

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pesatnya pertumbuhan jual beli online pada setiap *marketplace* di Indonesia telah mendorong banyak konsumen beralih dari transaksi konvensional ke platform online. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya survei serta data yang dimuat oleh Badan Pusat Statistik (BPS) yang menjelaskan bahwa dari tahun 2011 sampai tahun 2024 *e-commerce* berkembang sangat pesat (Kusumatriana dkk., 2023, hlm. 95).

Dengan adanya *marketplace* seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, Blibli, dan lain sebagainya, masyarakat Indonesia sudah terbiasa dengan kesepakatan jual beli yang berlangsung secara daring. Keempat fasilitas tersebut dapat diakses melalui situs web dan aplikasi *mobile*. Platform yang tersedia terdiri dari penjual yang berbeda, yang dapat menawarkan produk yang berbeda kepada konsumen pada saat yang sama di satu lokasi.

Menurut Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia dengan peraturan yang tertera pada nomor 210/PMK.010/2018 yang mengatur seputar pajak dan aktivitas niaga melalui metode elektronik (*E-commerce*), 2018. *Marketplace* adalah platform komunikasi digital yang dimanfaatkan untuk kesepakatan jual beli yang bertujuan menjalankan aktivitas bisnis perdagangan secara daring. *Marketplace* menjadi wadah pemasaran produk secara digital yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli untuk saling berinteraksi. Berbeda dengan online store yang hanya terdapat satu

toko saja tanpa ada perantara pihak ketiga dalam transaksi jual belinya (Winarsih & Oktaviarni, 2021, hlm. 352). Jenis media inilah yang dinamakan sebagai *marketplace* yang pertumbuhannya cukup pesat hingga saat ini.

Marketplace memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh transaksi bisnis secara offline, diantaranya seperti banyaknya jenis produk yang dipasarkan, cara menerima pesanan, cara pembayaran, metode pengiriman, dsb (Tutik, 2011, hlm. 380). Fasilitas yang menjadi daya tarik dalam *marketplace* salah satunya yaitu dibuat menarik oleh mudahnya bertransaksi secara online dan pemasarannya yang efisien, unik, dan tidak memakan banyak waktu dan tenaga. Terlebih lagi, masyarakat sudah semakin terbiasa menggunakan kartu debit dan kartu kredit sebagai alat pembayaran. Selain itu, penggunaan internet *banking*, dan uang elektronik sudah menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari (Hutabarat Dharma, 2021, hlm. 35).

Akan tetapi, dari kemudahan yang diberikan oleh *marketplace* sebagai fasilitas untuk para pelaku usaha dan juga konsumen, menimbulkan berbagai konflik yang sering merugikan konsumen. Masalah umum yang sering terjadi seperti ketidaksesuaian informasi dimana iklan dengan barang yang dijual berbeda, kerusakan barang yang diterima, keterlambatan dalam pengiriman barang, dsb.

Dalam beberapa waktu terdekat ini kasus yang sering terjadi diantaranya yaitu kasus penjualan barang yang tidak orisinal pada salah satu *marketplace* namun mencantumkan keterangan orisinalitas pada saat

pengisian syarat penjualan. Hal ini mengakibatkan konsumen kecewa dikarenakan barang tidak sesuai dengan maksimal dengan penyelesaian yang tidak setimpal dengan kerugian yang dialami oleh konsumen seperti kasus seorang ibu di wilayah Sumatera Utara yang kehilangan uang pribadinya senilai Rp.110.000.000,- (seratus sepuluh juta rupiah) pada saat membeli mobil di salah satu *marketplace*, selain daripada itu adanya kasus pelanggaran barang yang dilarang digunakan oleh diri sendiri namun harus dilakukan oleh ahlinya seperti penjualan jarum suntik di salah satu platform *e-commerce* yang dijual oleh salah satu selebgram viral akhir-akhir ini yang mana semestinya hal tersebut dilarang dijual secara bebas karena dapat menimbulkan resiko yang berdampak pada kesehatan setiap individu. Beberapa kasus tersebut tidak dilayani secara maksimal oleh *marketplace* bahkan *marketplace* tidak menyadari pelanggaran dari pelaku usahanya dan tidak diberikan ganti rugi yang setimpal dengan kerugian yang dialami oleh konsumen.

Penulis secara pribadi juga menggunakan platform *marketplace* dan sering melihat pengaduan dari berbagai konsumen. Beberapa *marketplace* hanya memberikan fitur penilaian dalam bentuk bintang yang mana apabila konsumen memberikan bintang 1 (satu) pada penilaian produk artinya pelaku usaha kurang baik dalam menjual barang yang dijualnya dan tidak akan mendapatkan benefit yang lebih dari *marketplace*. Sebaliknya apabila bintang yang diberikan oleh para pembeli banyak maka akan diberikan keuntungan dalam bentuk kompensasi ataupun *voucher* diskon besar

besaran bagi pembelinya. Adapun layanan pengaduan sebagai fasilitas untuk konsumen mengadu kepada *marketplace* tidak dapat dikatakan efektif dalam menyelesaikan permasalahan kerugian yang dialami oleh konsumen, *marketplace* hanya bertanya mengenai kendala dan kronologinya saja tanpa menindak lebih jelas. Sehingga tidak ada penyelesaian yang memberikan kepuasan terhadap konsumen yang merasa dirugikan. Dalam hal ini mengenai tanggung jawab penyedia *marketplace*, meskipun memiliki regulasinya tersendiri, seringkali dinilai tidak cukup untuk memberikan perlindungan hukum kepada konsumen dari praktik bisnis yang tidak adil.

Kegiatan perdagangan melalui platform *e-commerce* yang diselenggarakan secara online melibatkan dua pihak, yakni *merchant* sebagai penjual layanan/produk dan konsumen. Pada kenyataannya, keamanan transaksi melalui platform *e-commerce* berisiko menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak, di mana umumnya pembeli berada dalam posisi yang lebih rentan dan yang dirugikan yaitu konsumen selaku konsumen akhir. Sebagai fakta tambahan, sejumlah kasus penipuan yang terjadi di platform *e-commerce* menjadi perhatian. Kementerian Perdagangan mendokumentasikan data bahwa sampai sekarang, ada 4.855 pengaduan konsumen yang terkait dengan sektor perdagangan elektronik. Angka ini unggul dalam total pengaduan konsumen yang diterima oleh Kementerian, yakni 5.103 dalam periode 2021-2024. Tingginya jumlah pengaduan ini dipengaruhi oleh semakin aktifnya konsumen dalam

melakukan transaksi elektronik.

Isu lain yang kerap ditemui adalah saat pelaku usaha di platform *e-commerce* tidak melakukan operasi di dalam cakupan yurisdiksi Indonesia. Hal ini menjadi salah satu kelemahan dalam pelaksanaan regulasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen pada kegiatan jual beli di *e-commerce*. Regulasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen secara jelas memberikan pernyataan bahwa regulasi ini hanya bekerja untuk pelaku usaha yang melakukan operasi dalam ranah hukum Republik Indonesia.

Dikutip dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang hukum perlindungan konsumen yang menyatakan bahwa pelaku usaha memiliki peran amanah untuk menyampaikan kompensasi atas kerusakan, pencemaran, dan kerugian yang menimpa konsumen akibat pemakaian produk. Namun realitanya banyak kasus dimana pelaku usaha tidak sepenuhnya menjalankan peran, hak dan kewajibannya sesuai dengan aturan yang berlaku.

Hukum perlindungan konsumen merujuk pada sekumpulan peraturan yang mengatur segala hal terkait upaya yang memastikan adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Perlindungan konsumen dalam konteks perdagangan elektronik (*e-commerce*) diatur oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 serta Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019. Undang-undang ini berfungsi sebagai dasar hukum yang melindungi konsumen dari praktik-praktik yang merugikan dalam pasar perdagangan elektronik (*marketplace*).

Dikutip dari regulasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yang menyatakan tentang Perlindungan Konsumen, terutama pada Pasal 4 ayat (1) dan (3), menetapkan kewenangan-kewenangan konsumen sebagai jaminan atau perlindungan hukum, yang mencakup hak untuk mengakses barang dan jasa dengan kenyamanan, keamanan, dan perlindungan, serta memperoleh informasi yang tepat, jelas, dan transparan. Selain itu, Pasal 8 ayat (2) mengatur larangan bagi pelaku usaha untuk memperdagangkan barang yang rusak, cacat, bekas, atau terkontaminasi tanpa memberikan informasi yang lengkap dan akurat terkait barang tersebut. Selanjutnya, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 disusun sebagai pembaruan regulasi untuk merespons perkembangan dan tantangan yang muncul seiring dengan pesatnya pertumbuhan *e-commerce* di era kontemporer.

Pada Pasal 1 butir (2) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, diartikan bahwa Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) merujuk pada kegiatan perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik.

Pasal 26 huruf (a) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik menyatakan bahwa wajib bagi pelaku usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) untuk melindungi hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam ketentuan hukum perlindungan konsumen. Oleh karena itu, menurut pandangan penulis *marketplace* yang dapat juga disebut sebagai pelaku usaha berkewajiban

untuk melindungi hak- hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Meskipun tidak terlibat langsung dalam transaksi, *marketplace* memiliki tanggung jawab untuk menyediakan mekanisme penanganan keluhan dan penyelesaian sengketa antara penjual dan pembeli. Ini dapat berupa mediasi, ganti rugi, fasilitas komunikasi, atau penyediaan sistem pelaporan yang efektif.

Beberapa peraturan tersebut menunjukkan bahwa mereka penting untuk memastikan keamanan data konsumen, kejelasan informasi produk, dan penanganan sengketa yang efisien. Kewajiban melindungi hak-hak konsumen oleh perdagangan melalui sistem elektronik tersebut khususnya dalam hal ini yaitu *marketplace* terlihat kurang jelas dan tidak memiliki aturan yang menjelaskan secara rinci untuk memberikan kepastian hukum yang adil kepada para konsumen.

Marketplace selaku penyedia fasilitas bertanggung jawab untuk menyediakan jaringan elektronik yang aman dan bertanggungjawab terhadap operasi dan pengaturan jaringan elektronik. Pernyataan ini disesuaikan dengan pemberitahuan resmi oleh Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2016 yang mengatur mengenai batasan tanggung jawab penyedia platform perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*).

Pesatnya perkembangan dan pertumbuhan *e-commerce* pada *marketplace* yang didukung oleh peningkatan penggunaan gadget dan

internet sehingga dibutuhkan kerjasama antara pemerintah, penyedia *marketplace* serta konsumen sebagai upaya untuk memberikan kepastian terhadap hak-hak konsumen agar konsumen dapat terlindungi secara efektif.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tanggung jawab penyedia *marketplace* terhadap kerugian dan kendala yang terjadi pada konsumen serta mengidentifikasi mekanisme yang dapat digunakan konsumen untuk menuntut pertanggungjawaban dari setiap *marketplace*. Penelitian ini juga dibuat karena hasilnya akan memberikan kontribusi serta dampak bagi masyarakat khususnya konsumen akhir untuk mempertahankan hak dan kewajibannya, menambah ilmu pengetahuan dan wawasan mengenai kehukuman, meningkatkan perlindungan hukum bagi konsumen, dan memastikan pertumbuhan *marketplace* yang berkelanjutan, efektif dan efisien.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis ingin mengangkat sebuah penelitian dengan judul **“PERTANGGUNGJAWABAN PENYEDIA *MARKETPLACE* ATAS KERUGIAN KONSUMEN DITINJAU DARI HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN.”**

A. Identifikasi Masalah

Mengacu pada latar belakang dan sejumlah permasalahan yang muncul terkait kerugian akibat transaksi jual beli melalui *marketplace*, maka masalah dapat diuraikan meliputi:

1. Bagaimana kedudukan *marketplace* dalam transaksi jual beli online pada platform *marketplace*?
2. Bagaimana kendala yang dialami oleh konsumen mengenai performa

serta klaim ganti rugi yang timbul akibat jual beli online di *marketplace*?

3. Bagaimana solusi terkait tanggung jawab penyedia *marketplace* sehubungan dengan jual beli online yang menimbulkan kerugian terhadap konsumen dalam kerangka hukum perlindungan konsumen?

B. Tujuan Penelitian

Mengacu pada latar belakang dan persoalan yang diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk mencapai beberapa hal, yaitu:

1. Ingin menganalisis dan mengetahui aturan, peran dan kedudukan *marketplace* dalam transaksi jual beli online pada platform *marketplace*.
2. Ingin mengkaji dan menganalisis kendala yang dialami oleh konsumen mengenai performa serta klaim ganti rugi yang timbul akibat jual beli online di *marketplace*.
3. Ingin mengetahui dan menemukan solusi terkait tanggung jawab penyedia *marketplace* sehubungan dengan jual beli online yang menimbulkan kerugian terhadap konsumen dalam kerangka hukum perlindungan konsumen.

C. Kegunaan Penelitian

Dalam setiap permasalahan yang diteliti tentu didalamnya terdapat maksud dan tujuan yang menimbulkan kemanfaatan ataupun kegunaan yang bernilai bagi kalangan mahasiswa dan masyarakat. Manfaat yang diharapkan dari kegiatan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoretis

Peneliti berharap kajian studi ini menguntungkan bagi akademisi, praktisi, dan masyarakat umum, terutama mengenai masalah kerugian konsumen yang timbul akibat *marketplace*. Kajian ini juga ditargetkan dapat menyuguhkan kontribusi signifikan dalam optimalisasi hukum perlindungan konsumen terutama dalam konteks *marketplace*. Mengingat didalam Undang-Undang Nomor 8 pada Tahun 1999 tampaknya tidak dijelaskan secara eksplisit dan mendetail terkait aturan dari tanggung jawab penyedia *marketplace*.

2. Kegunaan Praktis

Perolehan dari kajian studi ini diharapkan dapat digunakan oleh mahasiswa serta masyarakat umum sebagai referensi dan bahan koreksi, juga sebagai pedoman operasional dalam menangani klaim ganti rugi dari konsumen sehingga akan membantu memahami dan meningkatkan pertanggungjawaban dari penyedia *marketplace e-commerce* yang komprehensif dan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Kajian studi ini juga dapat menjadi pedoman bagi penyelesaian sengketa yang timbul akibat *marketplace e-commerce*, seperti Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), ataupun Pengadilan Negeri. Sehingga dari hasil perolehan yang diharapkan dapat digunakan sebagai peningkatan kualitas layanan setiap *marketplace* agar pada akhirnya berdampak positif pada kepercayaan konsumen terhadap *marketplace*,

serta menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah dan lembaga terkait dalam merumuskan kebijakan yang lebih efektif dalam melindungi konsumen dalam sistem *marketplace e-commerce*.

D. Kerangka Pemikiran

Pancasila sebagai landasan negara Indonesia meliputi lima sila yang saling berhubungan dan menciptakan suatu kesatuan yang utuh, di mana setiap sila tidak bisa dipisahkan satu sama lain. Sila-sila tersebut saling memberikan arahan dan menjadi landasan bagi pengembangan sila lainnya untuk mencapai tujuan yang sama. Dalam hal ini terdapat dalam sila kedua pancasila yang berbunyi “Kemanusiaan yang adil dan beradab” serta sila ke 5 pancasila yang berbunyi “Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia” kedua sila tersebut berhubungan dengan permasalahan dalam kendala yang terjadi pada konsumen yang dirugikan tidak mendapatkan keadilan dan adab yang baik dari pelaku usaha serta tidak mendapat pertanggungjawaban secara maksimal oleh *marketplace e-commerce*.

Tujuan nasional kita akan selalu dituangkan dalam setiap konstitusi negara yaitu yang tertuang dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945. Tujuan yang dimaksud selaras dengan amanat Undang-Undang, yakni untuk melindungi segenap bangsa Indonesia, meningkatkan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, serta melaksanakan ketertiban dunia berdasarkan kemerdekaan, perdamaian yang abadi dan keadilan sosial. Dalam praktik penyelenggaraan beberapa negara di dunia pada umumnya menggunakan konsep negara kesejahteraan (*welfare state*),

yang mana negara dituntut untuk memperluas tanggungjawab kepada masalah-masalah sosial ekonomi yang dihadapi rakyat banyak (Barkatullah, 2020, hlm. 2).

Indonesia juga merupakan salah satu negara yang mengusung konsep negara kesejahteraan seperti yang dinyatakan dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 juga yang tercantum pada Pasal 28D ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang menyatakan “Setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama dihadapan hukum”.

Maka dari tujuan tersebut negara Indonesia wajib menjamin seluruh rakyat Indonesia seiring dengan peranannya dalam hukum dan pemerintahan tanpa terkecuali. Dalam hal ini untuk mewujudkan tujuan negara indonesia yang adil dan menjamin hak serta kesejahteraan rakyat indonesia diperlukan adanya keseimbangan keamanan dan keadilan mengenai jual beli khususnya perdagangan melalui platform online yang pada zaman ini dinamai dengan platform *e-commerce*.

Tujuan untuk menjadikan negara Indonesia yang adil dan dapat menjamin hak serta kesejahteraan rakyatnya didukung oleh beberapa teori yang mana kedudukan teori itu penting dalam keilmuan yang berfungsi untuk memahami permasalahan yang dikaji secara lebih dalam (Helmi, 2022, hlm. 1860). Teori menjadi hal yang sangat penting agar tidak terjadi kesalahan dalam membuat karya-karya ilmiah ataupun dalam membuat

suatu penelitian (Sumaya, 2019, hlm. 56) Dalam hal ini teori berfungsi untuk memahami lebih dalam permasalahan mengenai pertanggungjawaban penyedia *marketplace*.

Terdapat teori hukum menurut B. Arief Sidharta, istilahnya yaitu teori ilmu hukum, tampaknya lebih tepat jika digunakan istilah teori ilmu hukum untuk disiplin yang memang merupakan metateori dari ilmu hukum (Efendi dkk., 2019, hlm. 96). Salah satu teori yang dijadikan sebagai teori utama yaitu teori tujuan hukum yang dikemukakan oleh pakar ahli hukum yaitu Gustav Radbruch. Radbruch memberikan teori yang sangat relevan mengenai peran hukum dalam melindungi hak-hak konsumen. Ia mengemukakan bahwa terdapat tiga tujuan hukum yaitu kemanfaatan, kepastian, dan keadilan. “Keadilan” (*Justice*) menurut Gustav Radbruch merupakan aspek mendasar dalam hukum yang perlu diperhatikan. Tujuan keadilan dalam teori Radbruch pada penelitian ini berhubungan dengan upaya untuk memberikan perlindungan yang adil kepada konsumen atas kerugian yang mungkin timbul akibat jual beli online di *marketplace*. “Kepastian Hukum” (*Legal Certainty*) Gustav Radbruch memandang pentingnya kepastian hukum untuk menjaga ketertiban sosial serta untuk memastikan penegakan hukum yang konsisten. Dalam hal ini teori kepastian hukum bertujuan untuk memastikan adanya aturan yang jelas, sehingga konsumen memahami hak dan prosedur ganti rugi, sementara penyedia *marketplace* juga harus memiliki pedoman yang tegas mengenai tanggung jawabnya, sehingga dapat mengurangi potensi ketidakpastian yang dapat

merugikan konsumen. “Kemanfaatan” (*Expediency*) Kegunaan hukum atau "kemanfaatan" dalam filsafat Gustav Radbruch mengacu pada kemampuan hukum untuk mencapai tujuan yang lebih luas dalam masyarakat, seperti kesejahteraan umum (Supriyadi dkk., 2025, hlm. 402). Teori kemanfaatan tersebut mengarah pada penciptaan sistem hukum yang tidak hanya melindungi konsumen, tetapi juga harus bermanfaat dengan memastikan bahwa jual beli dalam *marketplace* berlangsung dengan cara yang aman, nyaman, efektif dan saling menguntungkan.

Dari beberapa teori tujuan hukum yang dikemukakan oleh Gustav Radbruch. Terdapat beberapa teori yang juga mendukung persoalan yang diangkat, diantaranya:

- a. Teori Tanggung Jawab menurut Hans Kelsen, memberikan arti bahwa seseorang bertanggung jawab secara hukum atas suatu perbuatan tertentu atau bahwa dia memikul tanggung jawab hukum, subyek berarti bahwa dia bertanggung jawab atas suatu sanksi dalam hal perbuatan yang bertentangan (Asshiddiqie & Safa'at, 2006, hlm. 98).
- b. Teori Etika *Deontology*, menekankan manusia untuk berbuat baik yang mana tindakan baik itu bukan dinilai dan dibenarkan berdasarkan akibat namun berdasarkan tindakan itu sendiri sebagaimana baik pada diri sendiri.
- c. Teori *Ultitarisme (the principle of utility)*, menekankan prinsip moral mendasar dimana suatu tindakan dikatakan benar ketika tindakan tersebut menghasilkan manfaat yang lebih besar terhadap masyarakat

dengan cakupan yang luas.

Selain itu terdapat beberapa prinsip-prinsip dalam hukum perlindungan konsumen mengenai tanggung jawab yang menekankan bahwa pentingnya melindungi hak-hak konsumen terhadap kerugian yang diakibatkan oleh *marketplace* diantaranya yaitu sebagai berikut:

1. Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan

Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan menyatakan bahwa seseorang baru dapat diminta pertanggungjawabannya secara hukum jika terdapat unsur kesalahan yang dilakukannya. Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yang lazim dikenal sebagai pasal tentang perbuatan melawan hukum, mengharuskan terpenuhinya empat unsur pokok, yaitu:

- a. Adanya perbuatan;
- b. Adanya unsur kesalahan;
- c. Adanya kerugian yang diderita;
- d. Adanya hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian.

Kesalahan yang dimaksud merupakan unsur yang bertentangan dengan hukum. Makna hukum, tidak hanya mengenai apa yang bertentangan dengan undang-undang, tetapi juga kepatutan moral dan kesusilaan dalam masyarakat.

2. Prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab

Prinsip tersebut menyatakan bahwa tergugat akan selalu dianggap bertanggung jawab (*persuption of liability principle*), sampai tergugat

dapat membuktikan bahwa ia tidak bersalah. Maka, beban pembuktian terdapat pada si tergugat.

3. Prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*)

Prinsip ini sejalan dengan konsep tanggung jawab *absolute* (*absolute liability*), yang menetapkan bahwa pelaku usaha wajib menanggung kerugian yang dialami konsumen tanpa memerlukan pembuktian atas unsur kesalahan. Hal ini dilatarbelakangi oleh keterbatasan konsumen dalam melindungi diri dari potensi kerugian akibat produk yang cacat, tidak orsinil, dsb. Maka penerapan prinsip ini bertujuan untuk memberikan perlindungan bagi konsumen, karena konsumen tidak dibebani kewajiban untuk membuktikan adanya kelalaian atau kesalahan dari pihak produsen dalam pembelian ataupun penggunaan produk yang merugikan.

4. Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan

Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan ini yaitu prinsip yang memberikan batasan kerugian oleh pelaku usaha terhadap barang yang dijualnya, biasanya dalam kontrak baku pelaku usaha mencantumkan klausul pembatasan sejauh mana pelaku usaha bertanggung jawab terhadap barang yang dibeli oleh konsumen. Hal ini sangat merugikan konsumen karena pembatasan dibuat secara sepihak sedangkan amanat dari undang undang perlindungan konsumen meberikan posisi yang setara antara konsumen dengan pelaku usaha (Shidarta, 2006, hlm. 76).

5. Prinsip tanggung jawab berdasarkan wanprestasi

Prinsip ini menyatakan bahwa pihak yang melanggar atau tidak memenuhi kewajiban dalam suatu perjanjian harus bertanggung jawab atas kerugian yang ditimbulkan kepada pihak lainnya, namun dengan pertimbangan bahwa dalam praktik bisnis modern, proses distribusi dan iklan langsung ditujukan kepada konsumen melalui media massa. Maka, tidak perlu ada hubungan kontrak yang mengikat antara produsen dan konsumen.

Undang-Undang perlindungan konsumen juga memberikan penjelasan bahwa perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dengan persoalan mengenai pertanggungjawaban penyedia *marketplace* diantaranya yaitu:

1. Asas manfaat, yaitu segala upaya dalam pelaksanaan perlindungan konsumen harus diarahkan untuk menghasilkan manfaat yang optimal bagi kepentingan konsumen maupun pelaku usaha secara menyeluruh.
2. Asas keadilan, dapat diartikan bahwa partisipasi serta aspirasi dari seluruh lapisan masyarakat harus direalisasikan secara maksimal dengan memberikan kesempatan kepada konsumen serta pelaku usaha untuk memperoleh hak dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
3. Asas keseimbangan, dapat diartikan bahwa kepentingan antara konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah harus ditata dan diwujudkan secara seimbang sesuai dengan peranannya serta hak dan kewajibannya masing-masing.
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen, dapat diartikan sebagai

upaya untuk memastikan perlindungan terhadap keamanan dan keselamatan konsumen dalam proses penggunaan, pemanfaatan, maupun pemakaian barang dan/atau jasa yang dikonsumsi.

5. Asas kepastian hukum, dapat diartikan bahwa negara memiliki kewajiban untuk menjamin adanya kepastian hukum, sehingga baik pelaku usaha maupun konsumen taat pada hukum yang berlaku serta untuk memperoleh keadilan dalam pelaksanaan perlindungan konsumen.
6. Asas praduga tak bersalah (*presumption of negligence*), dapat diartikan bahwa jika kekeliruan tidak dilakukan oleh pelaku usaha, maka kerugian tidak akan dialami oleh pelanggan. Sebaliknya, jika pelanggan mengalami kerugian, maka kekeliruan telah dilakukan oleh pelaku usaha.

Persoalan yang diangkat berkaitan dengan asas *pacta sunt servanda* yang juga menjadi penting dikarenakan pada hukum positif rumusan normanya memiliki arti setiap perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Asas *pacta sunt servanda* dapat ditemukan dalam Pasal 1388 KUHPdata (Wahyuni, 2023, hlm. 3). Adapun sebuah perjanjian baru dapat dikatakan sah apabila memenuhi syarat di dalam Pasal 1320 KUHPdata yaitu kesepakatan para pihak, kecakapan hukum para pihak, objek yang diperjanjikan, dan sebab yang halal (Tim Redaksi BIP, 2017, hlm. 363). Asas *pacta sunt servanda* juga merupakan prinsip fundamental dalam sistem hukum yang memiliki

keterkaitan erat dengan asas itikad baik, karena menekankan pentingnya menghormati dan mematuhi setiap perjanjian yang telah disepakati oleh para pihak

Perlindungan dan kepastian hukum terhadap para pihak yang terlibat dalam jual beli melalui *marketplace* terdapat pada regulasi yang dirumuskan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen.

Ketentuan Pasal 19, 23, dan 28 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen merupakan 3 pasal yang menjabarkan seputar mekanisme/alur pertanggungjawaban produk yang mana telah ditetapkan pada undang-undang perlindungan konsumen Indonesia. Merujuk pada regulasi penetapan Pasal 19 dalam Undang-Undang Nomor 8 pada Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen, pihak produsen bersikap amanah atas kewajiban berikut:

- a. Kompensasi atas kehancuran, perusakan, maupun defisit yang dialami pelanggan efek menggunakan produk serta layanan yang diproduksi atau dijual oleh pemilik bisnis harus diberikan. Oleh karena itu, pemilik bisnis berkewajiban untuk mengganti kerugian yang dialami pelanggan akibat penggunaan produk dari produsen.
- b. Pengembalian biaya, substitusi barang dan/atau fasilitas dengan tipe atau harga yang sepadan, serta pemberian perawatan medis dan bantuan yang selaras dengan regulasi yang ditetapkan bisa diserahkan sebagai kompensasi sebagaimana disebutkan dalam ayat (1). Oleh karena itu,

kelompok yang bertanggung jawab harus menyediakan bentuk kompensasi tersebut sesuai ketentuan yang berlaku.

- c. Imbalan diserahkan dalam rentang waktu tujuh hari setelah hari kesepakatan. Oleh sebab itu, kelompok yang bertanggung jawab harus melaksanakan penyerahan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- d. Peluang diajukannya gugatan hukum apabila terdapat unsur kelalaian yang terbukti melalui proses verifikasi lebih lanjut tidak dihilangkan oleh penyediaan imbalan sebagaimana tertuang dalam pasal (1) dan pasal (2). Oleh karena itu, pihak terkait tetap dapat mengajukan tuntutan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- e. Ketetapan berdasarkan yang dicatat dalam pasal (1) dan pasal (2) tidak diberlakukan apabila kelalaian pelanggan dapat dibuktikan oleh pengusaha. Oleh karena itu, pengusaha harus menunjukkan bahwa kekeliruan tersebut berasal dari pihak pelanggan agar ketetapan tidak berlaku.

Ketetapan Pasal 19 ini selanjutnya dioptimalkan pada Pasal 23 yang menegaskan "Klaim pelanggan sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 ayat (1), ayat (2), ayat (3), dan ayat (4) bisa dituntut melalui lembaga penyelesaian perselisihan konsumen atau diajukan ke pengadilan di lokasi domisili pelanggan apabila pelaku bisnis menolak, tidak menanggapi, atau tidak memenuhi kompensasi yang seharusnya diberikan".

Redaksi Pasal 23 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 mengenai

Perlindungan Konsumen tampaknya disusun dengan mengacu pada dua dasar pemikiran. Salah satunya yakni asas praduga tak bersalah (*presumption of negligence*) diterapkan dalam Pasal 19 regulasi yang sama. Sebagai dampak dari asas tersebut, aturan ini menetapkan bahwa penyelesaian kompensasi harus dilakukan dalam waktu tujuh hari sejak transaksi terjadi. Namun, dalam perspektif Pasal 23, tenggat satu minggu tersebut tidak ditujukan guna menempuh proses pembuktian, melainkan cuma diberikan untuk pelaku usaha sebagai kesempatan guna melaksanakan pembayaran atau menelusuri alternatif penyelesaian lain, juga melalui jalur peradilan.

Ketika merujuk pada regulasi Undang-Undang tentang Informasi Transaksi Elektronik, dengan jelas disampaikan bahwasanya prinsip fundamental dalam perdagangan elektronik adalah dengan pertemuan antara kesepakatan yang dicapai atau tata cara yang dimusyawarahkan oleh seluruh pihak, yaitu penyedia jasa/produk dan pelanggan/pembeli (Marvita Totimage dkk., 2022, hlm. 65).

Marketplace yang merupakan tempat bertransaksi secara elektronik wajib menerapkan beberapa asas sebagaimana yang telah tercantum pada Pasal 3 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yaitu kepastian hukum, manfaat, kehati-hatian, itikad baik, dan kebebasan memilih teknologi (Adytia Pratama & Amirulloh, 2020, hlm. 162). Mereka juga harus memastikan bahwa informasi produk yang ditampilkan oleh penjual akurat dan tidak menyesatkan, dikarenakan perkembangan teknologi dan

informasi dalam realita masyarakat pada era 5.0 ini berimplikasi besar terhadap perkembangan kehidupan bermasyarakat (Giantama & Kholil, 2020, hlm. 21).

Sementara itu, penyedia *marketplace* memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan fungsi pelayanan dan memfasilitasi penuntasan masalah antara penjual, serta bertanggung jawab atas pengelolaan mekanisme elektronik yang digunakan, sesuai dengan regulasi yang sudah ditetapkan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 pada Tahun 2019 mengenai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Peraturan Pemerintah No.80 Tahun 2019 tersebut bermaksud untuk meningkatkan pemberdayaan konsumen, kepercayaan pelanggan dan kepercayaan diri konsumen dengan cara memverifikasi adanya proteksi pelanggan/pembeli dan guna memverifikasi terbentuknya lingkungan *e-commerce* yang berkelanjutan, terjamin serta mampu memberikan dorongan produktivitas dan perkembangan perdagangan secara online.

Pada prinsipnya *marketplace* berfungsi sebagai platform digital yang mempertemukan antara pelaku usaha dan konsumen. *Marketplace* bertanggung jawab atas penyelenggaraan sistem elektronik, keamanan data, stabilitas platform, dan perlindungan terhadap aktivitas ilegal sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 80 pada Tahun 2019 mengenai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Hal ini mencakup upaya untuk mencegah penipuan, peredaran barang palsu, dan pelanggaran hak kekayaan intelektual. *Marketplace* berkewajiban untuk menyediakan informasi yang

jelas dan transparan mengenai kebijakan platform, prosedur transaksi, dan mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif.

Berdasarkan pandangan salah satu ahli hukum yaitu Phillipus M. Hadjon, jaminan hukum bagi setiap individu sebagai bentuk tahapan pemerintah yang mempunyai karakter pencegahan serta penindakan. Jaminan hukum yang menunjukkan karakter pencegahan dimaksudkan untuk menghindari timbulnya perselisihan, sehingga mendorong pemerintah agar lebih cermat dalam menetapkan keputusan berdasarkan kebijaksanaan. Sementara itu, jaminan hukum yang bersifat penindakan bertujuan untuk menyelesaikan perselisihan yang telah terjadi, termasuk proses penyelesaiannya melalui institusi peradilan (Raharjo Satjipto, 2000, hlm. 53).

Sejauh ini penindakan yang ada yaitu hanya layanan pengaduan yang disediakan oleh *marketplace* yang penangannya pun belum maksimal bahkan terdapat beberapa *marketplace* yang belum memiliki layanan pengaduan pada platformnya. Seharusnya layanan pengaduan dijadikan sebagai sarana untuk para konsumen menilai mana platform yang berkualitas dan aman serta mana yang tidak dengan cara memberikan pelayanan yang maksimal dan ganti rugi yang setimpal, bukan hanya dijadikan sebagai tempat untuk konsumen mengeluh namun permasalahannya tidak diatasi secara maksimal. Terlepas dari hal tersebut apabila terdapat sengketa para pihak secara sukarela dapat memilih untuk menyelesaikan permasalahannya yang ditempuh melalui pengadilan

(litigasi) ataupun diluar pengadilan (nonlitigasi) sesuai dengan aturan yang telah diatur pada Pasal 45 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Yetno, 2022, hlm. 174). Penyelesaian sengketa konsumen secara nonlitigasi adalah penyelesaian sengketa diluar pengadilan yang didasarkan kepada hukum (Herawati, 2021, hlm. 36).

Litigasi merupakan penyelesaian sengketa yang ditempuh melalui pengadilan yang dalam prosesnya litigasi memposisikan para pihak saling berlawanan satu sama lain sehingga dijadikan sebagai sarana akhir (*ultimum remedium*) setelah jalur alternatif penyelesaian sengketa (nonlitigasi) tidak membuahkan hasil (Herawati, 2021, hlm. 2). Berdasarkan beberapa alternatif penyelesaian sengketa, dalam penelitian ini penulis memanfaatkan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) untuk membantu penambahan data serta upaya untuk menelaah sejauh mana pertanggungjawaban penyedia *marketplace* ini. Badan Penyelesaian sengketa konsumen melalui BPSK merupakan alternatif penyelesaian sengketa di luar pengadilan yang dapat membantu konsumen menyelesaikan sengketa secara sederhana, cepat dan tidak dipungut biaya (Yatini & Oktavianus, 2022, hlm. 122).

Dari uraian diatas dapat dilihat bahwa belum patuhnya para pelaku usaha hingga *marketplace* yang memberikan dampak rentannya permasalahan antara konsumen dengan pelaku usaha akibat kelalaiannya. Maka penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi celah-celah pelanggaran yang ada terkait tanggung jawab pada penyedia *marketplace*.

Beban serta tanggung jawab untuk menunjukkan ada atau tidaknya unsur kekeliruan dalam tuntutan kompensasi dibebankan kepada pelaku usaha. Oleh karena itu, pelaku usaha harus membuktikan keberadaan atau ketiadaan unsur kesalahan dalam tuntutan tersebut, berdasarkan aturan yang berlaku dalam Pasal 28 Undang-Undang Nomor 8 pada Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen.

Penelitian ini penting untuk dilakukan agar dapat memberikan keadilan bagi para konsumen, sebagai usulan perbaikan terhadap penyedia *marketplace* serta pengembangan bagi regulasi perundang-undangan yang ada.

E. Metode Penelitian

Strategi yang ditetapkan dengan teknik tertentu yang memiliki sifat keilmuan diperlukan dalam mengkaji suatu isu hukum. Dalam karyanya yang berjudul Pengantar Penelitian Hukum, Soerjono Soekanto menyatakan bahwa riset di bidang hukum merupakan bagian penting dalam memahami dan menganalisis permasalahan hukum.

Soerjono Soekanto (2016) menyatakan bahwa kajian hukum pada dasarnya merupakan sebuah aktivitas akademik yang berlandaskan pendekatan, tata urutan, dan gagasan tertentu dengan maksud menelaah satu atau beberapa peristiwa hukum tertentu melalui proses analisis. Selain itu, penyelesaian dari persoalan-persoalan yang muncul dalam peristiwa yang merugikan konsumen dapat ditemukan.

Landasan yang didasarkan pada pendekatan, tata aturan, serta gagasan

tertentu menjadi dasar dalam studi hukum. Diharapkan, pedoman dan solusi dapat diberikan atas permasalahan yang timbul akibat penyalahgunaan, pelanggaran, atau ketidakharmonisan dalam fenomena terkait. Pengkaji menerapkan strategi riset berikut dalam pembentukan skripsi ini:

1. Spesifikasi Penelitian

Pendekatan kualitatif deskriptif analitis diterapkan oleh penulis dalam riset ini untuk menggambarkan peraturan perundang-undangan melalui penerapan konsep-konsep hukum dalam pelaksanaan hukum positif yang berkaitan dengan persoalan tersebut (Hanitijo, 1990, hlm. 46). Sementara analisis tersebut secara aktif menghubungkan teori dengan praktik. Dalam karya hukum ini, isu mengenai pertanggungjawaban penyedia *marketplace* atas kerugian yang dialami konsumen telah ditelaah secara mendalam oleh pengkaji, yang kemudian menguraikan temuan-temuan tersebut secara aktif serta mengaitkannya dengan asas-asas serta Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen.

Penelitian ini menggunakan kajian studi jenis kualitatif. Kajian studi kualitatif adalah tipe penelitian yang memperoleh temuan yang tidak bisa dioptimalkan melalui prosedur statistik atau metode kuantitatif lainnya. Pendekatan kualitatif berfokus pada proses penelitian yang mendalami fenomena sosial dan permasalahan manusia dengan menggunakan metodologi yang sesuai.

2. Metode Pendekatan

Metode pendekatan merupakan sebuah cara yang digunakan untuk mencapai objek dari penelitian, yaitu mengenai bagaimana menghadapi pokok permasalahan dengan tujuan untuk mencari jawaban dari permasalahan serta mencapai tujuan dari penelitian (AR & Vismaia S, 2007, hlm. 56). Kajian ini menerapkan teknik pendekatan yuridis normatif yang menjadi jenis kajian hukum yang mengkaji permasalahan dalam penelitian menggunakan teknik kajian bahan pustaka atau data sekunder berbentuk peraturan-peraturan dan literatur-literatur yang relevan (Soekanto Soerjono, 2016, hlm. 13). Penggunaan pendekatan yuridis normatif membuat penelitian untuk dapat dilaksanakan menggunakan teknik pengkajian kepustakaan bahan bukum yang memiliki hubungan dengan Pertanggungjawaban Penyedia *Marketplace* Terhadap Kerugian Konsumen yang dihubungkan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

3. Tahap Penelitian

a. Tahap Perencanaan

Proses perencanaan yang dimuat pada penelitian ini dilakukan oleh penulis dengan memanfaatkan teknik pengumpulan data melalui kunjungan ke perpustakaan untuk memperoleh sumber hukum primer, sekunder, dan tersier.

b. Tahap Penelitian

Penulis akan melaksanakan studi dengan tahapan sebagai berikut:

1. Penelitian Kepustakaan (*library research*)

Penelitian kepustakaan merupakan jenis penelitian yang dilakukan dengan cara meneliti dan menganalisis data kepustakaan yang berkaitan dengan penelitian. Penelitian yang diperoleh yaitu data sekunder. Didalamnya terdapat bahan-bahan hukum sebagai berikut:

- a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer ialah referensi hukum yang memiliki sifat memaksa (*authoritative*) serupa dengan regulasi perundang-undangan, yurisprudensi, traktat dan lain sebagainya. Bahan hukum primer yang digunakan dalam studi ini berkaitan dengan tanggung jawab mutlak *marketplace*. Bahan hukum primer yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Undang-Undang Dasar 1945 Amandemen ke-4;
- 2) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata;
- 3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
- 4) Undang-Undang Nomor 19 tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE);

5) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang
Perdagangan Melalui Sistem Elektronik;

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder merupakan bahan hukum yang dapat membantu bahan hukum primer seperti halnya hasil penelitian sebelumnya, buku, karya tulis ilmiah, hasil dari pengkaji hukum, dan lain sebagainya (Marzuki, 2005, hlm. 169).

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier merupakan bahan hukum yang menunjang dengan lebih detail sumber hukum primer serta sumber hukum sekunder seperti halnya kamus, artikel, majalah, ensiklopedia, serta lainnya yang dapat dipertanggungjawabkan.

2. Studi Lapangan (*Field Research*)

Studi lapangan dilaksanakan untuk mendapatkan informasi yang memiliki hubungan terhadap permasalahan yang sedang dikaji seperti halnya dengan menjalankan wawancara bersama narasumber.

4. Teknik Pengumpul Data

Pengumpulan data merupakan tahapan yang penting dan hal yang disorot dalam penelitian, karena tujuan pokok dari penelitian yakni guna memperoleh data. Jika tidak mengetahui metode yang sesuai

untuk mengumpulkan data, peneliti tidak akan dapat memperoleh data yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan (Sugiyono, 2021, hlm. 296). Teknik pengumpulan data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Penelitian Kepustakaan

Penelitian kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data yang melibatkan membaca, mencatat, serta mengutip sumber hukum yang relevan terhadap masalah yang dikaji dalam penelitian. Dengan kata lain yaitu menginventarisir semua data dari hasil membaca, mencatat serta dari hasil berbagai kutipan hukum yang relevan dengan penelitian.

b. Penelitian Lapangan

Metode penelitian lapangan dilakukan dengan cara mengumpulkan data melalui wawancara dengan narasumber yang relevan dengan masalah yang sedang diteliti. Berdasarkan pertimbangan tersebut penulis akan mewawancarai secara langsung Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

5. Alat Pengumpul Data

Alat pengumpul data menurut Soekanto dan Mahmudi merupakan pengumpulan data yang lazimnya dikenal dengan tiga jenis pembagian yaitu studi dokumen (penelitian kepustakaan), observasi dan wawancara (penelitian lapangan). Peneliti melakukan penelitian menggunakan alat pengumpul data sebagai berikut:

- a. Studi dokumen, lembar pedoman wawancara yang berisi materi yang sedang dikaji serta pertanyaan-pertanyaan yang dibuat untuk narasumber untuk narasumber buku catatan, untuk melakukan penelitian kepustakaan;

Sedangkan sarana untuk melakukan penelitian yaitu laptop, handphone, *ballpoint* serta buku catatan.

6. Analisis Data

Perolehan data yang dikumpulkan dalam penelitian berdasarkan kepustakaan dan penelitian di lapangan kemudian dilakukan penyusunan melalui cara yang sistematis serta dilakukan analisa dengan cara kualitatif guna memperjelas permasalahan yang hendak dijabarkan. Hasil dari analisis data kualitatif tersebut kemudian akan dijabarkan secara deskriptif.

7. Lokasi Penelitian

Studi yang dilakukan dalam kajian hukum ini difokuskan pada lokasi yang relevan dengan masalah yang dibahas. Lokasi penelitian terbagi menjadi dua, yaitu:

- a. Perpustakaan
 1. Perpustakaan di Gedung Fakultas Hukum Universitas Pasundan Bandung, Jl. Lengkong Dalam No. 17 Bandung;
 2. Perpustakaan di Gedung Bandung *Creative* Hub, Jl. Laswi No.7, Kacapiring, Kec. Batununggal, Kota Bandung, Jawa Barat;
- b. Instansi Tempat Penelitian

1. Kantor Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Kota Bandung, Jl. Bojong Raya No.94, Caringin, Kec. Bandung Kulon, Kota Bandung, Jawa Barat.