

Perlindungan Hukum terhadap Konsumen yang Dirugikan dalam Belanja Online di Marketplace

Felina Laurensia Wisman

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
felinalaurensia77@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to evaluate the legal protection available to consumers who suffer losses while shopping online and to examine the legal framework regulating the marketplace in Indonesia. The research employs both legislative and conceptual approaches, as well as literature review and analysis of legal documents. Findings indicate that although laws such as Law Number 8 of 1999 on Consumer Protection and Law Number 11 of 2008 on Electronic Information and Transactions (ITE) are in place, their implementation faces challenges, particularly in enforcing consumer rights and addressing online fraud. Existing Government Regulations and Ministerial Regulations are in effect but have not fully resolved issues related to seller liability, dispute resolution, and transaction security. The distinction between physical and digital products under different legal frameworks adds complexity to consumer protection. Lack of consumer awareness and unclear legal provisions exacerbate the problem. Key recommendations include improving consumer information, strengthening regulations and legal actions against violations, and updating laws to keep pace with technological advances and digital market dynamics.

Keywords: Legal Protection, Marketplace, Online Shopping

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengevaluasi perlindungan hukum yang berguna untuk konsumen yang mengalami kerugian pada saat berbelanja online dan mengkaji kerangka hukum yang mengatur pasar di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan meliputi pendekatan peraturan perundang-undangan dan konseptual, serta analisis literatur dan dokumen hukum. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun telah ada undang-undang seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang ITE, penerapannya masih menghadapi kendala, terutama dalam penegakan hukum terhadap pelanggaran hak konsumen dan penipuan online. Peraturan Pemerintah dan Peraturan Menteri terkait sudah ada, tetapi belum sepenuhnya efektif, khususnya dalam hal tanggung jawab penjual, penyelesaian sengketa, dan keamanan transaksi. Produk fisik dan digital tunduk pada UU yang berbeda, menambah kompleksitas perlindungan konsumen. Kurangnya kesadaran konsumen dan ketidakjelasan hukum memperburuk situasi. Rekomendasi penting termasuk peningkatan informasi kepada konsumen, penguatan peraturan dan tindakan hukum terhadap pelanggaran, serta perbaikan undang-undang untuk mengikuti perkembangan teknologi dan pasar digital.

Kata Kunci: Belanja Online, Marketplace, Pelindungan Hukum

Pendahuluan

Perkembangan perekonomian yang pesat menimbulkan proses transaksi jual beli juga semakin cepat banyak cara yang dilakukan para produsen untuk dapat menjangkau para

konsumen salah satunya dengan menciptakan system jual beli secara online (Wibisono, 2019). Jual beli online pada dasarnya ialah transaksi barang atau jasa yang dilakukan secara daring baik itu dengan menerapkan suatu aplikasi pasar online (*market place*) ataupun dengan menerapkan aplikasi media sosial (Rahardjo, 2017). Selain jual belinya dilakukan secara online metode pembayaran juga dilakukan secara online atau transfer selain itu ada juga metode pembayaran secara offline atau sering disebut *cash on delivery* (COD) yang mana pembayaran dilakukan ketika barang sudah sampai di tangan konsumen (Pratama, 2018). Dalam bertransaksi jual beli online ini juga menerapkan jasa dari perusahaan pengiriman barang yang juga terlibat secara langsung dan menentukan proses jual beli, selain menentukan waktu pengiriman barang juga menjadi pihak bertanggungjawab atas barang yang telah dibeli oleh konsumen dan mengantarkan pesanan tepat waktu (Susanto, 2020). Dari beberapa aplikasi yang sering diterapkan mungkin paling sering di dengar masyarakat seperti Tokopedia, Shopee, Lazada dan Facebook (Sutrisno, 2017). Tapi dalam kenyataannya aplikasi pasar online ini ada banyak mungkin mencapai ratusan sampai dengan ribuan aplikasi (Putri & Utama, 2020).

Beberapa aplikasi mungkin sudah memiliki proses pemeriksaan kepada setiap produsen yang menerapkan aplikasi tersebut sehingga kecil kemungkinan terjadinya suatu pelanggaran atau tindakan penipuan yang dapat dialami oleh konsumen (Adi, 2018). Jual beli online ini juga menyediakan barang ataupun contoh barang yang dijual itu dalam bentuk online biasanya berbentuk foto ataupun video, artinya konsumen tidak dapat melihat atau merasakan barang tersebut secara langsung, ini mengakibatkan biasanya terjadi kesalahpahaman antara produsen dengan konsumen (Nugroho, 2019). Belum lagi dengan salah kirim ataupun dengan permasalahan pengiriman yang terlambat serta kerusakan barang yang telah dibeli yang biasanya para konsumen yang harus menanggung sendiri akibatnya (Haryono, 2018). Dalam sistem belanja online sebenarnya memiliki cara agar konsumen dapat meminimalisir kerugian yang didapatkan dalam proses jual beli online ini dengan cara melakukan proses pengembalian barang ataupun dengan pembatalan transaksi yang telah dilakukan dengan menolak barang yang tidak sesuai dengan yang telah di pesan (Widiyanto, 2019). Yang menjadi masalah dalam sistem ini apakah benar-benar tidak merugikan konsumen itu sendiri ataupun kerugian itu setimpal dengan dasar keadilan yang di atur dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD NRI 1945) (Haryono, 2018). Contoh kasus seperti yang di alami beberapa orang yang sempat penulis teliti di sejumlah aplikasi belanja online dimana ada beberapa konsumen yang mengeluhkan keterlambatan pengiriman sehingga menimbulkan masalah ke konsumen, bahkan ada juga kasus dimana konsumen menerima barang yang beda dari apa yang dipesan dari segi ukuran, warna dan model (Sutrisno, 2017).

Metode Penelitian

Penelitian hukum normatif yang fokus pada analisis norma atau peraturan hukum tekstual yang berlaku merupakan jenis penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini. Selain itu, penelitian ini menerapkan pendekatan undang-undang dan pendekatan konseptual (Nurhadi, 2020). Untuk menerapkan pendekatan per-undang-undangan, sejumlah ketentuan peraturan per-undang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dalam transaksi pasar online ditinjau. Metode ini memerlukan pemeriksaan menyeluruh terhadap semua UU yang berlaku, arahan menteri, dan peraturan pemerintah terkait transaksi elektronik dan perlindungan konsumen.

Pemahaman terhadap gagasan mendasar dan sila hukum terkait perlindungan konsumen dalam konteks transaksi elektronik dilakukan dengan pendekatan konseptual.

Untuk menganalisis hak dan kewajiban konsumen, tanggung jawab penjual, dan prosedur penyelesaian sengketa dalam transaksi online, metode ini mengkaji teori hukum, doktrin hukum, dan pendapat para akademisi dan praktisi hukum. Pendekatan ini membantu dalam merumuskan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana hukum seharusnya memberi perlindungan yang memadai bagi konsumen dalam era digital.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pelindungan Hukum terhadap Konsumen yang Dirugikan dalam Belanja Online di Marketplace

1. Teori Pelindungan Hukum Bagi Konsumen

"Rechts Bescherming" ialah istilah Belanda untuk "pelindungan hukum", yang berasal dari istilah bahasa Inggris "pelindungan hukum" (Hadjon, 1987). Pelindungan hukum berasal dari dua suku kata "pelindungan" dan "hukum". Hadjon membedakan dua kategori pelindungan hukum bagi masyarakat: preventif dan represif. Hukum preventif berupaya menghindari konflik, sedangkan hukum represif berupaya menyelesaikan perselisihan.

Pelindungan hukum menurut Setiono ialah "setiap tindakan atau upaya untuk melindungi masyarakat dari tindakan pemerintah yang tidak menentu yang melanggar supremasi hukum, untuk mewujudkan ketentraman dan ketertiban agar masyarakat dapat hidup sesuai dengan harkat dan martabat yang melekat pada dirinya sebagai manusia". Hak dan tanggung jawab setiap orang dalam suatu hubungan hukum juga berkaitan dengan pelindungan hukum (Hadjon, 1987). Menurut Raharjo, pelindungan hukum berfungsi untuk membela hak-hak masyarakat apabila hak tersebut dilanggar oleh orang lain.

2. Tujuan Pelindungan Hukum Bagi Konsumen

Tujuan pelindungan konsumen, sebagaimana yang dinyatakan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Pelindungan Konsumen (UU No. 8/ 1999), antara lain ialah "meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri". Dalam konteks transaksi *e-commerce*, UU No. 8/ 1999 "memberi hak-hak konsumen, seperti hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang dan jasa". Namun UU No. 8/ 1999 saat ini belum sepenuhnya melindungi hak-hak konsumen dalam bertransaksi secara online (*e-commerce*). Oleh karena itu, masih perlu adanya pengaturan yang baik mengenai pelindungan hukum konsumen dalam transaksi *e-commerce*.

3. Hukum Pelindungan konsumen

UU No. 8/ 1999 merupakan undang-undang yang melindungi konsumen. Sebelum mendalami secara spesifik ketentuan UU No. 8 /1999, ada baiknya kita memahami beberapa ungkapan yang sering diterapkan dalam konteks konsumen. Ketika kita berbicara tentang konsumen, yang kita maksud ialah orang atau keluarga yang memanfaatkan produk atau jasa untuk kebutuhan rumah tangga, keluarga, atau pribadi, bukan untuk produksi atau dijual kembali. Peralihan kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa dari pemasok kepada pelanggan dikenal dengan istilah transaksi konsumen (Jailani, 2017).

4. Hak-Hak Konsumen

Hak-hak konsumen menurut Pasal 4 UU No. 8/ 1999: "Pasal 4 UU No. 8/ 1999 menetapkan beberapa hak yang dimiliki oleh konsumen. Hak-hak ini meliputi hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta menerima mereka sesuai dengan nilai tukar, kondisi, dan jaminan yang dijanjikan. Konsumen juga memiliki hak atas informasi yang akurat, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Selain itu, konsumen berhak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian jika barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau standar yang diharapkan" (Sudarsono, 2020).

5. Kewajiban Pelaku Usaha

Kewajiban pelaku usaha menurut Pasal 7 UU No. 8/ 1999: “Sementara itu, pelaku usaha memiliki tanggung jawab tertentu sesuai dengan pasal tersebut. Kewajiban ini termasuk memberi informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa kepada konsumen. Mereka juga harus memberi penjelasan mengenai penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan barang dan/atau jasa kepada konsumen. Selain itu, dalam situasi tertentu, pelaku usaha juga berkewajiban memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian jika diperlukan”.

6. Larangan Memperdagangkan Barang/ Jasa yang Tidak Sesuai

Larangan memperdagangkan barang/ jasa yang tidak sesuai Pasal 8 UU No. 8/ 1999 dengan tegas “melarang pelaku usaha untuk memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. Artinya, ketidaksesuaian spesifikasi barang yang diterima dengan yang tercantum dalam iklan atau foto penawaran barang merupakan bentuk pelanggaran bagi pelaku usaha dalam memperdagangkan barang” (Aziz, 2018).

7. Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha

Hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha: “Pasal 4 huruf h UU No. 8/ 1999 memberi konsumen hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian jika barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau standar yang diharapkan. Sebaliknya, Pasal 7 huruf g UU No. 8/ 1999 memberi kewajiban kepada pelaku usaha untuk memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian jika barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian”

8. Sanksi bagi Pelaku Usaha yang Melanggar

Sanksi bagi pelaku usaha yang melanggar: “Jika pelaku usaha tidak mematuhi kewajibannya, konsekuensinya dapat sangat serius. Pasal 62 UU No. 8/ 1999 mengatur bahwasanya pelaku usaha yang melanggar ketentuan seperti yang disebutkan dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2), dan Pasal 18 dapat dikenai pidana penjara paling lama 5 tahun atau pidana denda maksimal (Sudarsono, 2020). Ini menunjukkan seriusnya perlindungan hukum terhadap hak-hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha” (Jailani, 2017).

Dibawah ini merupakan dasar hukum yang mengatur tentang perlindungan konsumen sebagai berikut :

1. UU No. 8/ 1999

UU No. 8/ 1999 merupakan landasan utama dalam memberi perlindungan hukum bagi konsumen di Indonesia. Undang-undang ini mengatur tentang hak konsumen, kewajiban pelaku korporasi, dan tata cara penyelesaian sengketa dalam hal pembelian online. Hak-hak konsumen mencakup hak atas informasi yang jujur dan transparan, hak atas produk atau layanan berkualitas tinggi yang diberikan tepat waktu, dan hak atas bantuan hukum jika terjadi perselisihan. Namun, pelaku usaha juga bertanggung jawab atas kualitas produk atau layanan yang mereka sediakan, dan mereka mempunyai kewajiban untuk memberi informasi yang akurat dan jujur kepada pelanggan. Meskipun undang-undang ini telah menetapkan kerangka kerja yang jelas, masih terdapat tantangan dalam penerapannya, terutama dalam hal penyelesaian konflik antara pelanggan dan pelaku korporasi.

2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) (UU No. 11/ 2008)

UU No. 11/ 2008 mengatur tentang transaksi elektronik dan keamanan informasi di Indonesia. Salah satu poin pentingnya ialah pengakuan terhadap keabsahan dokumen

elektronik dan kekuatan hukum yang setara antara transaksi elektronik dengan transaksi konvensional. Namun, dalam prakteknya, undang-undang ini masih belum sepenuhnya efektif dalam menangani kasus penipuan dan pelanggaran hak konsumen di *marketplace*. Terdapat kesulitan dalam menindak pelaku penipuan online serta kurangnya perlindungan bagi konsumen yang menjadi korban.

3. Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP No. 82/ 2012)

Peraturan Pemerintah ini memberi kerangka hukum bagi penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik. Peraturan ini menetapkan kewajiban penyelenggara sistem elektronik untuk menjaga keamanan dan kerahasiaan informasi elektronik yang dikelolanya. Namun, pengawasan terhadap implementasi peraturan ini masih perlu diperkuat untuk memastikan kepatuhan semua pihak terkait dan mengurangi risiko bagi konsumen dalam bertransaksi online.

4. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Permendagri No. 50/ 2018)

Peraturan ini memberi panduan khusus mengenai perdagangan elektronik di Indonesia. Peraturan ini menetapkan kewajiban penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE) untuk melakukan registrasi di Kementerian Perdagangan dan menyediakan informasi yang lengkap serta menjamin transaksi yang aman. Namun, masih terdapat pelanggaran yang belum ditangani dengan baik, sehingga konsumen seringkali mengalami kerugian.

5. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2019 tentang Pelindungan Konsumen dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Permendagri No. 20/ 2019)

Pelindungan konsumen dalam transaksi elektronik menjadi tujuan utama undang-undang ini. Hak konsumen untuk menerima produk atau jasa sesuai perjanjian dan kewajiban penyelenggara PMSE untuk menyediakan mekanisme pengaduan merupakan dua aspek krusial. Namun, karena pelanggan tidak menyadari hak-hak mereka dan prosedur pengaduan yang ada saat ini tidak jelas, efektivitas undang-undang ini masih terbatas. Hal ini menunjukkan bahwasanya ketika melakukan bisnis online, pelanggan seringkali merasa kurang terlindungi.

Penutup

Didasarkan atas hasil dan pembahasan maka bisa diambil simpulan bahwasanya Dalam penelitian ini, telah diidentifikasi bahwasanya belanja online di *marketplace* telah menjadi bagian integral dari kehidupan modern, menyajikan kemudahan dan aksesibilitas yang belum pernah terjadi sebelumnya. Meskipun demikian, tantangan besar terkait perlindungan hukum bagi konsumen masih mempengaruhi pengalaman belanja online tersebut. Regulasi yang ada, seperti UU No. 8/ 1999 dan UU No. 11/ 2008, telah memberi kerangka kerja yang jelas dalam melindungi konsumen. Namun, implementasinya masih dihadapkan pada sejumlah kendala yang signifikan. Salah satu isu utama ialah ketidakjelasan dalam penegakan hukum terhadap praktik penipuan dan pelanggaran hak konsumen di platform *marketplace*. Selain itu, peraturan-peraturan seperti PP No. 82/ 2012 dan Permendagri No. 50/ 2018, meskipun memberi landasan hukum, masih belum mampu sepenuhnya menyelesaikan masalah yang ada. Hal ini terutama terkait dengan kurangnya tanggung jawab penjual, kurangnya efektivitas mekanisme penyelesaian sengketa, dan keamanan transaksi yang masih rentan.

Perbedaan standar perlindungan konsumen antara produk fisik dan digital juga menjadi perhatian, karena hal ini dapat menciptakan ketidakpastian bagi konsumen dalam memperoleh perlindungan yang sama. Ditambah lagi dengan kurangnya kesadaran konsumen akan hak-hak mereka dan kompleksitas regulasi di lapangan, seringkali menyebabkan konsumen merasa terpinggirkan dan tidak mendapatkan perlindungan yang memadai.

Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan upaya bersama antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat. Langkah-langkah yang diperlukan mencakup sosialisasi yang lebih intensif mengenai hak dan kewajiban konsumen dalam belanja online, peningkatan pengawasan dan penegakan hukum terhadap praktik bisnis yang merugikan konsumen, serta revisi dan penyempurnaan regulasi yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan dinamika pasar digital. Dengan demikian, perlindungan hukum bagi konsumen dalam belanja online di marketplace memerlukan kerjasama yang kokoh dan komprehensif dari semua pihak terkait, guna menciptakan lingkungan perdagangan yang adil, aman, dan transparan bagi semua pihak yang terlibat.

Daftar Pustaka

- Adi, S. (2018). *Pelindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online: Analisis Terhadap Putusan Pengadilan Negeri Surabaya*. Jurnal Hukum & Sosial, 12(2), 123-138.
- Aziz, R. (2018). *Aspek Hukum dalam Pelindungan Konsumen*. Pustaka Pelajar. ISBN: 978-602-271-784-7.
- Haryono, B. (2018). *Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online: Studi Kasus di Indonesia*. Jurnal Hukum Bisnis, 5(2), 87-102.
- Jailani, A.K. (2017). *Pelindungan Konsumen di Indonesia: Tinjauan Hukum Terhadap UU Nomor 8 Tahun 1999*. PT Citra Aditya Bakti. ISBN: 978-602-262-770-1.
- Nugroho, B. (2019). *Tanggung Jawab Penyelenggara Jasa Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (E-commerce) dalam Jual Beli Online*. Jurnal Hukum & Pembangunan, 45(1), 56-68.
- Nurhadi, A. (2020). *Metode Penelitian Hukum: Pendekatan Normatif dan Pendekatan Empiris*. Pustaka Setia.
- Pratama, A. R. (2018). *Tanggung Jawab Hukum Penyelenggara Jasa Perdagangan Elektronik (E-commerce) terhadap Kerugian Konsumen*. Jurnal Hukum Bisnis, 6(2), 123-136.
- Putri, R. A., & Utama, A. P. (2020). *Analisis Pelindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online di Indonesia*. Jurnal Ilmiah Hukum Justicia, 18(2), 176-188.
- Rahardjo, S. (2017). *Pelindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online: Tinjauan Terhadap UU Nomor 8 Tahun 1999*. Jurnal Hukum & Pembangunan, 22(3), 305-320.
- Sudarsono, S. (2020). *Pelindungan Konsumen dalam Era Digital*. Penerbit Universitas Indonesia. ISBN: 978-602-743-050-1.
- Susanto, R. (2020). *Tanggung Jawab Penyedia Jasa E-commerce Terhadap Produk yang Tidak Sesuai dengan Pesanan Konsumen*. Jurnal Hukum & Peradilan, 25(2), 201-215.
- Sutrisno, A. (2017). *Pelindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online di Indonesia: Studi Kasus Tokopedia*. Jurnal Hukum & Keadilan, 4(2), 123-135.
- Wibisono, Y. (2019). *Pelindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online*. Jurnal Hukum

& Pembangunan, 46(2), 189-205.

Widianto, A. (2019). Pelindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online: Perspektif Hukum Kontrak. *Jurnal Hukum & Keadilan*, 15(1), 45-60.

Yuniarti, D., & Prabowo, B. (2020). Implikasi Hukum atas Masalah Keterlambatan Pengiriman dalam Jual Beli Online di Indonesia. *Jurnal Hukum Bisnis*, 8(1), 45-58.