

# cek

*by* Gelora Martanti 3

---

**Submission date:** 25-Feb-2023 04:36PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2022694647

**File name:** 6387-18080-1-RV.doc (207.5K)

**Word count:** 5172

**Character count:** 37192

# Perlindungan Konsumen bagi Penyandang Disabilitas pada Sektor Perdagangan Online

**Gelora Martanti**

Fakultas Hukum, Magister Ilmu Hukum, Universitas Indonesia, Kota Depok, Indonesia  
geloramartanti@gmail.com

## Abstrak

Perkembangan teknologi digital sangat mempengaruhi peningkatan penggunaan *e-commerce* atau *marketplace*. Dari ratusan juta pengguna aktif *e-commerce* di Indonesia, dapat dipastikan bahwa diantaranya merupakan penyandang disabilitas. Namun sangat disayangkan para penyandang disabilitas menghadapi berbagai macam kendala pada saat menggunakan layanan *e-commerce*. Berdasarkan penelitian singkat atas layanan *customer care* pada aplikasi *marketplace* yang ada di Indonesia diketahui bahwa *marketplace* memiliki sarana dan cara yang berbeda dalam menangani aduan konsumen. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif yang menggunakan pendekatan kualitatif. Oleh karena itu, pada penelitian ini diperlukan standar fitur layanan pengaduan konsumen guna perlindungan konsumen yang wajib ada di setiap *marketplace* untuk menjamin bahwa seluruh konsumen termasuk konsumen dengan disabilitas bisa mendapatkan kemudahan untuk mengakses layanan pengaduan konsumen pada *marketplace* tempat mereka bertransaksi. Selanjutnya berdasarkan penelitian, diketahui bahwa hingga saat ini belum ada peraturan perundang-undangan yang secara khusus mengatur perlindungan konsumen bagi penyandang disabilitas pada sektor perdagangan online.

**Kata kunci:** *e-commerce*, *marketplace*, perlindungan konsumen, disabilitas.

## Abstract

*The advancement of digital technology greatly affects the usage enhancement of e-commerce or marketplaces. The hundreds of millions of active e-commerce users in Indonesia, can be certainly confirmed that some of them are people with disabilities. However, unfortunately those people with disabilities face various kinds of obstacles when using e-commerce services. Based on brief research on customer care services on marketplace applications in Indonesia, it is known that marketplaces have different instruments and procedures on handling consumer complaints. This research method uses normative juridical research methods that use a qualitative approach. Therefore, in this research consumer complaint services in every marketplace have to be standardized for the sake of consumer protection. consumer complaint services standard is needed to ensure that all consumers, including consumers with disabilities, can get easy access to consumer complaint services in the marketplace where they transact. Furthermore, based on research, it is known that there are not any regulations that specifically regulate consumer protection for people with disabilities especially in the online trading sector.*

**Keywords:** *e-commerce*, *marketplace*, *consumer protection*, *disabilities*

## 1. PENDAHULUAN

Kehadiran revolusi industri 4.0 sangat mempengaruhi perkembangan teknologi dan perekonomian suatu negara khususnya di sektor industri dan perdagangan. Hadirnya revolusi industry 4.0 menyebabkan sektor industri dan perdagangan memasuki era ekonomi digital. Era ekonomi digital dimulai pada tahun 1980-an yang diawali dengan

berkembangnya *personal computer* dan internet.<sup>1</sup> Di Indonesia penggunaan internet berkembang di tahun 2000an dan terus meningkat pesat hingga saat ini. Perkembangan penggunaan internet di Indonesia dipengaruhi oleh meningkatnya pengguna *smartphone*<sup>2</sup> yang pada akhirnya sangat mempengaruhi perkembangan ekonomi digital.

Salah satu bentuk <sup>17</sup> ruang bisnis dalam era ekonomi digital adalah melalui perdagangan elektronik. Dikutip dari Investopedia, perdagangan elektronik atau *e-commerce* adalah model bisnis yang dapat digunakan oleh perusahaan atau individu untuk menjual atau membeli barang atau jasa melalui internet secara online.<sup>3</sup> Secara umum *e-commerce* terbagi dalam beberapa jenis yaitu:<sup>4</sup> 1) *Business to business* 2) *Business to consumer* 3) <sup>16</sup> *Business to consumer*. 5) *Business to Administration*, Pada jenis *e-commerce* ini pelaku bisnis akan menawarkan berbagai jenis produk yang dibutuhkan untuk operasionalisasi dan proyek pemerintah. Transaksi jenis ini dilakukan dengan mengajukan tender.<sup>5</sup> 5) *Consumer to Administration*<sup>6</sup>; 6) *Online to Offline*<sup>7</sup>.

Pada era digital saat ini, *e-commerce* sangat diminati dan terus berkembang pesat untuk mengakomodir kebutuhan konsumen, karena memberikan banyak keuntungan dan kemudahan bagi penjual dan pembeli. Bagi penjual keuntungannya adalah:<sup>8</sup> (1) memperluas pangsa pasar; (2) menghemat biaya pemasaran atau promosi; (3) tidak perlu mengeluarkan biaya untuk menyewa tempat untuk berjualan; (4) barang dagangan bisa *display* atau dipasarkan selama 24 jam; (5) meminimalisir jumlah sumber daya manusia, terutama yang bertugas untuk pemasaran; dan (6) dapat bertransaksi dimanapun kapanpun. Sedangkan bagi konsumen keuntungan berbelanja melalui *e-commerce* adalah hemat dari segi biaya dan waktu karena pembeli tidak perlu pergi jauh-jauh untuk mencari barang yang diinginkan.<sup>9</sup>

Salah satu bentuk atau model *e-commerce* (<sup>17</sup> perdagangan online) adalah *marketplace* atau layanan jual beli online yang merupakan platform tempat bertemunya atau perantara antara penjual dan pembeli.<sup>10</sup> Di *marketplace* pelaku bisnis tidak hanya mempromosikan produk penjual saja namun juga memberikan layanan transaksi keuangan

13

<sup>1</sup> Kementerian Komunikasi dan Informatika Badan Penelitian dan Pengembangan SDM Puslitbang Aptika dan IKP, *Perkembangan Ekonomi Digital Di Indonesia: Strategi Dan Sektor Potensial* (Jakarta: Puslitbang Aptika dan IKP, 2019).

<sup>2</sup> Leski Rizkinaswara, "Ekonomi Digital Jadi Penopang Perekonomian Di Tengah Pandemi," Kominfo, 2020, <https://aptika.kominfo.go.id/2020/09/ekonomi-digital-jadi-penopang-perekonomian-di-tengah-pandemi/>.

<sup>3</sup> Rie, "E-Commerce," Kominfo, 2014, <https://bpptik.kominfo.go.id/2014/12/19/645/e-commerce/>.

<sup>4</sup> Muhammad Idris, "Pengertian E-Commerce Dan Bedanya Dengan Marketplace."

<sup>5</sup> <sup>16</sup> Jurnal Entrepreneur, "7 Jenis Bisnis E-Commerce," Jurnal id, n.d., <https://www.jurnal.id/id/blog/jenis-e-commerce-untuk-kembangkan-bisnis/>.

<sup>6</sup> Ibid.

<sup>7</sup> Ibid.

<sup>8</sup> Rie, "E-Commerce."

<sup>9</sup> Ibid.

<sup>10</sup> Ibid.

secara *online*.<sup>11</sup> Untuk melihat jumlah sebagian pengguna *e-commerce* di Indonesia, antara lain dapat dilihat dari jumlah pengguna aktif *marketplace* yang ada di Indonesia. Berdasarkan data di tahun 2021, jumlah pengguna aktif *marketplace* terbesar di Indonesia adalah Tokopedia dengan pengguna aktif mencapai 135,1 juta, Shopee 127,4 juta, Lazada 30.5 juta, Bukalapak 34.2 juta, Blibli 19,6 juta, dan JD.ID 4.1 juta.<sup>12</sup>

Terlepas dari kemudahan dan keunggulannya, penggunaan *e-commerce* juga memiliki kekurangan yang utamanya lebih merugikan di pihak konsumen (pembeli), antara lain yaitu: konsumen tidak dapat melihat/menyentuh/mencoba barang secara langsung sebelum membeli<sup>13</sup> sehingga besar kemungkinan konsumen tidak menerima informasi yang benar-benar lengkap sebelum memutuskan untuk membeli barang. Misalnya apakah warna/bahan barang sesuai yang ditampilkan pada foto, ukuran barang sesuai yang dimaksud, atau dalam hal barang elektronik apakah barang berfungsi dengan baik. Berdasarkan data Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, pada tahun 2021 tercatat bahwa dari 9.393 layanan pengaduan konsumen yang masuk ke Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga, sebanyak 95,3% atau 8.949 konsumen membuat pengaduan di sektor perdagangan elektronik (*e-commerce*) sebagai akibat dari peningkatan transaksi elektronik oleh konsumen selama masa pandemi Covid-19. Pengaduan tersebut antara lain meliputi:<sup>14</sup> “1) Pengembalian dana (*refund*); 2) Pembelian barang yang tidak sesuai dengan perjanjian atau rusak; 3) Barang tidak diterima konsumen; 4) Pembatalan sepihak oleh pelaku usaha; 4) Waktu kedatangan barang tidak sesuai dengan yang dijanjikan; 5) Penipuan belanja daring; dan 5) Penggunaan aplikasi media sosial yang tidak berfungsi.”

Dari sekian juta pengguna aktif *e-commerce* di Indonesia, dapat dipastikan bahwa diantaranya merupakan penyandang disabilitas, karena berdasarkan data Survei Sosial-Ekonomi Nasional (Susenas) 2019, jumlah penyandang disabilitas di Indonesia sebesar 9,7 persen dari jumlah penduduk, atau sekitar 26 juta orang.<sup>15</sup> “Penyandang Disabilitas berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2016 tentang Penyandang Disabilitas (UU Penyandang Disabilitas) adalah setiap orang yang mengalami keterbatasan fisik, intelektual, mental, dan/atau sensorik dalam jangka waktu lama yang dalam berinteraksi

---

<sup>11</sup> Jurnal Entrepreneur, “7 Jenis Bisnis E-Commerce.”

<sup>12</sup> “Pengguna Marketplace Semakin Tinggi, Belanja Online Diminati,” Kabar Bisnis, 2022, <https://www.kabarbisnis.com/read/28113415/pengguna-marketplace-semakin-tinggi-belanja-online-diminati>.

<sup>13</sup> Rie, “E-Commerce.”

<sup>14</sup> Arief Rahman Hakim, “Pengaduan Konsumen Naik 10 Kali Lipat Di 2021, Terbanyak Soal E-Commerce,” Liputan6, 2022, <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4854185/pengaduan-konsumen-naik-10-kali-lipat-di-2021-terbanyak-soal-e-commerce>.

<sup>15</sup> “Hak Aksesibilitas Kesehatan Untuk Penyandang Disabilitas,” Article 33 Indonesia, 2021, <https://article33.or.id/id/berita/tempo-co-hak-aksesibilitas-kesehatan-untuk-penyandang-disabilitas/>.

dengan lingkungan dapat mengalami hambatan dan kesulitan untuk berpartisipasi secara penuh dan efektif dengan warga negara lainnya berdasarkan kesamaan hak.”<sup>16</sup>

Penelitian sebelumnya oleh Pawestri (2017) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa perlindungan terhadap penyandang disabilitas untuk bisa memenuhi haknya maka harus disesuaikan dengan perspektif Hak Asasi Manusia (HAM) dan peraturan perundang-undangan terkait.<sup>17</sup> Apabila suatu saat penyandang disabilitas mengalami kendala seperti kerusakan atau kehilangan, dalam penjelasan Manalip (2015) menjelaskan bahwa sudah merupakan tanggung jawab dari penyedia jasa bisa dilakukan apabila ada kerugian akibat kerusakan barang yang telah memiliki perjanjian kerjasama yang terpisah dari tanda terima sehingga bisa dituntut penggantian secara lebih layak.<sup>18</sup>

Berdasarkan penelitian Sasana Inklusi dan Gerakan Advokasi Difabel (SIGAB) Indonesia bersama Lembaga Konsumen Yogyakarta (LKY) dengan dukungan *Deutsche Gesellschaft Fur Internationale Zusammenarbeit (GIZ)* Indonesia tentang Perlindungan Konsumen Disabilitas di Sektor *E-commerce*, diketahui bahwa para penyandang disabilitas menghadapi berbagai macam kendala pada saat menggunakan layanan *e-commerce*.<sup>19</sup> Dalam sudut pandang hukum perlindungan konsumen, kelompok disabilitas juga termasuk dalam pengertian “konsumen” yang perlu mendapatkan perlindungan. Sebagaimana diatur dalam Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen). Namun sangat disayangkan hingga saat ini perlindungan konsumen bagi penyandang disabilitas masih belum semuanya terpenuhi dan belum menjadi perhatian khusus, diantaranya yaitu perlindungan konsumen bagi penyandang disabilitas pada sektor perdagangan *online* di tengah meningkatnya kebutuhan penggunaan aplikasi belanja *online*.

## 2. METODE

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana perlindungan konsumen bagi penyandang disabilitas pada sektor perdagangan *online*, oleh karena itu, dilihat dari tujuannya penelitian ini termasuk ke dalam penelitian yuridis normatif yang dilakukan dengan cara meneliti apa yang terdapat di dalam bahan pustaka atau data sekunder, atau disebut juga sebagai penelitian hukum doktrinal.<sup>20</sup> Penelitian dimaksudkan untuk melihat keselarasan dalam suatu tata hukum. Pada penelitian hukum jenis ini hukum dikonsepsikan sebagai apa yang tertulis di dalam peraturan perundangan atau hukum dilihat sebagai

---

<sup>16</sup> Lugas Subarkah, “Kalangan Difabel Masih Kesulitan Mengakses E-Commerce,” *Harian Jogja*, 2021, <https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2021/12/17/512/1091098/kalangan-difabel-masih-kesulitan-mengakses-e-commerce>.

<sup>17</sup> Aprilia Prawesti, “Hak Penyandang disabilitas dalam perspektif Ham International dan Ham Nasional,” *Era Hukum* 15 no. 1 (2017): 164-82

<sup>18</sup> Demy Amelia A Manalip, “Perlindungan Konsumen Terhadap Tanggung Jawab Pengangkut Atas Pengangkutan Barang Melalui Pesawat,” *Lex Privatum* 3 No 2 (2015): 48-49.

<sup>19</sup> *Ibid.*

<sup>20</sup> Soerjono Soekanto; Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat, Cetakan Ke-11* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009).

kaidah yang berfungsi sebagai acuan bagi manusia dalam bertingkah laku yang dianggap pantas.<sup>21</sup>

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan pengumpulan studi dokumen karena penelitian ini mencoba untuk membangun atau menghasilkan sebuah teori dari bawah (induktif). Pendekatan kualitatif ini bertitikberatkan pada data tertulis, lisan, dan perilaku nyata.<sup>22</sup> Penelitian dilakukan dengan mengumpulkan data/informasi, kemudian mengklasifikasi data berdasarkan kategori-kategori dalam upaya menemukan pola atas realitas/gejala yang terjadi. Penelitian dilakukan dengan mengkaji peraturan perundang-undangan terkait perlindungan konsumen, informasi dan transaksi elektronik, dan penyandang disabilitas, serta dokumen-dokumen terkait pelaksanaan dan perkembangan perlindungan konsumen bagi penyandang disabilitas pada sektor perdagangan *online*.

Sumber data utama dalam penelitian ini diperoleh dari data sekunder yang terdiri dari Bahan hukum primer, yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat berupa peraturan perundang-undangan terkait perlindungan konsumen, informasi dan transaksi elektronik, dan penyandang disabilitas. Bahan hukum sekunder, yaitu bahan-bahan yang erat kaitannya dengan bahan hukum primer, yang dapat memberikan penjelasan terhadap bahan-bahan hukum primer<sup>23</sup> berupa buku-buku dan hasil penelitian terkait perlindungan konsumen khususnya pada sektor perdagangan *online*. Kemudian Bahan hukum tersier, yaitu bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, seperti kamus.<sup>24</sup>

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Perlindungan Konsumen Bagi Penyandang Disabilitas

Dalam Perkembangannya sistem perlindungan konsumen terus tumbuh dan berkembang semakin kompleks seiring dengan berkembangnya pola perekonomian yang makin lama makin pesat mengimbangi berbagai kebutuhan masyarakat modern. Perhatian terhadap perlindungan Konsumen mengalami perkembangan yang sangat signifikan dan menjadi objek kajian bidang ekonomi, sosial, politik dan hukum utamanya di Amerika Serikat bahkan semenjak akhir abad ke-19.<sup>25</sup> Dalam hal hak konsumen John F. Kennedy pernah mengemukakan empat hak dasar konsumen, yaitu:<sup>26</sup> *The right to safe products, The*

---

<sup>21</sup> Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012).

<sup>22</sup> Sri Mamudji, et al., *Metode Penelitian Dan Penulisan Hukum* (Jakarta: Badan Penerbit Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2005).

<sup>23</sup> Soekanto Soerjono, *Pengantar Penelitian Hukum* (Jakarta: UI Press, 1989).

<sup>24</sup> Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*.

<sup>25</sup> Abdul Halim Barkatullah, "Urgensi Perlindungan Hak-Hak Konsumen Dalam Transaksi Di E-Commerce," *Jurnal Hukum* 2, no. 14 (2007): 253, <https://doi.org/https://doi.org/10.20885/iustum.vol14.iss2.art8>.

<sup>26</sup> Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000).

*right to be informed about products, The right to definite choices in selecting products, The right to be heard regarding consumer interes*<sup>8</sup>

Di Indonesia, ahli mendefinisikan Hukum Perlindungan Konsumen sebagai 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.<sup>27</sup> Selanjutnya menurut Prof. Dr. Mochtar Kusumaatmadja, hukum Perlindungan konsumen 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.<sup>28</sup> Menurut Az. Nasution definisi “Hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang dan/atau jasa) konsumen antara penyedia dan penggunaannya dalam kehidupan bermasyarakat.”<sup>29</sup>

Pengaturan mengenai perlindungan konsumen di Indonesia diawali dengan disahkannya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen) pada tanggal 20 April 1999. Salah satu alasan pembentukan UU Perlindungan Konsumen adalah upaya pemberdayaan konsumen tanpa bermaksud untuk mematikan usaha para pelaku usaha. Perlindungan konsumen dapat mendorong iklim berusaha yang sehat yang dapat melahirkan perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas.<sup>30</sup>

Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen ini dirumuskan dengan mengacu pada filosofi pembangunan nasional bahwa pembangunan nasional termasuk pembangunan hukum yang memberikan perlindungan terhadap konsumen adalah dalam rangka membangun manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah kenegaraan Republik Indonesia yaitu dasar negara Pancasila dan konstitusi negara Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945.<sup>31</sup> Hak-hak dalam UU Perlindungan Konsumen merupakan penjabaran dari pasal-pasal pada UUD NRI 1945, yaitu Pasal 27 ayat (2) yang berbunyi *tiap-tiap warga negara berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan* dan Pasal 33 ayat (1) dan ayat (4) yang menjelaskan mengenai Perekonomian pada penyusunan dan penyelenggarannya dilakukan secara bersama-sama atas dasar *demokrasi ekonomi dengan* mengeneponkan *prinsip kebersamaan dan efisiensi* keadilan agar terjaganya keseimbangan dan kemajuan dari kesatuan ekonomi nasional.

---

<sup>27</sup> Kurniawan, *Hukum Perlindungan Konsumen: Problematika Kedudukan Dan Kekuatan Putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)* (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011).

<sup>28</sup> Abdul Halim Barkatullah, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Transaksi E-Commerce Lintas Negara Di Indonesia* (Yogyakarta: FH UII Press, 2009).

<sup>29</sup> Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar* (Jakarta: Diadit Media, 2011).

<sup>30</sup> “Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen” (n.d.).

<sup>31</sup> Ibid.

Dengan melihat betapa pentingnya hak-hak konsumen, melahirkan pemikiran bahwa hak-hak konsumen merupakan generasi keempat hak asasi manusia, yang merupakan kata kunci dalam konsepsi hak asasi manusia untuk perkembangan di masa yang akan datang.<sup>32</sup> Asas-asas perlindungan konsumen di Indonesia, yaitu:<sup>33</sup> “1)Asas manfaat, dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan; 2) Asas keadilan, dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat Indonesia diwujudkan 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 materil maupun spiritual; 4) Asas keamanan dan keselamatan konsumen, dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan. 5)Asas kepastian hukum, dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.”

Tujuan dari Perlindungan Konsumen di Indonesia, yaitu agar bisa meningkatkan kesadaran, kemandirian dan kemampuan serta bisa mengangkat harkat dan martabat konsumen agar bisa menghindari dari akses negatif pemakaian barang atau jasa yang dilakukan dengan cara menciptakan sistem perlindungan yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi dan menumbuhkan kesadaran pelaku agar bisa bertanggung jawab dan memiliki sikap yang jujur dalam berusaha sehingga dengan semua upaya tersebut bisa menumbuhkan peningkatan dari kualitas barang dan jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen dari hak yang seharusnya didapatnya.<sup>34</sup>

Hak-hak konsumen yang diatur pada UU Perlindungan Konsumen meliputi:<sup>35</sup> “1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. 2) Hak untuk memilih barang dan/jasa serta mendapatkan barang dan/ atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. 3) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/ atau jasa yang digunakan. 5) Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan konsumen secara patut. 6) Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen. 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif. 8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima

---

<sup>32</sup> Barkatullah, “Urgensi Perlindungan Hak-Hak Konsumen Dalam Transaksi Di E-Commerce.”

<sup>33</sup> Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>34</sup> Ibid.

<sup>35</sup> Ibid.

tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. 9) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.”

Penyandang disabilitas merupakan konsumen yang seharusnya mendapatkan perlindungan lebih dari konsumen non-disabilitas pada umumnya. Negara Republik Indonesia yang berdasarkan Pancasila dan UUD NRI 1945 menghormati dan menjunjung tinggi harkat dan martabat manusia. Hak asasi manusia sebagai hak dasar yang secara kodrati melekat pada diri manusia bersifat universal, perlu dilindungi, dihormati, dan dipertahankan, sehingga Pelindungan dan hak asasi manusia terhadap kelompok rentan, khususnya Penyandang Disabilitas. Penghormatan, Pelindungan, dan Pemenuhan hak Penyandang Disabilitas merupakan kewajiban negara. Hal ini juga ditegaskan dalam Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia, sehingga masyarakat mempunyai tanggung jawab untuk menghormati hak Penyandang Disabilitas. Penyandang Disabilitas selama ini mengalami banyak Diskriminasi yang berakibat belum terpenuhinya pelaksanaan hak Penyandang Disabilitas.<sup>36</sup>

Pada tahun 2016, pemerintah telah mengesahkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2016 tentang Penyandang Disabilitas (UU Penyandang Disabilitas) dengan sembilan peraturan turunan dari undang-undang tersebut. Berdasarkan UU Penyandang Disabilitas, ragam Penyandang Disabilitas meliputi:<sup>37</sup>

Penyandang Disabilitas fisik	“Pihak yang mengalami terganggunya fungsi gerak, antara lain amputasi, lumpuh layuh atau kaku, paraplegi, <i>celebral palsy</i> (CP), akibat stroke, akibat kusta, dan orang kecil.
Penyandang Disabilitas intelektual	terganggunya fungsi pikir karena tingkat kecerdasan di bawah rata-rata, antara lain lambat belajar, disabilitas grahita dan down syndrom.
Penyandang Disabilitas mental	terganggunya fungsi pikir, emosi, dan perilaku, antara lain psikososial di antaranya skizofrenia, bipolar, depresi, anxietas, dan gangguan kepribadian; dan disabilitas perkembangan yang berpengaruh pada kemampuan interaksi sosial di antaranya autisme dan hiperaktif.
Penyandang Disabilitas sensorik	yaitu adalah terganggunya salah satu fungsi dari panca indera, antara lain disabilitas netra, disabilitas runtu, dan/atau disabilitas wicara.”

Sumber: diolah dari peraturan perundang-undangan

Hak Penyandang disabilitas, yaitu:<sup>38</sup> “hidup; bebas dari stigma; privasi; keadilan dan perlindungan hukum; mendapatkan pendidikan, pekerjaan, kewirausahaan, dan

<sup>36</sup> “Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2016 Tentang Penyandang Disabilitas” (n.d.).

<sup>37</sup> Ibid.

<sup>38</sup> Ibid.

koperasi; kesehatan; dapat berpartisipasi kedalam kegiatan politik, keagamaan, keolahragaan, kebudayaan dan pariwisata, kesejahteraan sosial, Aksesibilitas; Pelayanan Publik; Pelindungan dari bencana; habilitasi dan rehabilitasi; Konsesi; pendataan; hidup secara mandiri dan dilibatkan dalam masyarakat; berekspresi, berkomunikasi, dan memperoleh informasi; berpindah tempat dan kewarganegaraan; dan bebas dari tindakan Diskriminasi, penelantaran, peniksaan, dan eksploitasi.”

UU Perlindungan Konsumen tidak secara jelas menyebut atau mengatur konsumen yang berkebutuhan khusus (disabilitas) namun dalam pengertian konsumen pada UU Perlindungan Konsumen Pasal 1 angka 2 yang menyebutkan: “*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.*” maka konsumen penyandang disabilitas termasuk konsumen yang juga dilindungi oleh UU Perlindungan Konsumen. Apabila dikaitkan dengan hak penyandang disabilitas pada UU Penyandang Disabilitas, Perlindungan Konsumen bagi penyandang disabilitas terkait dengan pemenuhan hak atas aksesibilitas. Dalam UU Penyandang Disabilitas, pengertian aksesibilitas adalah kemudahan yang disediakan untuk Penyandang Disabilitas guna mewujudkan Kesamaan Kesempatan.<sup>39</sup> Hak Aksesibilitas untuk Penyandang Disabilitas meliputi hak:<sup>40</sup> agar bisa mendapatkan Aksesibilitas untuk memanfaatkan fasilitas publik; dan Akomodasi yang Layak sebagai bentuk Aksesibilitas bagi individu.

Berdasarkan ketentuan di atas, aksesibilitas bagi disabilitas diberikan dengan tujuan yang menunjang aktivitas bagi disabilitas tersebut untuk dapat menjalani hidup dengan standar dan kualitas yang sama dengan masyarakat lainnya.<sup>41</sup> Kemudian juga karena penyandang disabilitas merupakan penyandang hak yang dilindungi oleh UU Perlindungan konsumen maka sudah seharusnya berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2016 tentang Penyandang disabilitas mengatur bahwa penyandang disabilitas memiliki hak untuk memperoleh informasi yang sebenar-benarnya terutama dalam transparansi penggunaan jasa di marketplace.<sup>42</sup>

### **3.2 Perlindungan Konsumen Bagi Penyandang Disabilitas pada Sektor Perdagangan Online**

Apabila ditelaah menggunakan UU Perlindungan Konsumen, secara umum perlindungan konsumen pada sektor layanan jual beli *online* diatur pada: Pasal 4 mengenai hak-hak konsumen dan Pasal 7 mengenai kewajiban pelaku usaha dan Pasal 8 mengenai

---

<sup>39</sup> Ibid.

<sup>40</sup> Ibid.

<sup>41</sup> “Pentingnya Aksesibilitas Bagi Disabilitas,” Legalku, n.d., <http://www.legalku.com/pentingnya-aksesibilitas-bagi-disabilitas/#!>

<sup>42</sup> Maria Petronela W. M, Agnes Widanti S, Edward Kurnia Setiawan Limijadi, *Analisis Pelaksanaan Pemenuhan Hak Atas Informasi dan Hak Kesehatan Reproduksi Perempuan Penyandang Disabilitas Di Kota Semarang*, USM Law Review, Vol 4 No 2 Tahun 2021, 1-18

perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha serta Pasal 62 yang mengatur sanksi bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan perlindungan konsumen.<sup>43</sup>

Sektor perdagangan online diatur secara khusus melalui Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, yang merupakan amanat dari Pasal 66 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Apabila ditelaah melalui peraturan pemerintah tersebut “perdagangan online” adalah termasuk pada “perdagangan melalui sistem elektronik”. Perdagangan Melalui Sistem Elektronik adalah Perdagangan yang transaksi dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik.<sup>44</sup> Lingkup perdagangan melalui sistem elektronik mencakup semua kegiatan Perdagangan yang dilakukan dengan menggunakan berbagai moda dan jenis sistem komunikasi elektronik, baik yang *online* maupun secara *off-line*.<sup>45</sup>

Dalam melakukan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, para pihak harus memperhatikan prinsip:<sup>46</sup>

1. “Itikad baik, yaitu merupakan pihak pelaku usaha serta konsumen yang ada dalam kegiatan perdagangan yang dilakukan melalui sistem elektronik yang wajib memiliki itikad baik, dimana apabila dilanggar maka dapat membatalkan kesepakatan yang terjadi diantara para pihak dengan tidak mengurangi atau mengabaikan hak-hak dari pihak yang memiliki itikad baik dalam melakukan perdagangan di sistem elektronik.
2. Kehati-hatian, yaitu pelaku usaha dan konsumen wajib untuk bersikap hati-hati pada saat melakukan kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik, dimana segala informasi elektronik sehubungan dengan pelaku usaha, konsumen, barang dan/atau jasa yang menjadi obyek perdagangan serta syarat dan kondisi dari perdagangan barang atau jasa melalui sistem elektronik wajib dipahami dengan baik.
3. Transparansi, yaitu pelaku usaha dan konsumen wajib secara transparan menyampaikan segala informasi elektronik sehubungan dengan pelaku usaha, konsumen, barang atau jasa yang menjadi obyek perdagangan serta persyaratan dan ketentuan dari perdagangan barang dan/atau jasa melalui sistem elektronik wajib dipahami dengan baik.
4. Keterpercayaan, yaitu pelaku usaha wajib membangun sistem elektronik dengan baik yang layak dipercaya demi menjaga kepercayaan pengguna sistem terhadap sistem elektronik yang diselenggarakannya.
5. Akuntabilitas, yaitu perdagangan melalui sistem elektronik wajib dilakukan oleh para pelaku usaha dan konsumen secara akuntabel dengan memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan dan etika yang berlaku umum.”

---

<sup>43</sup> Meliana Kamila, Imam Haryanto, *Tanggung Jawab Hukum Perusahaan Ekspedisi atas hilangnya barang konsumen*, Jurnal USM Law Review, Vol 5 No 2 Tahun 2022, hlm. 1-21

<sup>44</sup> *Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*, PP No. 80 Tahun 2019, LN No. 222 Tahun 2019, TLN No. 6420, Pasal 1 angka 2.

<sup>45</sup> *Ibid.*, Penjelasan Umum.

<sup>46</sup> *Ibid.*, Pasal 3 dan Penjelasan Pasal 3.

6. <sup>5</sup> Keseimbangan, yaitu pelaku usaha dan konsumen wajib menjamin bahwa hubungan hukum yang dilakukan dilandasi oleh semangat untuk saling menguntungkan sesuai dengan harapan dan pengorbanan yang diberikan oleh masing-masing pihak.
7. Adil dan sehat, yaitu adanya kesetaraan kesempatan dan kedudukan dalam kegiatan usaha antar pelaku usaha pmse untuk mewujudkan iklim usaha yang kondusif sehingga menjamin adanya kepastian dan kesempatan berusaha yang sama.

Perdagangan Melalui Sistem Elektronik merupakan hubungan hukum privat yang dapat dilakukan antara:<sup>47</sup> Pelaku Usaha dengan Pelaku Usaha, Pelaku Usaha dengan Konsumen, Pribadi dengan Pribadi, sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; dan instansi penyelenggara negara dengan Pelaku Usaha, sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Kegiatan dan transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik harus memenuhi aspek kewajiban Perdagangan pada umumnya terutama kejelasan informasi baik unsur subyektif maupun obyektif. “Hal tersebut mengamanatkan kejelasan legalitas dalam transaksi elektronik, baik sebelum terjadinya transaksi, pelaksanaan transaksi, dan pasca transaksi.<sup>48</sup> Dalam setiap Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Pelaku Usaha wajib<sup>49</sup> memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang identitas subyek hukum yang didukung dengan data atau dokumen yang sah serta menyampaikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan terhadap barang dan/atau jasa yang diperdagangkan termasuk sistem elektronik yang digunakan sesuai karakteristik fungsi dan perannya dalam transaksi tersebut; dan memenuhi ketentuan etika periklanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.”

Informasi yang benar, jelas, dan jujur sebagaimana dimaksud di atas adalah mengenai:<sup>50</sup> kebenaran dan keakuratan informasi; kesesuaian antara informasi iklan dan fisik barang; kelayakan konsumsi barang atau jasa; legalitas barang atau jasa; dan kualitas, harga, dan aksesibilitas barang atau jasa.

Kemajuan teknologi informasi digital telah mengubah perilaku manusia tanpa terkecuali masyarakat disabilitas. Namun pada kenyataannya konsumen disabilitas masih menemui hambatan dalam kegiatan berbelanja secara *online*.<sup>51</sup> Secara khusus terkait perlindungan konsumen sektor layanan jual beli online bagi Penyandang Disabilitas, selain merujuk pada UU Perlindungan Konsumen, UU ITE, PP Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, dan PP Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, serta perlu dikaitkan juga pada UU Penyandang Disabilitas terutama pada Pasal 18 mengenai pemenuhan hak atas aksesibilitas. Namun, sayangnya regulasi-regulasi yang telah ada ini belum secara rinci mengatur secara spesifik perlindungan konsumen disabilitas dalam konteks aksesibilitas yang layak bagi konsumen disabilitas khususnya pada sektor jual beli online.

<sup>47</sup> “Pentingnya Aksesibilitas Bagi Disabilitas.”

<sup>48</sup> Ibid.

<sup>49</sup> Ibid.

<sup>50</sup> Ibid.

<sup>51</sup> “Kemajuan E-Commerce Belum Ramah Terhadap Konsumen Difabel,” Hukum Online, 2021, <https://www.hukumonline.com/berita/a/kemajuan-e-commerce-belum-ramah-terhadap-konsumen-difabel-1t61bda83a1efe0>.

<sup>2</sup> Menurut WHO jumlah disabilitas di dunia mencapai 15%-20%. Meski di Indonesia masyarakat disabilitas tidak mencapai 15%, namun hal ini bukan tidak mungkin luput dari perhatian pemerintah, khususnya untuk masyarakat rentan yaitu masyarakat disabilitas. Dalam situasi pandemi yang memungkinkan seseorang untuk tetap di rumah menjadikan kegiatan sehari-hari, seperti berbelanja hanya bisa dilakukan melalui *e-commerce*. Hasil survei SIGAB menyatakan bahwa frekuensi penggunaan *e-commerce* bagi konsumen disabilitas mencapai 50% setiap minggunya. “Ini menunjukkan bahwa sebenarnya sangat potensial bagi konsumen disabilitas menjadi konsumen aktif dengan jumlah transaksi yang besar di sektor *e-commerce*.”<sup>52</sup>

<sup>7</sup> Selanjutnya dalam diseminasi penelitian SIGAB Indonesia bersama Lembaga Konsumen Yogyakarta (LKY) dengan dukungan *Deutsche Gesellschaft Fur Internationale Zusammenarbeit (GIZ)* Indonesia tentang Perlindungan Konsumen Disabilitas di Sektor *e-commerce*, telah ditemukan kendala bahwa:<sup>53</sup> a) Platform *e-commerce* yang tersedia saat ini belum aksesibel untuk ragam disabilitas; b) Akses informasi yang kurang baik terkait fungsi-fungsi pada aplikasi maupun informasi mengenai produk barang dan jasa yang ditawarkan atau dijual di lapak-lapak pada platform aplikasi *e-commerce* menyebabkan penyandang disabilitas kerap memperoleh informasi yang keliru mengenai barang atau jasa yang dipesannya; <sup>54</sup>c) Terhadap layanan purna jual seperti penukaran barang yang tidak sesuai yang dibeli maupun layanan pengaduan jika barang atau jasa tidak seperti yang dijanjikan; d) Terhadap konsumen dengan disabilitas netra mengalami kendala pada tombol navigasi yang ada di laman web dan aplikasi tidak diberikan keterangan yang bisa dibaca alat bantu pembaca layar; e) Terhadap konsumen dengan disabilitas daksa mengalami kendala dalam proses pembayaran di *e-commerce*. Durasi pembayaran yang terlalu singkat menjadi hambatannya. Perlu diketahui disabilitas daksa punya tingkat gerak yang berbeda; f) Terhadap konsumen dengan disabilitas tuli mengalami kendala dalam transaksi yang menggunakan telepon tanpa ada teks yang bisa dibaca; g) Dari sisi mekanisme komplain, disabilitas masih kesulitan mengakses layanan komplain yang disediakan oleh platform *e-commerce*.

<sup>3</sup> Dalam rangka memperkuat upaya perlindungan hak aksesibilitas dan memberi perhatian lebih untuk konsumen disabilitas, Badan Perlindungan Konsumen Nasional Republik Indonesia (BPKN-RI) telah melakukan kajian yang mengungkap permasalahan penyediaan transportasi dan *e-commerce* dalam menyediakan kebutuhan hak penyandang disabilitas. Kajian tersebut dilatarbelakangi oleh kondisi penyandang disabilitas yang masih hidup dalam kerentanan dan cenderung dibedakan, dengan ditunjukkan oleh minimnya fasilitas dan akses pada moda transportasi maupun fasilitas umum bagi penyandang disabilitas. Di sisi lain, tingginya pengguna *e-commerce* terutama selama pandemi COVID-19 belum diiringi dengan kesiapan pemerintah dalam memberikan

---

<sup>52</sup> Ibid.

<sup>53</sup> Subarkah, “Kalangan Difabel Masih Kesulitan Mengakses E-Commerce.”

<sup>54</sup> Anwar sadad, “Perlindungan Hukum Terhadap transaksi E Commerce Lovebird berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen” *USM Law Review* Vol 1 No 2

kemudahan bagi penyandang disabilitas untuk mengakses *e-commerce*.<sup>55</sup> “Sebagai akibat dari adanya kebijakan pembatasan akibat pandemi COVID-19, penelitian hanya dilakukan di Bandar Lampung dan Yogyakarta. Dalam kajian ini, BPKN telah menggandeng beberapa narasumber seperti Ketua Organisasi Sasana Inklusi dan Gerakan Advokasi Difabel (SIGAB), Asosiasi *E-commerce* Indonesia (iDEA), serta Direktur Kementerian Sosial. Pada tingkat daerah, BPKN bekerja sama dengan Pemerintah Daerah Yogyakarta, Dinas Perhubungan Kota Yogyakarta, Dinas Kominfo Yogyakarta, Dinsos Ketenagakerjaan Yogyakarta, Dinas Perdagangan Yogyakarta, Pemerintah Daerah Kota Bandar Lampung, Dinas Perhubungan Daerah Kota Bandar Lampung, Dinas Sosial Kota Bandar Lampung, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandar Lampung, Ketua YLKI Kota Bandar Lampung, Perwakilan APJII Kota Bandar Lampung, Ketua DPP Organda Kota Bandar Lampung dan Media lokal Lampung.”<sup>56</sup>

Setelah melalui serangkaian diskusi dan kunjungan, terkait konsumen disabilitas pada sektor *e-commerce*, disimpulkan bahwa sarana dan prasarana bagi disabilitas dalam sektor *e-commerce* masih kurang. “Penyandang disabilitas juga perlu akses *screen reader* untuk menikmati kemajuan teknologi digital seperti yang bisa dipakai penyandang disabilitas dari layar ponsel mereka masing-masing. Selain itu, masih diperlukan sosialisasi perlindungan konsumen bagi konsumen disabilitas, serta edukasi ke masyarakat untuk meningkatkan *awareness* kepada para penyandang disabilitas agar dapat saling membantu.”<sup>57</sup>

3 Menindaklanjuti temuan terkait kendala konsumen disabilitas pada sektor *e-commerce*, BPKN-RI sebagai lembaga yang mempunyai fungsi memberikan saran dan pertimbangan kepada Pemerintah dalam rangka penyusunan kebijakan di bidang perlindungan konsumen, merekomendasikan hal-hal sebagai berikut: <sup>58</sup> 1) Pelaku usaha *e-commerce* diharapkan dapat mengembangkan aplikasi digital yang ramah penyandang disabilitas agar para penyandang disabilitas dapat mengakses *e-commerce* dengan nyaman; 2) Mendorong seluruh pemerintah daerah agar membuat peraturan pelaksana dari UU Perlindungan Konsumen untuk mewujudkan aksesibilitas penyandang disabilitas pada sektor komunikasi digital; 2) Perlunya koordinasi antara pemerintah pusat dan daerah terkait pemenuhan hak atas sarana dan prasarana fasilitas pada sektor *e-commerce* untuk menunjang aktivitas penyandang disabilitas.

Terkait hal tersebut di atas, saya melakukan penelitian singkat atas layanan *customer care* pada aplikasi *marketplace* yang ada di Indonesia. Dari penelitian tersebut diketahui bahwa *marketplace* memiliki sarana dan cara yang berbeda dalam menangani aduan konsumen, sebagai berikut:

---

<sup>55</sup> Badan Perlindungan Konsumen Nasional Republik Indonesia, “BPKN Tekankan Pentingnya Aksesibilitas Dan Perhatian Lebih Bagi Konsumen Disabilitas Sektor E-Commer,” BPKN, n.d., <https://bpkn.go.id/posts/show/id/2532>.

<sup>56</sup> Badan Perlindungan Konsumen Nasional Republik Indonesia, “BPKN Soroti Pentingnya Aksesibilitas Dan Perhatian Lebih Bagi Konsumen Disabilitas Sektor E-Commerce Dan Transportasi,” BPKN, n.d., <https://bpkn.go.id/beritaterkini/detail/bpkn-soroti-pentingnya-aksesibilitas-dan-perhatian-lebih-bagi-konsumen-disabilitas-sektor-e-commerce>.

<sup>57</sup> Ibid.

<sup>58</sup> Ibid.

1. “*Marketplace* 1 menangani aduan konsumen melalui *live chat* atau email. Selain itu pada websitenya *marketplace* tersebut juga mencantumkan *Whatsapp* Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga Kementerian Perdagangan Republik Indonesia 085311111010.
2. *Marketplace* 2 menangani aduan konsumen melalui Pusat Bantuan dengan kumpulan *Frequently Ask Question* yang dibagi berdasarkan kategori (antara lain pembayaran, pesanan dan pengiriman, pengembalian barang dan dana, penjual dan mitra, penawaran dan hadiah, dan sebagainya). Selain itu *marketplace* tersebut juga menyediakan email yang terhubung dengan Tim Customer Service guna menangani aduan konsumen.
3. *Marketplace* 3 menangani aduan konsumen melalui *Helpline Center* dengan *Frequently Ask Question*, *live chat*, dan *hotline call* yang tersedia pada hari Senin s.d. Minggu pukul 09.00 s.d. 17.00 WIB.
4. *Marketplace* 4 menangani aduan konsumen melalui pusat bantuan dengan kumpulan *Frequently Ask Question*, kumpulan artikel yang dibagi berdasarkan topik kendala (pembelian, penjualan, produk, promo, serta akun dan pelanggaran). *Marketplace* 4 menyediakan fitur *live chat* yang dapat diaktifkan setelah pelanggan mengisi *feedback* artikel. Selain itu juga disediakan fitur untuk melaporkan jika akun mengalami tindak kejahatan/penipuan melalui *call center*, serta mencantumkan *Whatsapp* Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga Kementerian Perdagangan Republik Indonesia 085311111010.
5. *Marketplace* 5 menangani aduan konsumen melalui *Frequently Ask Question* yang dibagi berdasarkan kategori (antara lain, cara informasi pembayaran, membatalkan/mengubah order, cara pengembalian produk, cara cek status order, dan estimasi waktu penerimaan order). Selanjutnya di *marketplace* 5 memiliki layanan *live chat* dan *email* yang dapat diakses pada hari Senin s.d. Minggu pukul 06.00 s.d. 21.00 WIB dan *hotline call* yang tersedia pada hari Senin s.d. Minggu pukul 09.00 s.d. 18.00 WIB.

Dari lima *marketplace* yang diteliti, tidak semua *marketplace* memiliki layanan *customer care* melalui hotline (saluran telepon) yang akan sangat membantu disabilitas tunanetra untuk mengadukan keluhan atau kendalanya dalam bertransaksi pada *marketplace*. Sebagian besar *marketplace* menggunakan melalui *Frequently Ask Question* yang dibagi berdasarkan kategori kendala yang paling sering dihadapi oleh konsumen, antara lain cara informasi pembayaran, membatalkan/mengubah order, cara pengembalian produk, cara mengecek status order, dan estimasi waktu penerimaan order.

Berdasarkan hal tersebut maka diperlukan standar fitur layanan pengaduan konsumen guna perlindungan konsumen yang wajib ada di setiap *marketplace* untuk menjamin bahwa seluruh konsumen termasuk konsumen dengan disabilitas bisa mendapatkan kemudahan untuk mengakses layanan pengaduan konsumen pada *marketplace* tempat mereka bertransaksi. Atas hal tersebut pemerintah khususnya (kementerian perdagangan) perlu mengatur standar minimal atas fitur pengaduan konsumen yang dapat memudahkan konsumen dalam membuat pengaduan.

#### 4. PENUTUP

Perkembangan teknologi digital sangat mempengaruhi peningkatan penggunaan *e-commerce* atau *marketplace*. Dari sekian juta pengguna aktif *e-commerce* di Indonesia, dapat dipastikan bahwa diantaranya merupakan penyandang disabilitas. Namun sangat disayangkan bahwa berdasarkan data Sasana Inklusi dan Gerakan Advokasi Difabel (SIGAB) Indonesia bersama Lembaga Konsumen Yogyakarta (LKY) dengan dukungan *Deutsche Gesellschaft Fur Internationale Zusammenarbeit (GIZ)* Indonesia tentang Perlindungan Konsumen Disabilitas di Sektor E-commerce, diketahui bahwa para penyandang disabilitas menghadapi berbagai macam kendala pada saat menggunakan layanan *e-commerce*. Selanjutnya berdasarkan penelitian singkat atas layanan *customer care* pada aplikasi *marketplace* yang ada di Indonesia disimpulkan bahwa *marketplace* memiliki sarana dan cara yang berbeda dalam menangani aduan konsumen. Sebagian besar *marketplace* menggunakan melalui FAQ yang dibagi berdasarkan kategori kendala yang paling sering dihadapi oleh konsumen, dan hanya sebagian *marketplace* yang memiliki layanan *customer care* melalui hotline (saluran telepon). Hal ini sangat disayangkan mengingat layanan *customer care* melalui *hotline* atau saluran telepon akan sangat membantu disabilitas tunanetra untuk mengadukan keluhan atau kendalanya dalam bertransaksi pada *marketplace* secara langsung.

Standar fitur layanan pengaduan konsumen sangat diperlukan guna perlindungan konsumen yang wajib ada di setiap *marketplace* untuk menjamin bahwa seluruh konsumen termasuk konsumen dengan disabilitas bisa mendapatkan kemudahan untuk mengakses layanan pengaduan konsumen pada *marketplace* tempat mereka bertransaksi. Berdasarkan penelitian, diketahui bahwa hingga saat ini belum ada peraturan perundang-undangan yang secara khusus mengatur perlindungan konsumen bagi penyandang disabilitas pada sektor perdagangan *online*. Sehingga, dapat disarankan bagi pemerintah untuk dapat menyusun peraturan perundang-undangan terkait perlindungan konsumen pada sektor perdagangan *online* yang lingkup pengaturannya juga mengatur perlindungan konsumen bagi penyandang disabilitas.

#### DAFTAR PUSTAKA

Amiruddin dan Zainal Asikin. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012.

Az. Nasution. *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar*. Jakarta: Diadit Media, 2011.

Badan Perlindungan Konsumen Nasional Republik Indonesia. "BPKN Soroti Pentingnya Aksesibilitas Dan Perhatian Lebih Bagi Konsumen Disabilitas Sektor E-Commerce Dan Transportasi." BPKN, n.d. <https://bpkn.go.id/beritaterkini/detail/bpkn-soroti-pentingnya-aksesibilitas-dan-perhatian-lebih-bagi-konsumen-disabilitas-sektor-e-commerce>.

———. "BPKN Tekankan Pentingnya Aksesibilitas Dan Perhatian Lebih Bagi Konsumen

- Disabilitas Sektor E-Commer.” BPKN, n.d. <https://bpkn.go.id/posts/show/id/2532>.
- Barkatullah, Abdul Halim. *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Transaksi E-Commerce Lintas Negara Di Indonesia*. Yogyakarta: FH UII Press, 2009.
- . “Urgensi Perlindungan Hak-Hak Konsumen Dalam Transaksi Di E-Commerce.” *Jurnal Hukum* 2, no. 14 (2007): 253. <https://doi.org/https://doi.org/10.20885/iustum.vol14.iss2.art8>.
- Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani. *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- Article 33 Indonesia. “Hak Aksesibilitas Kesehatan Untuk Penyandang Disabilitas,” 2021. <https://article33.or.id/id/berita/tempo-co-hak-aksesibilitas-kesehatan-untuk-penyandang-disabilitas/>.
- Hakim, Arief Rahman. “Pengaduan Konsumen Naik 10 Kali Lipat Di 2021, Terbanyak Soal E-Commerce.” *Liputan6*, 2022. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4854185/pengaduan-konsumen-naik-10-kali-lipat-di-2021-terbanyak-soal-e-commerce>.
- Jurnal Entrepreneur*. “7 Jenis Bisnis E-Commerce.” *Jurnal id*, n.d. <https://www.jurnal.id/id/blog/jenis-e-commerce-untuk-kembangkan-bisnis/>.
- Hukum Online. “Kemajuan E-Commerce Belum Ramah Terhadap Konsumen Difabel,” 2021. <https://www.hukumonline.com/berita/a/kemajuan-e-commerce-belum-ramah-terhadap-konsumen-difabel-lt61bda83a1efe0>.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Badan Penelitian dan Pengembangan SDM Puslitbang Aptika dan IKP. *Perkembangan Ekonomi Digital Di Indonesia: Strategi Dan Sektor Potensial*. Jakarta: Puslitbang Aptika dan IKP, 2019.
- Kurniawan. *Hukum Perlindungan Konsumen: Problematika Kedudukan Dan Kekuatan Putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)*. Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011.
- Muhammad Idris. “Pengertian E-Commerce Dan Bedanya Dengan Marketplace.” *Kompas.Com*, 2022. <https://money.kompas.com/read/2021/09/11/191943626/pengertian-e-commerce-dan-bedanya-dengan-marketplace?page=all>.
- Kabar Bisnis. “Pengguna Marketplace Semakin Tinggi, Belanja Online Diminati,” 2022. <https://www.kabarbisnis.com/read/28113415/pengguna-marketplace-semakin-tinggi-belanja-online-diminati>.
- Legalku. “Pentingnya Aksesibilitas Bagi Disabilitas,” n.d. <https://www.legalku.com/pentingnya-aksesibilitas-bagi-disabilitas/#!>
- Rie. “E-Commerce.” *Kominfo*, 2014. <https://bpptik.kominfo.go.id/2014/12/19/645/e-commerce/>.
- Rizkinaswara, Leski. “Ekonomi Digital Jadi Penopang Perekonomian Di Tengah

Pandemi.” Kominfo, 2020. <https://aptika.kominfo.go.id/2020/09/ekonomi-digital-jadi-penopang-perekonomian-di-tengah-pandemi/>.

Soerjono Soekanto; Sri Mamudji. *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat, Cetakan Ke-11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009.

Soerjono, Soekanto. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press, 1989.

Sri Mamudji, et al. *Metode Penelitian Dan Penulisan Hukum*. Jakarta: Badan Penerbit Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2005.

Subarkah, Lugas. “Kalangan Difabel Masih Kesulitan Mengakses E-Commerce.” *Harian Jogja*, 2021.  
<https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2021/12/17/512/1091098/kalangan-difabel-masih-kesulitan-mengakses-e-commerce>.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (n.d.).

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2016 tentang Penyandang Disabilitas (n.d.).

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

17%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

10%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://www.jogloabang.com">www.jogloabang.com</a> Internet Source	3%
2	<a href="http://www.hukumonline.com">www.hukumonline.com</a> Internet Source	2%
3	<a href="http://www.mnctrijaya.com">www.mnctrijaya.com</a> Internet Source	2%
4	Maria Petronela W.M, Agnes Widanti Soebiyanto, Edward Kurnia Setiawan Limijadi. "ANALISIS PELAKSANAAN PEMENUHAN HAK ATAS INFORMASI DAN HAK KESEHATAN REPRODUKSI PEREMPUAN PENYANDANG DISABILITAS DI KOTA SEMARANG", JURNAL USM LAW REVIEW, 2021 Publication	1%
5	<a href="http://www.tanyapajak.com">www.tanyapajak.com</a> Internet Source	1%
6	Submitted to Universitas Lancang Kuning Student Paper	1%
7	<a href="http://www.solider.id">www.solider.id</a> Internet Source	1%

8	<a href="http://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	1 %
9	Nina Juwitasari, Diah Sulistyani Ratna Sediati, Muhammad Junaidi, Soegianto Soegianto. "PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PENGGUNA JASA EKSPEDISI", JURNAL USM LAW REVIEW, 2021 Publication	1 %
10	<a href="http://bsi-unnes.blogspot.com">bsi-unnes.blogspot.com</a> Internet Source	1 %
11	<a href="http://www.gresnews.com">www.gresnews.com</a> Internet Source	1 %
12	<a href="http://repository.ubharajaya.ac.id">repository.ubharajaya.ac.id</a> Internet Source	1 %
13	<a href="http://balitbangsdm.kominfo.go.id">balitbangsdm.kominfo.go.id</a> Internet Source	1 %
14	<a href="http://repository.unej.ac.id">repository.unej.ac.id</a> Internet Source	1 %
15	Submitted to Universitas Islam Indonesia Student Paper	1 %
16	<a href="http://www.jurnal.id">www.jurnal.id</a> Internet Source	1 %
17	<a href="http://money.kompas.com">money.kompas.com</a> Internet Source	1 %

---

Exclude quotes      On

Exclude matches      < 30 words

Exclude bibliography      On