

Perlindungan Konsumen Terhadap Permasalahan Transaksi *Online* Dalam Platform Marketplace Tidak Resmi

Consumer Protection of Online Transaction Problems on Unofficial Marketplace Platforms

Kevin Adwitiya Bhagaskara, Dwi Desi Yayi Tarina

Fakultas Hukum, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Jakarta, Indonesia
2010611174@mahasiswa.upnvj.ac.id

Abstract

This research aims to protect, understand, and prevent problems with online transactions carried out on unofficial marketplace platforms. Many Indonesians still buy and sell online on platforms that do not have permits and are not intended for buying and selling. This often causes legal problems that harm consumers. Therefore, it is important to carry out this research so that the public can know about legal protection and the precautions that can be taken so that they do not become victims of this problem. This research will be conducted using normative legal research methods because the main data source for this research is the norms that apply in society, especially legal norms and court decisions. This research is new to other studies because there are recommendations regarding preventive measures that can be taken to avoid this problem, and there are also concrete case examples and court decisions that support the arguments of this research. The results of this research show that regulations related to consumer protection in the digital business era are specifically regulated by the ITE Law. Consumer protection in online transactions on unofficial platforms can also be based on the Consumer Protection Law. There are several ways to prevent problems from occurring in online transactions on unofficial platforms. One way is to recognize the characteristics of sellers who could be fraudulent. With this, it is hoped that the community will avoid this problem.

Keywords: *Consumer Protection; Online Transactions; Unofficial Platforms*

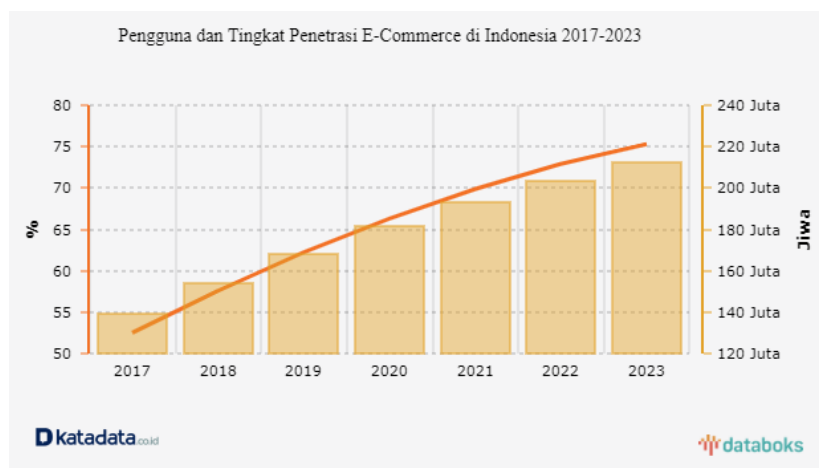
Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perlindungan hukum serta pencegahan terhadap permasalahan transaksi online yang dilakukan pada platform marketplace tidak resmi. Banyak masyarakat Indonesia yang masih melakukan jual beli online pada platform yang tidak memiliki izin dan memang tidak diperuntukkan untuk mengadakan jual-beli. Hal tersebut seringkali menyebabkan terjadinya permasalahan hukum yang merugikan konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan agar masyarakat dapat mengetahui perlindungan hukum serta pencegahan yang dapat dilakukan agar tidak menjadi korban dalam permasalahan ini. Penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan metode penelitian hukum normatif karena sumber data utama penelitian ini adalah norma-norma yang berlaku di masyarakat, terutama norma hukum dan putusan pengadilan. Penelitian ini memiliki kebaharuan dari penelitian-penelitian lainnya karena dalam penelitian ini terdapat rekomendasi mengenai tindakan pencegahan yang dapat dilakukan agar bisa terhindar dari permasalahan ini, dan juga terdapat contoh kasus konkrit serta putusan pengadilan yang mendukung argumentasi penelitian ini. Hasil dari penelitian ini adalah regulasi terkait perlindungan konsumen di era bisnis digital secara khusus diatur dengan UU ITE, selain itu perlindungan konsumen dalam transaksi online pada platform tidak resmi juga bisa menggunakan dasar UUPK. Terdapat beberapa cara untuk mencegah terjadinya permasalahan dalam transaksi online di platform tidak resmi. Salah satunya adalah dengan mengenali ciri-ciri penjual yang bisa saja merupakan penjual curang. Dengan ini diharapkan kepada masyarakat agar terhindar dari permasalahan ini.

Kata kunci: *Perlindungan Konsumen; Platform Tidak Resmi; Transaksi Online*

1. PENDAHULUAN

E-Commerce adalah sebuah proses transaksi yang dilakukan melalui perantara yaitu berupa situs-situs jual beli *online* ataupun jejaring sosial yang menyediakan barang atau jasa yang diperjualbelikan. Di Indonesia, *E-commerce* ada sejak tahun 2000-an. Namun, pada tahun 2014 penggunaan *E-commerce* baru marak diminati masyarakat.¹ Kini *E-commerce* telah menjadi kebiasaan bagi sebagian orang, dikarenakan kemudahan yang diberikan, orang-orang banyak beranggapan bahwa *E-commerce* adalah sarana untuk mencari barang-barang yang diperlukan seperti kebutuhan sehari-hari, hobi, dan sebagainya.



Gambar 1: Pengguna *e-commerce* di Indonesia

Sumber: Databoks Katadata.co.id

Gambar 1 menjelaskan pertumbuhan pengguna *E-commerce* yang terus meningkat setiap tahun. Terdapat banyak manfaat dari *E-commerce*. Dari sisi pelaku usaha, *E-commerce* ini sangat efisien dan tidak perlu memakan banyak tempat dimana mereka tidak harus mempunyai tempat yang besar untuk membuka tokonya, cukup dilakukan dirumah mereka dapat menjalankan bisnisnya.² Proses tersebut dapat dilakukan dengan cara memesan barang yang diinginkan melalui vendor dengan menggunakan internet. Selanjutnya melakukan pembayaran dengan mentransfer via bank, ataupun COD.³ Ini menjadi tantangan yang positif dan negatif. Dikatakan positif karena dapat memberikan manfaat bagi konsumen untuk memilih secara bebas barang/jasa yang diinginkannya.

¹ Nur Aini Rakhmawati dkk., "Analisa Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Teknoinfo* 15, no. 1 (2021): 32, <https://doi.org/10.33365/jti.v15i1.868>.

² Ardhan Ardiyanto dan Arikha Saputra, "Analisis Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui Shopee," *Jurnal Meta-Yuridis* 5, no. 2 (2022): 94, <https://doi.org/10.26877/m-y.v5i2.12796>.

³ Dedy Ansari Harahap, "Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus," *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 9, no. 2 (2018): 195, <https://doi.org/10.21009/JRMSI.009.2.02>.

Dikatakan negatif karena kondisi tersebut menyebabkan posisi konsumen menjadi lebih lemah dari pada posisi pelaku usaha yang dapat mengakibatkan kekecewaan dan kerugian.⁴

Di Indonesia, jika ingin mengadakan jual-beli pada *platform online*, maka terdapat peraturan dan perizinan khusus yang harus dipenuhi. Contoh peraturan tersebut adalah Permendag 31 Tahun 2023. Sayangnya, banyak masyarakat Indonesia yang masih melakukan jual beli *online* pada *platform* yang tidak memiliki izin dan memang tidak diperuntukkan untuk mengadakan jual-beli, Contohnya *Facebook, Instagram, Whatsapp*, ataupun di forum-forum *online* yang tidak jelas perizinannya. Karena *platform-platform* tersebut memang tidak diperuntukkan untuk jual-beli, maka tidak ada kebijakan-kebijakan dari pihak *platform* untuk mencegah permasalahan yang bisa terjadi. Salah satu permasalahannya adalah siapapun di *platform* tersebut bisa menjadi penjual dan bisa menjual apapun karena tidak ada kebijakan terkait hal tersebut. Hal tersebut menyebabkan terjadinya kasus penipuan jual-beli *online* yang melibatkan platform tersebut.

Perlindungan konsumen adalah upaya yang menjamin segala kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.⁵ Pada aktivitas perdagangan, pihak konsumen merupakan pihak yang harus diberikan perlindungan, mengingat terdapat perbedaan kedudukan yang tidak seimbang, baik antara konsumen maupun perusahaan.⁶ Indonesia sendiri sudah menekankan bahwasanya setiap masyarakat memiliki hak untuk memiliki atau mendapatkan perlindungan hukum yang layak, dimana hal ini dijelaskan pada Pasal 28D Ayat (1) UUD 1945. Bila melihat dari bunyi pasal tersebut, dapat diketahui bahwasanya tiap manusia mempunyai hak untuk memperoleh perlindungan, termasuk konsumen.⁷ Berlakunya Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) diharapkan menjadi dasar upaya perlindungan terhadap konsumen di Indonesia yang sebelumnya terabaikan menjadi dapat lebih diperhatikan. Hukum Perlindungan Konsumen merupakan bagian dari Hukum Konsumen yang memuat asas-asas lalu kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan menganung sifat yang melindungi kepentingan konsumen.⁸

Adapun penelitian terdahulu yang menjadi acuan pada penelitian ini adalah penelitian dari Devi (2020). Penelitian ini berfokus pada perlindungan hukum bagi konsumen e-

⁴ Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan* (Yogyakarta: Visi Media, 2008): 3

⁵ Alfina Maharani dan Adnand Darya Dzikra, "Fungsi Perlindungan Konsumen Dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Di Indonesia : Perlindungan, Konsumen Dan Pelaku Usaha (Literature Review)," *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 2, no. 6 (2021): 659, <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i6.607>.

⁶ Chandra Adi Gunawan Putra, I Nyoman Putu Budiarta, dan Ni Made Puspasutari Ujianti, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perspektif Kesadaran Hukum Masyarakat," *Jurnal Analogi Hukum* 5, no. 1 (2023): 14. <https://doi.org/10.55637/jkh.4.1.6180.13-19>

⁷ Achmad Raihansyah Lubis dan Dwi Desi Yayi Tarina, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Mengonsumsi Obat Sirup Yang Merusak Kesehatan," *Jurnal USM Law Review* 6, no. 3 (2023): 992, <https://doi.org/10.26623/julr.v6i3.7825>.

⁸ Gomgom T.P Siregar dan Muhammad Ridwan Lubis, "Sosialisasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Di Lingkungan Universitas Darma Agung," *PKM Maju UDA* 1, no. 3 (2021): 102, <https://doi.org/10.46930/pkmmajuuda.v1i3.881>.

commerce menurut Undang-Undang No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.⁹ Kelebihan penelitian ini adalah penelitian ini membahas secara detail mengenai perlindungan konsumen terhadap *e-commerce* berdasarkan UUPK, sementara kelemahan penelitian ini adalah penelitian ini tidak terdapat contoh kasus ataupun pencegahan terhadap permasalahan yang ada.

Selanjutnya terdapat penelitian dari Nainggolan (2021). Penelitian tersebut berfokus pada perlindungan hukum bagi pelaku usaha *e-commerce* ditinjau dari hukum positif indonesia.¹⁰ Hal tersebut menjadikan penelitian ini tidak jauh berbeda dengan penelitian Devi baik dari kelebihan maupun kelemahan, karena penelitian ini masih menggunakan UUPK sebagai dasar utama penelitian.

Yang terakhir adalah penelitian dari Saragih (2023). Fokus penelitian ini tidak jauh berbeda dengan dua penelitian sebelumnya, yaitu perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce*.¹¹ Kelebihan penelitian ini adalah penelitian ini relatif masih baru dan menggunakan data dan dasar hukum yang terbaru juga, sementara kelemahan penelitian ini adalah didalam penelitian ini juga tidak terdapat contoh kasus serta tindakan pencegahan yang bisa berguna bagi masyarakat.

Berdasarkan dari beberapa penelitian terdahulu tersebut, penelitian ini dilaksanakan bertujuan untuk melengkapi dan menutupi kekurangan yang ada pada penelitian terdahulu tersebut berupa tidak disertainya contoh kasus konkrit dan juga tindak pencegahan yang dapat dilakukan masyarakat, serta menjawab pertanyaan mengenai perlindungan hukum jika terlibat permasalahan transaksi *online* pada *platform marketplace* tidak resmi dan upaya hukum yang dapat dilakukan jika menjadi korban. Hal-hal yang akan ditambahkan pada penelitian ini berupa contoh kasus konkrit, putusan pengadilan, serta rekomendasi tindakan pencegahan agar masyarakat bisa terhindar dari permasalahan ini menjadi pembeda serta kelebihan daripada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

2. METODE

Penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan metode penelitian hukum normatif (yuridis normatif), yaitu suatu cara pendekatan terhadap masalah-masalah yang akan diteliti dengan cara meninjau dari segi perundang-undangan yang berlaku, serta melihat yang sesungguhnya yang terdapat dalam praktik atas kenyataan,¹² karena sumber data utama penelitian ini adalah norma-norma yang berlaku di masyarakat, terutama norma hukum dan putusan pengadilan. Penelitian hukum normatif sendiri berarti penelitian yang mengkaji studi dokumen, yakni menggunakan berbagai data sekunder seperti peraturan perundang-undangan, keputusan pengadilan, teori hukum, dan dapat berupa pendapat para

⁹ Ria Sintha Devi dan Feryanti Simarsoit, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen E-Commerce Menurut Undang – Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen," *Jurnal Rectum* 2, no. 2 (2020). <http://dx.doi.org/10.46930/jurnalrectum.v2i2.644>

¹⁰ Ibrahim Nainggolan, "Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha E-Commerce Ditinjau Dari Hukum Positif Indonesia," *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* 2, no. 1 (2021). <https://doi.org/10.30596/snk.v2i1.8439>

¹¹ Alexandra Exelsia Saragih, Muhammad Fadhil Bagaskara, dan Mulyadi, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce," *Civilia: Jurnal Kajian Hukum dan Pendidikan Kewarganegaraan* 2, no. 1 (2023). <https://doi.org/10.572349/civilia.v2i2.414>

sarjana. Penelitian hukum normatif atau doktrinal merupakan penelitian hukum yang meletakkan hukum sebagai sebuah bangunan sistem norma.¹³ penelitian hukum normatif hukum dikonsepsikan sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan (*law in books*).¹⁴ Penelitian jenis normatif ini menggunakan analisis kualitatif yakni dengan menjelaskan data-data yang ada dengan kata-kata atau pernyataan bukan dengan angka-angka.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Perlindungan Hukum Terhadap Permasalahan Yang Terjadi Dalam Platform *Marketlace* Yang Tidak Resmi

Banyak industri yang muncul sebagai inovasi di era industri 4.0,¹⁵ salah satunya adalah bentuk peluang bisnis dalam era ekonomi digital melalui perdagangan elektronik.¹⁶ Dalam pengangkutannya, *e-commerce* didukung oleh perusahaan jasa ekspedisi.¹⁷ Pembayaran *e-commerce* biasanya dilakukan dengan *electronic transaction (e-banking)* melalui mesin ATM, telepon seluler (*phone banking*) dan jaringan internet (*Internet banking*).¹⁸ Konsumen memiliki permasalahan dan tantangan yang dihadapi dalam transaksi *e-commerce*, yaitu: pertama, masalah keamanan akan selalu menjadi tantangan bagi konsumen. Konsumen akan terus dibayangi dengan masih adanya penipuan dan transaksi palsu yang terjadi di *e-commerce*. Kedua, banyaknya produk yang beredar sering terjadi ketidaksesuaian produk yang dijual dengan produk yang diterima oleh konsumen. Permasalahan ini kerap terjadi dan masih menjadi tantangan bagi konsumen. Ketiga, kelancaran dan dukungan dari dunia perbankan. Konsumen menggunakan bantuan perbankan untuk melakukan transaksi di *e-commerce*, maka ini sangat tergantung dengan keunggulan dunia perbankan. Kerangka hukum yang relevan yang dapat mempengaruhi perlindungan hukum bagi konsumen yaitu: pertama, penegakan hukum yang optimal yang dapat dilakukan oleh pemerintah. Kedua, negara melalui institusi terkait melakukan upaya pencegahan dengan selalu melakukan pengawasan yang ketat bagi pelaku usaha di *e-commerce*. Ketiga, menyediakan sarana penyelesaian sengketa yang baik, tepat dan efisien khusus untuk penyelesaian sengketa *e-commerce*.¹⁹

¹² Zaenal Arifin dan Muhammad Iqbal, "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Yang Terdaftar," *Jurnal Ius Constituendum* 5, no. 1 (2020): 51, <https://doi.org/10.26623/jic.v5i1.2117>.

¹³ Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015): 34

¹⁴ Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 2016): 118

¹⁵ Dinda Pratiwi dan Rianda Dirkareshza, "Pengelabuan Informasi Harga di E-Commerce terhadap Konsumen Melalui Flash Sale," *Jurnal Ius Constituendum* 8, no. 3 (2023): 407. <http://dx.doi.org/10.26623/jic.v8i3.7344>

¹⁶ Gelora Martanti, "Perlindungan Konsumen bagi Penyandang Disabilitas pada Sektor Perdagangan Online Berbasis Aplikasi Marketplace," *Jurnal USM Law Review* 6, no. 1 (2023): 242, <https://doi.org/10.26623/julr.v6i1.6387>.

¹⁷ Meiliana Kamila dan Imam Haryanto, "Tanggung Jawab Hukum Perusahaan Ekspedisi Atas Hilangnya Barang Konsumen," *Jurnal USM Law Review* 5, no. 2 (2022): 832, <https://doi.org/10.26623/julr.v5i2.5750>.

¹⁸ Subaidah Ratna Juita, "Perlindungan Hukum Terhadap Nasabah Bank Korban Kejahatan Skimming," *Jurnal USM Law Review* 6, no. 1 (2023): 408, <https://doi.org/10.26623/julr.v6i1.6353>.

¹⁹ Dewi Sulistianingsih, Melliniarini Dibura Utami, dan Yuli Prasetyo Adhi, "Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi E-commerce sebagai Tantangan Bisnis di Era Global," *Jurnal Mercatoria* 16, no. 2 (2023): 123, <https://doi.org/10.31289/mercatoria.v16i2.8042>.

Pada dasarnya pihak-pihak dalam jual beli melalui media internet atau *online*, masing-masing pihak memiliki hak dan kewajiban. Penjual (*merchant*) merupakan pihak yang menawarkan produk melalui internet, oleh karena itu, seorang penjual wajib memberikan informasi secara benar dan jujur atas produk yang ditawarkannya kepada pembeli atau konsumen. Pelaku usaha memiliki hak untuk mendapatkan pembayaran dari konsumen. Atas barang yang dijualnya, juga berhak untuk mendapatkan perlindungan atas tindakan konsumen yang beriktikad tidak baik dalam melaksanakan transaksi jual beli secara transaksi *online*.²⁰ Kegiatan bisnis merupakan suatu hubungan yang saling membutuhkan antara pelaku usaha dan konsumen. Pada hakikatnya, untuk menjaga dan menjamin keseimbangan kedudukan antara konsumen dan pelaku usaha ini dibutuhkan perangkat peraturan yang dapat memberikan perlindungan hukum bagi konsumen. Perlunya perlindungan terhadap konsumen itu karena pada umumnya konsumen berada pada posisi yang lemah dalam hubungan dengan pelaku usaha (produsen), baik secara ekonomi, tingkat pendidikan atau kemampuan, daya bersaing maupun dalam posisi tawar-menawar.²¹

Namun pada praktiknya, transaksi *online* banyak menimbulkan permasalahan-permasalahan yang cenderung merugikan konsumen dan menimbulkan berbagai permasalahan hukum dalam melakukan transaksi *online*.²² Kementerian Komunikasi dan Informatika atau Kominfo mencatat ada 1.730 konten penipuan *online* selama Agustus 2018 sampai Februari 2023. Kerugian akibat penipuan online di Indonesia mencapai Rp 18,7 triliun selama 2017-2021. Perlu ditekankan bahwa *e-commerce* atau transaksi *online* adalah rangkaian set dinamis dari suatu teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, jasa dan informasi yang diselenggarakan secara elektronik.²³

Transaksi *e-commerce* dapat dilihat adanya dua pendapat hukum tentang kesepakatan dalam transaksi *e-commerce*. Pertama ada pendapat hukum yang menyatakan bahwa sepakat dalam transaksi terjadi pada saat pengklikan tombol *send* oleh pihak pembeli. Dengan begitu, kesepakatan hukum dalam transaksi pun telah terjadi antara penjual dan pembeli. Pendapat ini berpedoman pada pengertian, pada saat pembeli bermaksud untuk membeli suatu produk di internet, maka *terms of conditions* yang diiklankan oleh penjual dalam *website* terlebih dulu dan harus sudah dipenuhi pembeli. Pendapat kedua didasarkan pada acuan bahwa kata sepakat dalam transaksi *e-commerce* terjadi pada saat surat

²⁰ Aan Handriani, "Perlindungan Konsumen Dalam Perjanjian Transaksi Jual Beli Online," *Pamulang Law Review* 3, no. 2 (2020): 128, <https://doi.org/10.32493/palrev.v3i2.7989>.

²¹ Yanci Libria Fista, Aris Machmud, dan Suartini Suartini, "Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen," *Binamulia Hukum* 12, no. 1 (2023): 181, <https://doi.org/10.37893/jbh.v12i1.599>.

²² Barkatullah dan Abdul Halim, *Perlindungan Hukum bagi konsumen dalam Transaksi E-commerce* (Yogyakarta: Pascasarjana FH UII Press, 2009): 7

²³ Sjahputra, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik* (Bandung: PT.Alumni, 2010): 2

pesanan suatu produk melalui *e-mail* diterima oleh penjual atau informasi di bawah kontrol dari penjual.²⁴

Kebanyakan dari masyarakat berbelanja secara *online* pada *platform* jual-beli *online* yang sudah memiliki izin dari pemerintah, contohnya adalah Tokopedia dan Shopee. Karena telah memiliki izin dari pemerintah, maka transaksi *online* melalui kedua *platform* tersebut sudah sesuai dengan standar yang ditentukan oleh pemerintah. Kedua *platform* tersebut juga memiliki kuasa untuk menentukan barang apa yang dapat dijual oleh penggunanya. Penjual dalam kedua *platform* tersebut juga telah diperiksa dan menandatangani kebijakan yang ditentukan dari kedua *platform* tersebut. Jadi pada intinya melakukan transaksi pada *platform* yang diakui pemerintah lebih aman dan terjamin. Kalaupun penjual melakukan penipuan pada pembeli, hukuman yang akan diberikan sudah jelas, karena dari pihak *platform* jual-beli tersebut sudah memiliki kebijakan tersendiri untuk menangani masalah tersebut. Oleh karena itu, kebijakan ganti rugi pada konsumen menjadi lebih jelas.

Jika permasalahan pada transaksi *online* terjadi dalam *platform* resmi yang diakui pemerintah, maka penyelesaian masalahnya akan lebih mudah dan jelas karena pihak *marketplace* resmi tersebut sudah harus memiliki prosedur untuk menangani masalah tersebut. Sebut saja *marketplace* Tokopedia, Tokopedia merupakan *platform marketplace online* yang telah memiliki izin resmi pemerintah berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik.²⁵ Di dalam aplikasi Tokopedia sendiri terdapat layanan yang bernama Pusat Resolusi. Dilansir dari laman web resmi Tokopedia, Pusat Resolusi Tokopedia merupakan sarana bagi Pembeli dan Penjual untuk berdiskusi hingga mencapai solusi dari pesanan yang berkendala berdasarkan pada bukti yang dilampirkan. Permasalahan-permasalahan yang dapat diselesaikan layanan tersebut antara lain:²⁶ a. Pesanan belum diterima; b. Produk rusak; c. Produk tidak sesuai; d. Produk kurang; dan e. Selisih ongkos kirim.

Platform marketplace resmi juga cenderung lebih aman karena tidak semua orang dapat menjadi penjual. Terdapat beberapa persyaratan yang harus dipenuhi oleh calon penjual untuk memasarkan dagangannya di *platform marketplace* resmi. Salah satunya adalah dengan memberikan foto KTP ataupun NPWP kepada pihak *marketplace* sebagai jaminan untuk melakukan verifikasi toko.²⁷ Berbeda dengan transaksi *online* yang dilakukan pada *platform* tidak resmi. Dalam *platform* tidak resmi, setiap pengguna bisa menjadi penjual tanpa syarat apapun, pihak *platform* juga tidak memiliki layanan untuk mengatasi permasalahan transaksi *online* karena memang *platform* tersebut tidak diperuntukkan sebagai *platform* jual-beli. Oleh karena itu, lebih banyak permasalahan yang

²⁴ Khalish Aunur Rahim, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli-Online (E-Commerce)," *Jurnal Hukum dan Sosial Politik* 1, no. 3 (2023): 182, <https://doi.org/10.59581/jhsp-widyakarya.v1i3.607>

²⁵ Kementerian Perdagangan, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik,

²⁶ Tokopedia, "Apa Itu Pusat Resolusi?," <https://www.tokopedia.com/help/article/apa-itu-pusat-resolusi>, 2024.

²⁷ Tokopedia, "Syarat dan Ketentuan Verifikasi Toko," <https://www.tokopedia.com/help/article/syarat-dan-ketentuan-verifikasi-toko>, 2024.

muncul dalam transaksi *online* yang dilakukan dalam *platform marketplace* yang tidak resmi.



Sumber: Tangkapan layar gawai

Gambar 2: Barang yang dijual di *platform marketplace* (*Instagram*)

Gambar 2 di atas merupakan contoh dari kegiatan jual-beli yang dilakukan pada *platform marketplace* tidak resmi, yaitu *Instagram*. Di masyarakat luas sendiri sudah tidak asing mendengar mengenai kasus-kasus transaksi *online* yang bermasalah ataupun produk yang tidak sesuai yang dibeli dari *platform-platform* yang tidak resmi. Seperti salah satu contoh kasus penipuan berkedok lelang yang dilakukan melalui aplikasi *Instagram* yang pada intinya sebagai berikut: bersumber dari laman web resmi Liputan 6, diceritakan oleh 'S', korban asal Bogor, penipuan berawal dari pembelian barang di lapak jual beli online via *Instagram*. 'S' membeli laptop di program lelang yang dikenai harga dasar Rp 1 juta. Karena terdesak kebutuhan, 'S' memasang harga Rp 1,5 juta, dan dirinya sukses terpilih jadi pemenang lelang. Selang seminggu 'S' ditelpon dengan kontak tak dikenal. Oknum ini mengaku bahwa dia berasal dari Bea Cukai Bandara Soetta. Oknum tersebut menjelaskan barang yang 'S' beli merupakan barang ilegal yang tak ada surat-suratnya dan pihak bea cukai ingin sita. Lalu Oknum tersebut juga mengeluarkan ancaman dengan berkata barang yang dibeli merupakan barang ilegal dan kurang bayar, kalau tidak diurus, pihak mereka akan datang ke tempat 'S' bersama pihak kepolisian dan militer. Akhirnya, oknum penipu tersebut kembali menghubunginya, dan memberikan surat dengan blangko Bea Cukai beserta rincian biaya yang harus dibayarkan. Pertama, 'S' diminta Rp. 3.750.000. (tiga juta tujuh ratus lima puluh ribu rupiah) untuk biaya pajak kapal. 'S' pun menelepon sang penjual, yang kemudian memintanya untuk mengikuti arahan oknum tersebut sebelum barang dikirimkan. Pasca ditransfer, oknum lagi-lagi menodongnya dengan nominal dua

kali lipat, lebih dari Rp. 7.000.000 (tujuh juta rupiah). Setelah ‘S’ berbicara ke temannya, dia sadar bahwa dia telah menjadi korban penipuan.²⁸

Pada *platform marketplace* resmi, permasalahan pada transaksi seperti contoh diatas bisa saja diselesaikan tanpa harus melapor polisi karena sudah ada fitur khusus dalam aplikasi *marketplace* yang berguna sebagai pusat pengaduan. Selain itu dalam *platform marketplace* resmi, uang yang telah pembeli bayarkan tidak langsung dikirimkan ke penjual, melainkan ditampung terlebih dulu dalam rekening dari *platform marketplace* itu sendiri. Jika pembeli sudah puas dengan barang yang diterima, maka uang tersebut barulah diteruskan ke penjual. Hal yang sama tidak dapat dilakukan pada *platform marketplace* tidak resmi. Dalam *platform marketplace* tidak resmi, pembeli melakukan pembayaran langsung ke rekening penjual. Jika barang yang dikirimkan tidak sesuai ataupun terjadi praktik penipuan, maka akan sulit meminta ganti rugi ke penjual, apalagi kalau si penjual kabur dan tidak dapat dihubungi setelah melakukan penipuan tersebut. Jika terjadi hal tersebut, maka pembeli hanya bisa melaporkan hal tersebut ke pihak berwajib. Namun, seharusnya aplikasi *Instagram* dapat bertanggungjawab atas kerugian korban dalam contoh kasus diatas. Menurut Pasal 3 PP Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, dikatakan bahwa penyelenggara sistem elektronik harus menyelenggarakan sistem elektroniknya secara aman dan andal serta bertanggungjawab atas penyelenggaraan sistem elektroniknya.

Hubungan hukum dalam *e-commerce* pada dasarnya dapat digunakan metode analogi terhadap hubungan hukum dalam perjanjian yang dilakukan secara konvensional sebagaimana diatur dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata. Hal ini dilakukan dengan cara menerapkan ketentuan-ketentuan hukum yang diatur dalam Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata terhadap hubungan hukum dalam *e-commerce*. Suatu perjanjian tidak hanya mengikat apa yang dengan tegas ditentukan didalamnya, melainkan juga segala sesuatu yang menurut sifatnya persetujuan dituntut berdasarkan keadilan, kebiasaan atau undang-undang (Pasal 1339 BW). Syarat-syarat yang selalu diperjanjikan menurut kebiasaan, harus dianggap telah termasuk dalam suatu perjanjian, walaupun tidak dengan tegas dimasukkan didalamnya (Pasal 1347 BW). Berdasar uraian tersebut, maka hubungan hukum dalam *e-commerce* merupakan hubungan hukum perdata, dan terhadapnya berlaku ketentuan Buku III Kitab Undang-undang Hukum Perdata.²⁹

Regulasi terkait perlindungan konsumen di era bisnis digital secara khusus diatur dengan UU ITE yang telah mengalami beberapa kali perubahan demi mengimbangi perubahan hukum dalam masyarakat. Perlindungan yang diberikan UU ITE bersifat represif, dalam arti isi ketentuan dalam UU ITE mendasarkan pada perbuatan yang

²⁸ Maulandy Rizki, “Lapak Online Shop Instagram jadi Ladang Penipuan Catut Nama Bea Cukai, Ini Modusnya,” <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5161260/lapak-online-shop-instagram-jadi-ladang-penipuan-catut-nama-bea-cukai-ini-modusnya>, 2022.

²⁹ Didik Kusuma Yadi, Muhammad Sood, dan Dwi Martini, “Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Transaksi E-Commerce Menurut Tata Hukum Indonesia,” *Commerce Law* 2, no. 1 (2022): 144, <https://doi.org/10.29303/commercelaw.v2i1.1368>.

tergolong sebagai tindak pidana dengan sanksi berupa penjara dan denda.³⁰ Pasal yang dapat diterapkan terkait perlindungan terhadap para pihak dalam transaksi *online* dapat dilihat pada Pasal 9 UU ITE yang menyatakan bahwa “Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan”. Selanjutnya adalah Pasal 28 UU ITE yang mengatur terkait perbuatan yang dilarang dalam suatu perjanjian jual beli *online* yaitu penjual dilarang menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang dapat menimbulkan kerugian bagi pembeli. Bagi penjual yang melanggar ketentuan tersebut dapat dipidana dengan pidana penjara maksimal 6 (enam) tahun atau denda sebesar Rp. 1.000.000.000 (satu milyar rupiah) sebagaimana diatur dalam Pasal 45A ayat (1) UU ITE. Ketentuan terkait transaksi jual beli *online* yang diatur dalam UU ITE terbagi menjadi imbauan yang diatur dalam Pasal 9, penindakan yang diatur dalam Pasal 28 ayat (1) dan sanksi pidana yang diatur dalam Pasal 45A ayat (1).³¹

Selain menggunakan UU ITE, perlindungan konsumen terhadap permasalahan transaksi *online* pada *platform* tidak resmi juga bisa menggunakan dasar hukum Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Dalam Pasal 1 angka (1) UUPK disebutkan bahwa “Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. Berdasarkan Pasal 4 UUPK terdapat 2 poin tentang hak konsumen yang sering dilanggar pelaku usaha dalam toko *online*, yaitu:³² a. Pasal 4 huruf (a) yang berbunyi “hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa”; dan b. Pasal 4 huruf (c) yang berbunyi “hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa”.³³

Selanjutnya dalam Pasal 7 UUPK setidaknya terdapat 2 poin tentang Kewajiban Pelaku usaha Toko *Online*, yaitu: a. Pasal 7 huruf (b) yang berbunyi “memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan”; dan b. Pasal 7 huruf (f) yang berbunyi “memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan”.

Bilamana konsumen mengalami kerugian dalam transaksi *online*, Jika dilihat dari rumusan UUPK yang mana pelaku usaha yakni pemilik toko *online* yang menawarkan jasa kepada konsumen melanggar hak konsumen dan kewajibannya maka pelaku usaha yakni pemilik toko *online* dapat dimintai pertanggung jawabannya dan wajib memberikan

³⁰ Trivena Gabriela Miracle Tumbel, “Perlindungan Konsumen Jual Beli Online Dalam Era Digital 4.0,” *Lex Et Societatis* 8, no. 3 (2020): 93, <https://doi.org/10.35796/les.v8i3.29507>.

³¹ Republik Indonesia, Undang-undang (UU) Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik

³² Kadek Dwi Giovanni dan Anak Agung Sri Indrawati, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Peredaran Obat Online Yang Tidak Sesuai Dengan Komposisi Obat Asli,” *Kertha Semaya* 10, no. 5 (2022): 8. <https://doi.org/10.24843/KS.2022.v10.i05.p05>

³³ Republik Indonesia, Undang-undang (UU) Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian jasa dan/atau barang. Kelemahan UUPK dalam menangani permasalahan transaksi *online* pada *platform* tidak resmi adalah fakta bahwa pada saat undang-undang ini berlaku, di Indonesia belum ada yang namanya *marketplace online*, jadi pasal-pasal dari UUPK hanya bisa mengatasi permasalahan umum dari kerugian konsumen dalam transaksi *online*.

Dasar-dasar hukum tersebut memiliki kekurangan dalam mengatasi permasalahan ini karena tidak mengatur secara spesifik mengenai jual-beli yang dilakukan pada *platform marketplace* tidak resmi. Pada dasarnya permasalahan ini terjadi karena *platform* media sosial yang ada di Indonesia memiliki kebijakan yang sangat longgar mengenai apa saja yang bisa diunggah oleh penggunaanya, selama tidak melanggar kesusilaan dan sara, biasanya para pengguna dapat mengunggah konten apapun termasuk untuk menjual barang, walaupun *platform* media sosial tersebut tidak memiliki izin untuk melaksanakan jual-beli. Oleh karena itu, hukum di Indonesia harus disesuaikan dengan kondisi tersebut. Hukum Indonesia harus mencakup mengenai apa saja yang boleh diunggah di media sosial, bukan hanya bergantung pada kebijakan dari *platform* media sosial itu sendiri. Hal tersebut harus dilakukan agar masyarakat dapat terhindar dari tindak kejahatan yang dapat terjadi di *platform* media sosial.

3.2 Upaya Hukum Saat Terjadi Permasalahan Transaksi Online Pada Platform Marketplace Yang Tidak Resmi

Jika konsumen memang dirugikan dalam melakukan transaksi *online*, UUPK telah memberikan alternatif ruang untuk menyelesaikan sengketa yang terjadi dalam transaksi *online* yaitu melalui pengadilan dan diluar pengadilan. Dalam penyelesaiannya melalui pengadilan, hal tersebut telah diatur dalam Pasal 45 ayat (1) UUPK yang mengatur bahwa “Setiap konsumen yang dirugikan dapat mengugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.” Pasal 45 ayat (2) UUPK yang mengatur sebagai berikut “Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa”. Selanjutnya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diatur dalam Pasal 47 UUPK yang mengatur sebagai berikut “penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen.” Dengan Kedua cara yang bisa diterapkan konsumen yang mendapat kerugian atas pelaku usaha, konsumen dapat memilih salah satu cara tersebut untuk mendapat keadilan yang telah diatur dalam UUPK baik itu melalui peradilan maupun diluar peradilan.³⁴ Dalam penyelesaian sengketa diluar pengadilan, pemerintah telah membentuk BPSK yang ditujukan untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan konsumen dan pelaku usaha. BPSK memiliki tugas dan

³⁴ Puteri Asyifa Octavia Apandy, Melawati dan Panji Adam, “ Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli,” *Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta* 3, no. 1 (2021): 12. <https://doi.org/10.53825/jmbjayakarta.v3i1.85>

wewenang dalam penyelesaian sengketa diluar pengadilan. Pasal 52 UUPK memuat tentang tugas serta wewenang BPSK yang didalamnya memuat 13 poin. Salah satu tugas dan wewenang BPSK adalah menangani permasalahan konsumen dengan mediasi atau arbitrase ataupun konsiliasi.³⁵

Tentunya terdapat kelebihan dan kekurangan dari penyelesaian sengketa lewat pengadilan ataupun luar pengadilan. Kelebihan penyelesaian sengketa lewat pengadilan/litigasi adalah penyelesaian sengketa berkekuatan hukum tetap dan lazim digunakan dalam sengketa yang bersifat publik maupun privat. Kekurangannya adalah cara ini memakan banyak waktu, tenaga, dan juga biaya. Sementara kelebihan penyelesaian sengketa diluar pengadilan/non litigasi adalah waktu yang relatif singkat dan bersifat rahasia karena hanya sedikit pihak yang tahu dan tidak diumumkan ke publik. Kekurangannya adalah cara ini membutuhkan kesediaan dari para pihak untuk menyelesaikan sengketa secara sukarela, yang mana hal tersebut sulit dicapai.

Selain itu, permasalahan transaksi *online* pada *platform marketplace* tidak resmi juga dapat diselesaikan menggunakan UU ITE. Salah satu contoh konkrit dari penyelesaian kasus tersebut terdapat pada Putusan Nomor 2525/Pid.Sus/2019/PN Mdn yang ringkasan dari kasus tersebut adalah Bahwa pelaku menghubungi korban dengan menggunakan aplikasi *Whatsapp* dan komunikasi *chatting* pesan bahwa dia pelaku mengaku sebagai orang lain dan memberikan informasi lelang kendaraan R4 yang diadakan oleh pihak KPKNL (Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan lelang) dengan memberikan daftar kendaraan yang dilelang. Setelah diberikan daftar kendaraan tersebut pelaku meminta kepada korban untuk memilih kendaraan yang diminati oleh korban, dan selanjutnya korban menjawab bahwa korban berminat pada kendaraan Honda Civic Turbo 1.5 2018 warna hitam, selanjutnya pelaku meminta kepada korban untuk mengirimkan fotokopi NPWP, KTP, KK untuk didaftarkan dan diajukan kepada pimpinan acara lelang kendaraan tersebut. Selanjutnya pelaku memberikan harga penawaran sebesar Rp. 200.000.000.- (dua ratus juta rupiah) dan pelaku meminta uang DP awal dimuka sebesar 20 % yang disanggupi oleh korban. Selain menggunakan identitas orang lain, pelaku juga menggunakan data KASI STNK serta membuat scan STNK palsu atas nama korban yang menjadikan seolah-olah STNK tersebut telah dikeluarkan oleh pihak Kepolisian. Beberapa hari kemudian korban mendatangi Kementerian Keuangan (Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan lelang/KPKNL) untuk konfirmasi tentang hal tersebut dan bertemu dengan pegawai disana dan pegawai tersebut menjelaskan mengenai proses lelang dimana tidak boleh ada dalam proses lelang untuk mentranfer rekening pribadi. Atas keterangan pegawai tersebut, korban merasa tercurangi lalu korban bersama dengan pegawai tersebut bersama-sama melaporkan kejadian ini ke kantor Bareskrim Mabes Polri di Jakarta Selatan.

Dalam kasus tersebut, penuntut umum membacakan tuntutan yang menyatakan bahwa pelaku telah terbukti secara sah dan meyakinkan bersalah Sebagai yang turut serta

³⁵ Zainudin Hasana dan Icha Ifa Afifah, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-commerce," *Advances In Social Humanities Research* 1, no. 5 (2023): 90. <https://doi.org/10.46799/adv.v1i5.91>

melakukan, dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 Ayat (1): yaitu dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik, sebagaimana diatur dan diancam pidana dalam Pasal 45 A Ayat (1) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik jo Pasal 55 Ayat (1) ke-1 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana dalam surat dakwaan kombinasi alternatif pertama dan telah terbukti secara sah dan meyakinkan bersalah melakukan tindak pidana sebagai yang turut serta melakukan, yang dengan sengaja menerima atau menampung, baik untuk diri sendiri maupun untuk orang lain, suatu dana yang diketahui atau patut diduga berasal dari perintah transfer dana yang dibuat secara melawan hukum sebagaimana diatur dan diancam pidana dalam Pasal 82 UU No. 3 Tahun 2011 tentang Transfer Dana jo Pasal 55 Ayat(1) ke-1 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana dalam dakwaan kombinasi alternatif kedua.

Setelah memeriksa keterangan para saksi dan barang bukti, Majelis Hakim memutuskan kasus tersebut dengan amar putusan bahwa pelaku telah terbukti secara sah dan meyakinkan bersalah melakukan tindak pidana turut serta melakukan, dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 Ayat (1) dan melakukan tindak pidana sebagai yang turut serta melakukan, yang dengan sengaja menerima atau menampung, baik untuk diri sendiri maupun untuk orang lain, suatu dana yang diketahui atau patut diduga berasal dari perintah transfer dana yang dibuat secara melawan hukum sebagaimana didakwakan dalam dakwaan alternatif kesatu pertama dan dakwaan alternatif kedua pertama, atau dengan kata lain sesuai dengan tuntutan yang dibacakan oleh penuntut umum. Selanjutnya Majelis Hakim menjatuhkan hukuman berupa penjara selama 4 (empat) tahun dan 6 (enam) bulan dikurangi selama masa penangkapan dan penahanan dan denda sejumlah Rp.3.000.000.- (tiga juta rupiah) dengan ketentuan apabila denda tersebut tidak dibayar, diganti dengan pidana penjara selama 1 (satu) bulan. Total waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan perkara ini dari awal sampai selesai adalah sekitar 10 (sepuluh) bulan.

Contoh kasus singkat lainnya adalah kasus Grab Toko yang pernah viral pada awal tahun 2021. Yang pada intinya, Direktur Pelaksana Grab Toko terbukti melakukan penggelapan dana konsumen dengan kedok membuat *platform e-commerce* baru yang tentunya tidak memiliki izin resmi dari pemerintah. Pelaku menggunakan uang konsumennya untuk berinvestasi di mata uang kripto. Pelaku diduga telah merugikan 980 orang dengan nilai kerugian mencapai Rp. 17.000.000.000 (tujuh belas milyar rupiah). Untuk penyelesaian sengketanya, pihak dari Grab Toko ingin menyelesaikan sengketa melalui jalur non-litigasi yaitu dengan memberikan kompensasi/penggantian kerugian serta pengembalian uang kepada pihak pembeli yang telah dirugikan, akan tetapi pihak pembeli lebih memilih untuk menyelesaikannya melalui jalur litigasi/jalur pengadilan

sehingga pihak pembeli yang merasa dirugikan melakukan pelaporan kepada pihak berwenang yang dimana hal tersebut telah sesuai dengan ketentuan Pasal 45 ayat (1) UUPK. Kasus ini menjadi bukti bahwa salah satu kekurangan dari proses penyelesaian sengketa lewat jalur non-litigasi adalah harus ada kesepakatan dari kedua belah pihak yang sulit untuk dicapai.

Dasar hukum lain yang tentunya dapat digunakan untuk menyelesaikan permasalahan ini adalah Kitab Undang-undang Hukum Pidana. Pasal yang dapat digunakan adalah Pasal 378 KUHP yang berbunyi “Barang siapa dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum, dengan memakai nama palsu atau martabat palsu, dengan tipu muslihat, ataupun rangkaian kebohongan, menggerakkan orang lain untuk menyerahkan barang sesuatu kepadanya, atau supaya memberi hutang maupun menghapuskan piutang, diancam karena penipuan dengan pidana penjara paling lama 4 tahun”. Kitab Undang-undang Hukum Perdata juga terdapat pasal untuk mengatasi kerugian konsumen, yaitu Pasal 1365 yang berbunyi “Tiap perbuatan yang melanggar hukum dan membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang menimbulkan kerugian itu karena kesalahannya untuk menggantikan kerugian tersebut”. Konsumen yang dirugikan tentunya dapat menggunakan pasal-pasal tersebut jika ingin menggugat pihak penjual. Namun, pastinya pihak penuntut umum ataupun pengacara akan lebih mengutamakan penggunaan UUPK ataupun UU ITE sebagai dasar hukum karena KUHPidana dan KUHPerdata merupakan peraturan yang bersifat umum (*lex generalis*), sementara dalam hukum terdapat asas *lex specialis derogate legi generalis* yang artinya hukum yang bersifat khusus (*lex specialis*) mengesampingkan hukum yang bersifat umum (*lex generalis*).

Penyelesaian permasalahan transaksi online pada *platform marketplace* tidak resmi melalui jalur pengadilan dinilai kurang efisien mengingat dibutuhkannya waktu lebih lama, biaya dan tenaga sehingga sebagian besar masyarakat yang mengalami kerugian akan lebih memilih penyelesaian sengketa melalui jalur diluar pengadilan atau bahkan secara kekeluargaan. Meski demikian, jika dalam penyelesaian tersebut tidak kunjung menemukan titik terang dan kesepakatan maka jalan satu-satunya yaitu melalui jalur litigasi untuk mendapat suatu keadilan.

Namun, tentunya lebih baik jika permasalahan tersebut tidak pernah terjadi. Pencegahan merupakan cara terbaik untuk mengatasi masalah. Pihak dari *platform marketplace* tidak resmi tentunya bisa memblokir akun pengguna yang terdeteksi melakukan kecurangan. Namun solusi tersebut sangat tidak efektif karena akan sangat membutuhkan waktu yang lama bagi pihak *platform* untuk mencari akun pengguna yang bermasalah. Pihak *platform* juga pastinya tidak bisa sembarangan dalam memblokir akun pengguna, dibutuhkan bukti yang mencukupi untuk melakukan hal tersebut. Di sisi lain, pengguna *platform* juga bisa dengan mudah membuat akun baru jika akun lamanya diblokir. Pemerintah juga tidak dapat berbuat banyak untuk membantu permasalahan di *platform* karena dari awal *platform* tersebut memang tidak diperuntukkan untuk jual beli dan juga dari pihak *platform* sendiri kesulitan untuk mencegah penggunaannya menjual sesuatu

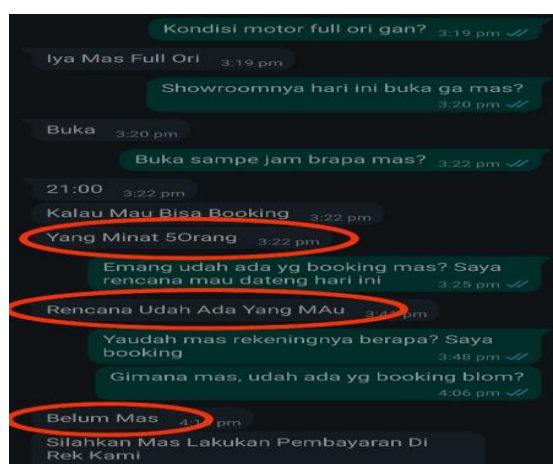
diplatformnya. Berdasarkan hal tersebut, cara pencegahan yang paling efektif adalah dari masyarakat itu sendiri. Masyarakat harus memiliki pengetahuan untuk membedakan mana penjual yang jujur dan mana penjual yang curang. Terdapat beberapa ciri-ciri atau modus yang biasa digunakan penjual curang dalam melaksanakan aksinya.



Sumber: Tangkapan layar pribadi

Gambar 3: Akun penjual yang sekiranya harus diwaspadai

Gambar 3 menjelaskan mengenai ciri pertama yang harus diwaspadai, ciri tersebut adalah bila ada dua akun penjual dengan nama yang hampir sama dan menggunakan foto profil yang hampir sama juga serta dengan barang dagangan yang sama pula. Jika terdapat dua akun penjual dengan ciri seperti itu, maka ada kemungkinan bahwa salah satu akun tersebut adalah akun fiktif. Dengan dibuatnya akun palsu yang mirip tersebut, Si pemilik akun fiktif berharap ada calon pembeli yang malah berkunjung ke akun tersebut dan bukan ke akun penjual aslinya dan berakhir dicurangi. Sebenarnya dari *platform* sendiri sudah memiliki cara untuk mencegah hal tersebut, cara tersebut adalah memberikan tanda verifikasi ke akun yang sudah terbukti asli. Namun, kelemahan terbesar dari cara tersebut adalah untuk memverifikasi sebuah akun membutuhkan waktu yang cukup lama serta proses dan persyaratan yang tidak mudah, apalagi kalau akun tersebut bukan milik orang terkenal. Tentunya hal tersebut merupakan hal yang positif karena seleksi untuk menjadi akun terverifikasi menjadi lebih ketat jadi tidak sembarang akun bisa mendapatkan tanda verifikasi.



Sumber: Korban transaksi *online*

Gambar 4: Percakapan calon pembeli dengan penjual yang patut diwaspadai

Gambar 4 menjelaskan mengenai ciri-ciri penjual yang harus diwaspadai selanjutnya, yaitu adalah jika si penjual menggunakan kata-kata seperti menghasut kita untuk buru-buru membayar. Seperti yang tertera pada gambar 3, terlihat si penjual menghasut calon pembeli motor untuk langsung membayarkan uang muka (DP) dengan mengatakan kalau motor tersebut sudah diminati oleh lima orang dan lanjut mengatakan kalau sudah ada orang lain yang ingin men-DP motor tersebut. Hal tersebut tentu saja akan membuat si calon pembeli sedikit panik, apalagi kalau motor tersebut sudah menjadi incaran si calon pembeli sejak lama. Calon pembeli akan buru-buru membayar uang muka agar motor incarannya tidak diambil oleh orang lain. Namun, hal tersebutlah yang diinginkan oleh si penjual. Jika si calon pembeli belum curiga, maka si penjual akan langsung meminta uang pelunasannya kepada si pembeli. Saat si penjual sudah mendapatkan uangnya, dia menjadi tidak dapat dihubungi dan menghilang seolah ditelan bumi.

Tentu saja masih banyak modus lain yang dilakukan orang tidak bertanggung jawab untuk mencari keuntungan dalam transaksi *online*. Satu contoh lain adalah jika ada barang mewah yang dijual dengan harga yang sangat murah jika dibandingkan dengan harga aslinya dengan embel-embel diskon besar-besaran. biasanya barang-barang tersebut dijual oleh penipu yang memanfaatkan kepolosan masyarakat, seperti kata pepatah yang sering didengar masyarakat "ada harga ada barang", barang mewah dengan kualitas bagus tidak akan dijual dengan harga murah. Masyarakat harus lebih peka dan berinisiatif untuk mencari tahu harga pasar dari barang yang diincarnya. Selain itu, masyarakat juga disarankan untuk melihat atau membaca ulasan orang lain yang pernah belanja barang tersebut. Dan juga tidak ada salahnya untuk selalu menanyakan pendapat orang lain dalam membeli suatu barang karena mungkin saja orang tersebut bisa memberikan tips serta saran yang dapat berguna untuk mencegah kejahatan. Pemaparan terkait beberapa modus kecurangan dalam transaksi *online* pada *platform* tidak resmi tersebut diharapkan dapat memberi pemahaman kepada masyarakat agar lebih berhati-hati jika memutuskan untuk membeli sesuatu pada *platform marketplace* yang tidak resmi karena masyarakat adalah komponen terpenting dalam pencegahan terhadap kecurangan transaksi *online*.

4. PENUTUP

Transaksi *online* pada *platform marketplace* tidak resmi banyak menimbulkan permasalahan-permasalahan yang cenderung merugikan konsumen dan menimbulkan berbagai permasalahan hukum. Regulasi terkait perlindungan konsumen di era bisnis digital secara khusus diatur dengan UU ITE. Selain menggunakan UU ITE, perlindungan konsumen terhadap permasalahan transaksi *online* pada *platform* tidak resmi juga bisa menggunakan dasar UUPK. Kelemahan UUPK dalam menangani permasalahan transaksi *online* pada *platform* tidak resmi adalah fakta bahwa pada saat undang-undang ini berlaku, di Indonesia belum ada yang namanya *marketplace online*, jadi pasal-pasal dari UUPK hanya bisa mengatasi permasalahan umum dari kerugian konsumen dalam transaksi *online*. UUPK telah memberikan alternatif ruang untuk menyelesaikan sengketa yang terjadi dalam transaksi *online* yaitu melalui pengadilan dan diluar pengadilan. Beberapa ciri penjual

curang/penipu di *platform marketplace* tidak resmi antara lain: menggunakan akun fiktif yang meniru akun penjual asli mulai dari nama, foto, hingga barang dagangan; selanjutnya apabila si penjual menggunakan kalimat yang membujuk calon pembeli untuk segera mengeluarkan uang; dan apabila harga barang yang dijualnya jauh dibawah harga pasar. Dengan mengetahui hal tersebut, diharapkan agar calon pembeli lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi *online* di *platform marketplace* tidak resmi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amiruddin, dan Zainal Asikin. *Pengantar Metode Penelitian Hukum* . Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 2016.
- Apandy, Puteri Asyifa Octavia, Melawati, dan Panji Adam, “ Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli,” *Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta* 3, no. 1 (2021): 12. <https://doi.org/10.53825/jmbjayakarta.v3i1.85>
- Ardiyanto, Ardhan, dan Arikha Saputra. “Analisis Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui Shopee.” *Jurnal Meta-Yuridis* 5, no. 2 (28 September 2022): 93–104. <https://doi.org/10.26877/m-y.v5i2.12796>.
- Arifin, Zaenal, dan Muhammad Iqbal. “Perlindungan Hukum Terhadap Merek Yang Terdaftar.” *Jurnal Ius Constituendum* 5, no. 1 (13 Mei 2020): 51. <https://doi.org/10.26623/jic.v5i1.2117>.
- Barkatullah, dan Abdul Halim. *Perlindungan Hukum bagi konsumen dalam Transaksi E-commerce* . Yogyakarta: Pascasarjana FH UII Press, 2009.
- Devi, Ria Sintha, dan Feryanti Simarsoit. “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen E-Commerce Menurut Undang – Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.” *Jurnal Rectum* 2, no. 2 (2020). <http://dx.doi.org/10.46930/jurnalrectum.v2i2.644>
- Fajar, Mukti, dan Yulianto Achmad. *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris* . Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.
- Fista, Yanci Libria, Aris Machmud, dan Suartini Suartini. “Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen.” *Binamulia Hukum* 12, no. 1 (29 Agustus 2023): 181. <https://doi.org/10.37893/jbh.v12i1.599>,
- Giovanni, Kadek Dwi, dan Anak Agung Sri Indrawati, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Peredaran Obat Online Yang Tidak Sesuai Dengan Komposisi Obat Asli,” *Kertha Semaya* 10, no. 5 (2022): 8. <https://doi.org/10.24843/KS.2022.v10.i05.p05>
- Handriani, Aan. “Perlindungan Konsumen Dalam Perjanjian Transaksi Jual Beli Online.” *Pamulang Law Review* 3, no. 2 (30 November 2020): 127. <https://doi.org/10.32493/palrev.v3i2.7989>.
- Harahap, Dedy Ansari. “Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus.” *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 9, no. 2 (26 September 2018): 193–213. <https://doi.org/10.21009/JRMSI.009.2.02>.
- Hasana, Zainudin, dan Icha Ifa Afifah, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-commerce,” *Advances In Social Humanities Research* 1, no. 5 (2023): 90. <https://doi.org/10.46799/adv.v1i5.91>

- Juita, Subaidah Ratna. “Perlindungan Hukum Terhadap Nasabah Bank Korban Kejahatan Skimming.” *Jurnal USM Law Review* 6, no. 1 (28 Mei 2023): 408. <https://doi.org/10.26623/julr.v6i1.6353>.
- Kamila, Meiliana, dan Imam Haryanto. “Tanggung Jawab Hukum Perusahaan Ekspedisi Atas Hilangnya Barang Konsumen.” *Jurnal USM Law Review* 5, no. 2 (12 Desember 2022): 832. <https://doi.org/10.26623/julr.v5i2.5750>.
- Kementerian Perdagangan. *Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik*, t.t.
- Lubis, Achmad Raihansyah, dan Dwi Desi Yayi Tarina. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Mengonsumsi Obat Sirup Yang Merusak Kesehatan.” *Jurnal USM Law Review* 6, no. 3 (18 November 2023): 988. <https://doi.org/10.26623/julr.v6i3.7825>.
- Maharani, Alfina, dan Adnand Darya Dzikra. “Fungsi Perlindungan Konsumen Dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Di Indonesia: Perlindungan, Konsumen Dan Pelaku Usaha (Literature Review).” *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 2, no. 6 (11 Juli 2021): 659–66. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i6.607>.
- Martanti, Gelora. “Perlindungan Konsumen bagi Penyandang Disabilitas pada Sektor Perdagangan Online Berbasis Aplikasi Marketplace.” *Jurnal USM Law Review* 6, no. 1 (29 April 2023): 242. <https://doi.org/10.26623/julr.v6i1.6387>.
- Nainggolan, Ibrahim. “Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha E-Commerce Ditinjau Dari Hukum Positif Indonesia.” *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* 2, no. 1 (2021). <https://doi.org/10.30596/snk.v2i1.8439>
- Pratiwi, Dinda, dan Rianda Dirkareshza. “Pengelabuan Informasi Harga di E-Commerce terhadap Konsumen Melalui Flash Sale.” *Jurnal Ius Constituendum* 8, no. 3 (2023): 407. <http://dx.doi.org/10.26623/jic.v8i3.7344>
- Putra, Chandra Adi Gunawan, I Nyoman Putu Budiarta, dan Ni Made Puspasutari Ujianti. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perspektif Kesadaran Hukum Masyarakat.” *Jurnal Analogi Hukum* 5, no. 1 (2023): 14. <https://doi.org/10.55637/jkh.4.1.6180.13-19>
- Rahim, Khalish Aunur. “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online (E-Commerce).” *Jurnal Hukum dan Sosial Politik* 1, no. 3 (2023): 182. <https://doi.org/10.59581/jhsp-widyakarya.v1i3.607>
- Rakhmawati, Nur Aini, Alvin Edgar Permana, Arvy Muhammad Reyhan, dan Hidayattul Rafli. “Analisa Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19.” *Jurnal Teknoinfo* 15, no. 1 (15 Januari 2021): 32. <https://doi.org/10.33365/jti.v15i1.868>.
- Republik Indonesia. *Undang-undang (UU) Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*, t.t.
- . *Undang-undang (UU) Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik*, t.t.
- Rizki, Maulandy. “Lapak Online Shop Instagram jadi Ladang Penipuan Catut Nama Bea Cukai, Ini Modusnya.” <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5161260/lapak-online-shop-instagram-jadi-ladang-penipuan-catut-nama-bea-cukai-ini-modusnya>, 2022.
- Saragih, Alexandra Exelsia, Muhammad Fadhil Bagaskara, dan Mulyadi. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce.” *Civilia: Jurnal Kajian*

- Hukum dan Pendidikan Kewarganegaraan* 2, no. 1 (2023).
<https://doi.org/10.572349/civilia.v2i2.414>
- Siregar, Gomgom T.P, dan Muhammad Ridwan Lubis. “Sosialisasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Di Lingkungan Universitas Darma Agung.” *PKM Maju UDA* 1, no. 3 (2 Februari 2021): 100.
<https://doi.org/10.46930/pkmmajuuda.v1i3.881>.
- Sjahputra. *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik*. Bandung: PT.Alumni, 2010.
- Sulistianingsih, Dewi, Melliniarini Dibura Utami, dan Yuli Prasetyo Adhi. “Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi E-commerce sebagai Tantangan Bisnis di Era Global.” *Jurnal Mercatoria* 16, no. 2 (28 Desember 2023): 123.
<https://doi.org/10.31289/mercatoria.v16i2.8042>.
- Susanto, Happy. *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*. Yogyakarta: Visi Media, 2008.
- Tokopedia. “Apa Itu Pusat Resolusi?” <https://www.tokopedia.com/help/article/apa-itu-pusat-resolusi>, 2024.
- . “Syarat dan Ketentuan Verifikasi Toko.” <https://www.tokopedia.com/help/article/syarat-dan-ketentuan-verifikasi-toko>, 2024.
- Tumbel, Trivena Gabriela Miracle. “Perlindungan Konsumen Jual Beli Online Dalam Era Digital 4.0.” *Lex Et Societatis* 8, no. 3 (22 Juli 2020).
<https://doi.org/10.35796/les.v8i3.29507>.
- Yadi, Didik Kusuma, Muhammad Sood, dan Dwi Martini. “Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Transaksi E-Commerce Menurut Tata Hukum Indonesia.” *Commerce Law* 2, no. 1 (28 Juni 2022): 144. <https://doi.org/10.29303/commercelaw.v2i1.1368>.