” *Jurnal Padjajaran Law Review* 11, no. 1 (2023).

Soeroso. *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta: PT. Sinar Grafika, 2011.

Sri Wulandari, Yudha, “Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce,” *Jurnal Ilmu Hukum Ajudikasi Fakultas Hukum Universitas Kutai Kertanegara Tenggarong Balikpapan* 2, no. 2 (Desember 2018).

Syahrida, Putri, “Hukum Perlindungan Konsumen ,” Diakses pada tanggal 1 Agustus 2023 Pukul 09.45 WIB., <https://www.academia.edu/>.

Syafe'i, Rahmat, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Pustaka Setia, 2004).

Syaifuddin, Muhammad, *Hukum Kontrak Memahami Kontrak Dalam Perspektif Filsafat, Teori Dogmatik, dan Praktik Hukum (seri Pengayaan Hukum Perikatan* (Bandung: CV. Mandar Maju, November 2012).

667

Syarifuddin, Moch., "Asas-Asas Hukum Perdata", Diakses pada tanggal 6 Mei 2023, Pukul 08.45 WIB., <https://academia.edu/>

Syawali, Husni dan Sri Imaniyati, Neni, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Bandung: Mandar Maju, 2000).

Stefani, "Kepastian Hukum Penyelesaian Sengketa E-Commerce di Indonesia Secara Online," *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi Universitas Jember* 2, no. 7 (Juli 2021).

Subekti, R. *Hukum Perjanjian* (Jakarta: PT. Intermasa, 1990).

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* (Bandung: Afabeta, 2021).

Suharnoko. *Hukum Perjanjian Teori dan Analisa KFFasus* (Jakarta: Prenada Media, 2004).

Suhartono (2011), "Harmonisasi Peraturan Perundang-Undangan Dalam Pelaksanaan Anggaran Belanja Negara (Solusi Penyerapan Anggaran Belanja Negara Yang Efisien, Efektif dan Akuntabel) (Tesis, Universitas Indonesia Jakarta).

Suherman, Ade Manan, *Aspek-Aspek Hukum Dalam Ekonomi Global* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001).

Sukarmi, Yudhi Tri Permono, and Jurnal Unisula. "Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Secara Online." *Jurnal Hukum Unissula* 35, no. 1 (2019).

Sukesti, Nurlaeli dan Nasution, Ariani, "Kelemahan Informasi Syarat Kontrak Dalam Perdagangan Secara Elektronik Berakibat Keadilan Belum Berpihak pada Konsumen," *Jurnal Negara Hukum* 2, no. 1 (April 2020).

Sulasi, Rongiyati, "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Dagang Melalui Sistem Elektronik (Consumer Protection in E-Commerce)," *Jurnal Negara Hukum* 10, no. 1 (Juni 2019).

Sultra, BPK, "Harmonisasi dan Sinkronisasi Peraturan Perundang-Undangan," Diakses pada tanggal 12 April 2018 Pukul 14.30 WIB., <https://sultra.bpk.go.id/>.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* (Bandung: Afabeta, 2021).

Sunoto, *Mengenal Filsafat Pancasila: Pendekatan Melalui Sejarah dan Pelaksanannya* (Yogyakarta: PT. Hanindita Graha Widia, 2001).

Suryaden, "PP 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan," Diakses pada tanggal 14 April 2021 Pukul 20.30 WIB.,

<https://www.jogloabang.com/>.

-----, "PP 44 tahun 2021 tentang Pelaksanaan Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat", Diakses pada tanggal 17 Maret 2021 Pukul 11.30 WIB., <https://www.jogloabang.com/>.

668

Suryaden, "PP 44 tahun 2021 tentang Pelaksanaan Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat", 17 Maret 2021, <https://www.jogloabang.com/>.

Swift, "Wajib Tahu Kelebihan dan Kekurangan Marketplace, Sudah Tahu ?" Diakses pada tanggal 29 Maret 2024 Pukul 13.39 WIB., <https://swifithub.sirclo.com/>.

Syafe'i, Rahmat, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Pustaka Setia, 2004).

Strauss, Judy dan Raymond Frost, Raymond. *E-Marketing 2nd Edition* . Upper Saddle River New Jersey Amerika Serikat: Prentice Hall, 2001.

Syafe'i, Rahmat, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Pustaka Setia, 2004).

Syawali, Husni, dan Neni Sri Imaniyati. *Hukum Perlindungan Konsumen* (Bandung: Mandar Maju, 2000).

Taher Parasong, Ali, "Internalisasi Pancasila dalam Pembentukan Peraturan Perundang-undangan di Indonesia", Diakses pada tanggal 28 Juni 2020 Pukul 11.30 WIB., <https://fhumj.org>.

Tampubulon, Robert. *Risk Management: Qualitative Approach Applied to Comercial Banks* (Jakarta: Alex Media Komputindo, 2004).

Tesis Hukum, Glosarium, "Pengertian Perlindungan Hukum Menurut Para Ahli," 2014.

Thoyib Hadi Wijaya, Ony, "E-Commerce: Perkembangan, Tren, dan Peraturan Perundang-Undangn," *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 16, no. 1 (Juli 2023), p-ISSN : 1979-0155 (print) e-ISSN : 2614-8870 (online). doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i1.

Tina Masriani, Yulies. *Pengantar Hukum Indonesia* (Jakarta: Sinar Grafika, 2004).

Tjoanda, Merry, "Wujud Ganti Rugi Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata," *Jurnal Sasi* 16, no. 4 (Oktober-Nopember 2010).

Topan, Rendra, "Mengenal Perdagangan Melalui Sistem Elektronik," Diakses pada tanggal 5 Mei 2022 Pukul 17.15 WIB., <https://www.rendratopan.com>.

-----, "Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat", Diakses pada tanggal 19 September 2019 Pukul 15.25 WIB., <https://rendratopan.com/>.

Treitel, H., *The Law Of Contract 9 Edition*. London, Sweet & Maxwell Ltd., 1995.

Triarianto Wasono, R. Yudha, “Analisa Kebijakan Terbaru E-Commerce Berdasarkan PP 80 Tahun 2019,” Diakses pada tanggal 4 Februari 2020 Pukul 21.30 WIB., <https://siplawfirm.com>.

669

Trimaya, Arrista, “Optimalisasi Pemberdayaan Konsumen Melalui Pembaharuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”, *Jurnal Rechtsvinding Online (Media Pembinaan Hukum Nasional)*, ISSN : 2089 – 9009 (2016).

Triton. *Mengenal E-Commerce dan Bisnis di Dunia Cyber* (Yogyakarta: Argo Publisher, 2006).

Tukinah, Ukie. “Rekonstruksi Pengaturan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Onlineshop (E-Commerce) Berbasis Nilai Keadilan Bermartabat.” Program Doktor Ilmu Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 2020.

Ustadiyanto, Riyeka. *Framework E-Commerce* (Yogyakarta: Andi offset, 2001).

Utrecht, E., *Pengantar dalam Hukum Indonesia*, Cetakan Keenam (Jakarta, Penerbit Balai Buku Ichtiar, 1959).

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Van Apeldoorn, L.J., *Pengantar Ilmu Hukum*, Jakarta : Pradnya Paramita, 1999.

----- dalam Shidarta, *Moralitas Profesi Hukum Suatu Tawaran Kerangka Berfikir* (Bandung, PT Revika Aditama, 2006).

Van Den Heuvel, Esther, “Online Dispute Resolution As A Solution To Cross-Border E-Disputes”, Diakses pada tanggal 22 Juni 2022 Pukul 13.20 WIB., <https://www.oecd.org/digital/consumer/1878940.pdf>.

Van Hoecke, Mark. *Methodologies of Legal Research* (Oregon: Hart Publishing, Oxford and Portland, 2011).

Vermaat, M.E. dan Shelly, Cashman, *Discovering computers : Digital Technology, Data and Devices*. (Australia: Cengage Learning, 2018).

-----, *Discovering computers :: Digital Technology, Data and Devices* (Australia: Cengage Learning, 2018).

Wargakusumah, Moh. Hasan dalam Novianti, *Analisis Terhadap Pembuatan Perjanjian Kerjasama Internasional (Studi di Provinsi Bali)* (Jakarta: P3DI Setjen DPR Republik Indonesia dan Azza Grafika, 2012).

Warsifah dan Gurion Naputupulu, David, “Aspek Perlindungan Hukum Terhadap Pembeli Dalam Melakukan Transaksi Jual Beli Melalui Electronic Commerce (Studi Kasus Putusan Pengadilan Nomor 183/Pdt.G/2018/PN.Mdn)”, *Jurnal IBLAM Law Review Sekolah Tinggi Ilmu Hukum IBLAM*) 2, no. 1 (2022).

670

Wariati, Ambar, “E-Commerce dalam Perspektif Perlindungan Konsumen,” *Jurnal Ekonomi & Bisnis* 01, no. 02 (2014).

Wattimena, Reza A.A. *Filsafat dan Sains Sebuah Pengantar* (Jakarta: Grasindo, 2008).

Wellium (Mitra Comm Ekasarana, “Pembayaran E-commerce: Inovasi Dalam Kemudahan Berbelanja Online,” 28 Agustus 2023, <https://mitracomm.com/pembayaran-e-commerce/>.

Westra, Ida Ayu Eka Pradnyaswari, and I Ketut. “Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Menggunakan Jasa E-Commerce.” *Jurnal Kertha Semaya Universitas Udayana* 8, no. 5 (2020).

Widjaja, Gunawan, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Gramedia, 2003).

Wijaya, Gunawan dan Yani, Ahmad, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Gramedia Utama, 2003).

Wikipedia Ensiklopedia Bebas, “Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI),” Diakses pada tanggal 23 Juni 2021 Pukul 20.10 WIB., https://id.wikipedia.org/wiki/Yayasan_Lembaga_Konsumen_Indonesia.

-----, “Perlindungan Konsumen”, Diakses pada tanggal 13 Maret 2023 Pukul 21.30 WIB., <https://www.id.wikipedia.org/>.

Wikipedia, “Kontrak Elektronik,” Diakses pada tanggal 12 Juni 2023 Pukul 17.45 WIB., <https://www.id.wikipedia.org/>

Wira Sakti , Nufrensa, “Perpajakan dalam E-Commerce, Belajar dari Jepang.,” *Jurnal Berita Pajak*, no. 1443/Tahun XXXIII (15 Mei 2001).

Wong, Jony. *Internet Marketing for Beginners*. Jakarta: . Elex Media Komputindo, 2010.

Yahya, Yohannes, *Pengantar Manajemen* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006).

Yakti Widyastuti, Rr. Ariyani, “5 Modus Penipuan Belanja Online dan 4 Tips Menghindarinya,” Diakses pada tanggal 27 Agustus 2022 Pukul 16.25 WIB., <https://bisnis.tempo.com/>.

Yati, Rahmi, “Waspada ! Ini Modus Penipuan Belanja Online yang Sering Terjadi”

Diakses pada tanggal 27 Agustus 2022 Pukul 11.10 WIB. , <https://www.Teknologi.bisnis.com/read/20220827/84/1571239/waspada-ini-modus-penipuan-belanja-online-yang-sering-terjadi>.

671

Yetno, Alfred. “Penyelesaian Kasus Hukum Pada Perdagangan Elektronik Atau E-Commerce Bagi Konsumen di Era Digital Di Indonesia.” *Satya Dharma Jurnal Ilmu Hukum* 5, no. 2 (2022). <https://ejournal.iahntp.ac.id/index.php/satya-dharma>.

Zamani, *Manajemen* (Jakarta: IPWI, 1998).

Zeustan Hartono, Laksamana Varelino dan Prananingtyas, Paramita, “Aspek Hukum Perjanjian Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online,” *Jurnal Notarius* 16, no. 3 (2023).

Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 2013.

Zulkifli, “Pengertian Pengawasan Menurut Para Ahli,” 19 Oktober 2021, <https://sulbar.bawaslu.go.id/>