

### **BAB III**

## **PENGATURAN PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM PERJANJIAN JUAL BELI MELALUI *MARKETPLACE***

### **A. Transformasi Perlindungan Konsumen di Era Perdagangan Digital**

Pergeseran paradigma perdagangan dari model konvensional menuju ekosistem digital membawa implikasi mendasar bagi arsitektur perlindungan konsumen di Indonesia. Philipus M. Hadjon mengemukakan bahwa negara hukum berkewajiban tidak hanya menciptakan norma, tetapi juga memastikan bahwa norma tersebut efektif melindungi kepentingan hukum setiap warga negara dari berbagai tindakan yang berpotensi merugikan.<sup>41)</sup> Apabila dalam era pradigital konsumen dapat langsung mengidentifikasi identitas penjual dan memeriksa kualitas barang secara fisik, maka dalam konteks perdagangan elektronik seluruh proses tersebut berlangsung melalui antarmuka layar yang memisahkan para pihak secara fisik namun menghubungkan mereka secara virtual. Satjipto Rahardjo menegaskan bahwa perlindungan hukum sesungguhnya merupakan upaya menghadirkan pengayoman bagi hak-hak fundamental manusia agar setiap individu dapat menikmati seluruh hak yang telah dijamin oleh sistem hukum yang berlaku.<sup>42)</sup>

Transformasi perdagangan ini berlangsung secara bertahap dalam tiga fase yang saling berkesinambungan. Fase pertama ditandai dengan kemunculan toko daring individual sekitar awal tahun 2000-an di mana penjual membuka kanal penjualan mandiri melalui situs web atau media sosial.<sup>43)</sup> Fase kedua berkembang pada dekade 2010-an dengan hadirnya *platform marketplace* yang mengakomodasi ribuan penjual dalam satu ekosistem terpadu.<sup>44)</sup> Fase ketiga yang sedang berlangsung saat ini ditandai dengan integrasi kecerdasan buatan, analitik data

---

<sup>41)</sup> Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum bagi Rakyat Indonesia* (Surabaya: Bina Ilmu, 1987), hlm. 29–30.

<sup>42)</sup> Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, Cetakan ke-8 (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014), hlm. 54–55.

<sup>43)</sup> Agus Raharjo, *Cybercrime: Pemahaman dan Upaya Pencegahan Kejahatan Berteknologi* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2002), hlm. 41.

<sup>44)</sup> Danrivanto Budhijanto, *Hukum Telekomunikasi, Penyiaran & Teknologi Informasi: Regulasi & Konvergensi* (Bandung: Refika Aditama, 2010), hlm. 114.

besar, dan komputasi awan ke dalam proses perdagangan yang secara fundamental mengubah cara transaksi dirancang, dilaksanakan, dan diawasi.

Kerangka normatif perlindungan konsumen yang semula dirancang untuk konteks perdagangan tatap muka, sebagaimana tercermin dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK), menghadapi keterbatasan ketika dihadapkan pada realitas transaksi elektronik. Respons legislatif terhadap kebutuhan tersebut diwujudkan melalui pengesahan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang kemudian direvisi melalui Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016.<sup>45)</sup> Regulasi ini meletakkan fondasi hukum bagi keabsahan dan kekuatan pembuktian dokumen serta kontrak elektronik. Selanjutnya, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE) hadir sebagai instrumen teknis yang mengatur kewajiban pelaku usaha digital secara lebih spesifik, mencakup persyaratan pendaftaran, standar informasi produk, mekanisme pembayaran, hingga tata cara penanganan pengaduan konsumen.<sup>46)</sup>

Perkembangan terkini yang semakin memperkuat kerangka perlindungan konsumen digital adalah pengesahan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP). Kehadiran regulasi ini menutup salah satu celah terbesar dalam perlindungan konsumen digital, yakni ketiadaan norma yang secara komprehensif mengatur pemrosesan data pribadi oleh *platformbisnis*.<sup>47)</sup> Lebih dari itu, riset yang dilakukan oleh Badan Perlindungan Konsumen Nasional menunjukkan bahwa tingkat literasi digital dan kesadaran hukum konsumen Indonesia masih berada pada taraf yang perlu ditingkatkan, terutama di kalangan pengguna yang baru pertama kali mengakses *platformmarketplace*.<sup>48)</sup> Kesenjangan

---

<sup>45)</sup> Indonesia, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Penjelasan Umum.

<sup>46)</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, Hukum Perlindungan Konsumen, Cetakan ke-5 (Jakarta: Sinar Grafika, 2017), hlm. 10.

<sup>47)</sup> Indonesia, Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi, Pasal 65 ayat (1).

<sup>48)</sup> Badan Perlindungan Konsumen Nasional, Laporan Tahunan BPKN 2022: Potret Perlindungan Konsumen Indonesia (Jakarta: BPKN, 2023), hlm. 27.

antara kerangka normatif yang terus berkembang dengan kesadaran hukum masyarakat yang masih terbatas inilah yang menjadi salah satu tantangan fundamental dalam implementasi perlindungan konsumen di Indonesia.

## **B. Mekanisme Perjanjian dalam Transaksi Jual Beli melalui *Marketplace***

Mekanisme perjanjian dalam transaksi *marketplace* memiliki karakteristik yang secara fundamental berbeda dari perjanjian jual beli konvensional. Seluruh tahapan transaksi terjadi secara asinkron melalui serangkaian interaksi digital yang didokumentasikan oleh sistem secara otomatis.<sup>49)</sup> Meskipun demikian, syarat sahnya perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata tetap berlaku, yakni adanya kesepakatan, kecakapan para pihak, suatu hal tertentu, dan sebab yang diperbolehkan.

### **1. Tahap Pra-Kontrak: Penawaran dan Permintaan**

Proses terbentuknya perjanjian dalam *marketplace* diawali dari tahap pra-kontrak yang terdiri atas penyajian penawaran oleh penjual dan ekspresi minat oleh calon pembeli. Dalam perspektif hukum perjanjian, tampilan produk di halaman *marketplace* secara umum dikonstruksikan sebagai undangan untuk mengajukan penawaran (*uitnodiging tot het doen van een aanbod*), bukan sebagai penawaran yang bersifat definitif dan mengikat.<sup>50)</sup> Dengan konstruksi demikian, penjual masih memiliki keleluasaan untuk menerima atau menolak pesanan yang masuk, antara lain dengan alasan kehabisan stok atau ketidaklayakan kondisi pengiriman.

### **2. Tahap Pembentukan Kesepakatan**

Kesepakatan dalam transaksi *marketplace* terbentuk pada saat pembeli melakukan klik konfirmasi pembelian dan penjual mengonfirmasi pesanan, atau pada saat *platform* secara otomatis meneruskan order kepada penjual. Pasal 20 ayat (1) UU ITE menegaskan bahwa transaksi elektronik terjadi pada saat penawaran

---

<sup>49)</sup> Edmon Makarim, *Pengantar Hukum Telematika: Suatu Kompilasi Kajian* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 257.

<sup>50)</sup> Mariam Darus Badruzaman dkk., *Kompilasi Hukum Perikatan* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001), hlm. 73.

yang dikirim oleh pengirim telah diterima dan disetujui oleh penerima.<sup>51)</sup> Dalam praktik *marketplace* Indonesia, konfirmasi otomatis sistem umumnya dianggap sebagai momen lahirnya perikatan, yang berarti teori pengiriman lebih dominan diterapkan daripada teori pengetahuan.<sup>52)</sup>

### 3. Mekanisme Pembayaran dan *Escrow*

Salah satu inovasi paling signifikan dalam transaksi *marketplace* adalah penggunaan sistem rekening bersama atau *escrow* sebagai instrumen pengamanan pembayaran. Dana yang dibayarkan oleh pembeli tidak langsung diteruskan kepada penjual, melainkan terlebih dahulu ditahan dalam rekening yang dikelola oleh *platform* atau lembaga keuangan mitra *platform*.<sup>53)</sup> Dana baru akan dicairkan kepada penjual setelah pembeli mengonfirmasi penerimaan barang dalam kondisi yang sesuai, atau secara otomatis setelah batas waktu konfirmasi terlampaui tanpa adanya pengaduan. Sistem *escrow* ini menciptakan hubungan kepercayaan yang tersegmentasi: antara pembeli dan *platform* timbul hubungan penitipan uang (depositum), sedangkan antara *platform* dan penjual timbul kewajiban pencairan dana setelah syarat-syarat yang diperjanjikan terpenuhi.<sup>54)</sup>

### 4. Pelaksanaan Perjanjian dan Pengiriman Barang

Setelah terbentuknya kesepakatan dan diselesaikannya pembayaran, tahap pelaksanaan perjanjian dimulai dengan kewajiban penjual memproses dan mengirimkan barang. Dalam konteks *marketplace*, pengiriman umumnya dilakukan melalui jasa pengiriman pihak ketiga yang bekerja sama dengan *platform*. Hubungan hukum segitiga antara penjual, jasa pengiriman, dan pembeli menciptakan kompleksitas tersendiri ketika terjadi kerusakan atau kehilangan

---

<sup>51)</sup> Indonesia, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Pasal 20 ayat (1).

<sup>52)</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan ke-9 (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015), hlm. 201.

<sup>53)</sup> Munir Fuady, *Hukum Bisnis dalam Teori dan Praktek*, Buku Ketiga (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2002), hlm. 192.

<sup>54)</sup> Ridwan Khairandy, *Hukum Kontrak Indonesia dalam Perspektif Perbandingan*, Bagian Pertama (Yogyakarta: FH UII Press, 2013), hlm. 231.

barang. Pertanyaan mengenai siapa yang menanggung risiko selama pengiriman harus dijawab berdasarkan konstruksi perjanjian yang disepakati para pihak dan ketentuan Pasal 1460 serta Pasal 1461 KUH Perdata mengenai peralihan risiko dalam jual beli.<sup>55)</sup>

### C. Permasalahan Hukum dalam Transaksi Jual Beli melalui *Marketplace*

Ekspansi pesat ekosistem *marketplace* menghadirkan berbagai problematika hukum yang bersifat multidimensional. Kecepatan perkembangan teknologi kerap melampaui kemampuan regulasi untuk beradaptasi, sehingga menciptakan celah hukum yang dapat dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab.<sup>56)</sup>

Permasalahan pertama adalah keabsahan dan kekuatan pembuktian kontrak elektronik. Meskipun Pasal 18 dan Pasal 19 UU ITE telah memberikan pengakuan terhadap keabsahan transaksi elektronik,<sup>57)</sup> dalam praktik peradilan masih terdapat tantangan berupa sulitnya autentikasi identitas para pihak, penetapan saat terjadinya kesepakatan dalam transaksi asinkron, serta pembuktian keaslian dan integritas alat bukti elektronik. Permasalahan kedua adalah ketidaksesuaian antara deskripsi produk dengan kondisi aktual barang yang diterima konsumen. Ketika terjadi kesenjangan antara representasi produk dan kenyataan, hal ini dapat dikualifikasikan sebagai misrepresentasi yang memberikan hak kepada pembeli untuk menuntut pembatalan perjanjian atau ganti rugi berdasarkan Pasal 1328 KUH Perdata tentang penipuan atau Pasal 1321 KUH Perdata tentang kesesatan.<sup>58)</sup>

Permasalahan ketiga adalah maraknya praktik penipuan dalam transaksi elektronik. Anonimitas parsial yang memungkinkan seseorang mendaftar sebagai penjual dengan identitas yang tidak terverifikasi sepenuhnya menciptakan peluang bagi pelaku kejahatan, mulai dari tidak mengirimkan barang setelah menerima pembayaran hingga mengirimkan barang palsu. Perbuatan tersebut dapat dijerat

<sup>55)</sup> R. Subekti, *Aneka Perjanjian*, Cetakan ke-11 (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014), hlm. 7; lihat juga Pasal 1460–1461 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

<sup>56)</sup> Budi Agus Riswandi, *Hukum dan Internet di Indonesia* (Yogyakarta: UII Press, 2003), hlm. 89.

<sup>57)</sup> Indonesia, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Pasal 18 dan Pasal 19.

<sup>58)</sup> Dedi Harianto, *Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Iklan yang Menyesatkan* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 47.

dengan Pasal 378 KUHP tentang penipuan dan/atau Pasal 35 UU ITE tentang manipulasi informasi elektronik.<sup>59)</sup> Permasalahan keempat adalah ambiguitas tanggung jawab hukum operator *marketplace*, yaitu apakah *marketplace* dapat dimintai pertanggungjawaban secara langsung atas kerugian konsumen akibat perbuatan penjual yang beroperasi dalam *platformnya*.<sup>60)</sup> Permasalahan kelima adalah perlindungan data pribadi pengguna. Pascaberlakunya UU PDP, operator *marketplace* dikategorikan sebagai Pengendali Data Pribadi yang berkewajiban memproses data hanya berdasarkan dasar hukum yang sah dan menjamin keamanan data melalui langkah-langkah teknis yang memadai.<sup>61)</sup> Permasalahan keenam adalah ketidakefektifan mekanisme penyelesaian sengketa yang masih menghadapi hambatan aksesibilitas, biaya, dan waktu yang membuat sebagian besar konsumen memilih untuk tidak menindaklanjuti kerugian yang mereka alami, menciptakan apa yang dikenal sebagai kesenjangan keadilan (*justice gap*).<sup>62)</sup>

#### **D. Kasus Perlindungan Konsumen dalam Perjanjian Jual Beli melalui Marketplace**

Untuk memahami bagaimana permasalahan hukum yang telah diuraikan berwujud dalam kenyataan, berikut disajikan dua contoh kasus yang mencerminkan ragam problematika perlindungan konsumen dalam transaksi *marketplace* di Indonesia. Kedua kasus ini dipilih karena masing-masing mewakili jenis pelanggaran yang berbeda penjualan produk palsu dan wanprestasi pengiriman barang namun keduanya sama-sama menguji batas kemampuan hukum yang berlaku dalam memberikan perlindungan nyata kepada konsumen.

---

<sup>59)</sup> Maskun, *Kejahatan Siber (Cyber Crime): Suatu Pengantar* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), hlm. 47.

<sup>60)</sup> Nuzul Eka Oktaviandri, 'Tanggung Jawab Hukum Penyedia PlatformMarketplace terhadap Kerugian Konsumen', *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, Vol. 52, No. 1 (2022), hlm. 88.

<sup>61)</sup> Indonesia, Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi, Pasal 20 ayat (1) dan Pasal 57 ayat (1).

<sup>62)</sup> Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara serta Kendala Implementasinya*, Cetakan ke-2 (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hlm. 68.

### 1. Kasus Penjualan Produk Elektronik Palsu — *Platform Shopee*

Kasus ini ditangani oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Kota Bandung pada tahun 2022. Seorang konsumen membeli satu unit smartphone merek Samsung Galaxy S22 seharga Rp3.200.000,00 melalui toko daring pada *platformShopee* yang dalam halamannya mencantumkan klaim "bergaransi resmi Samsung 1 tahun." Setelah barang diterima, konsumen mendapati bahwa unit yang dikirimkan adalah produk replika tanpa nomor IMEI yang valid, dan Samsung Service Center menyatakan nomor seri perangkat tidak terdaftar dalam sistem garansi resmi.<sup>63)</sup> Penjual menolak bertanggung jawab dengan berdalih klausula "barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan dalam kondisi apapun." Setelah mediasi internal *platform* gagal, konsumen mengajukan aduan kepada BPSK Kota Bandung.

BPSK melalui putusan arbitrase menyatakan penjual terbukti melanggar Pasal 8 ayat (1) huruf a UUPK yang melarang pelaku usaha memperdagangkan barang yang tidak sesuai pernyataan pada label, dan Pasal 9 ayat (1) huruf d UUPK yang melarang menawarkan barang dengan cara menyesatkan mengenai jaminan barang.<sup>64)</sup> Klausula "barang tidak dapat dikembalikan" dinyatakan batal demi hukum berdasarkan Pasal 18 ayat (3) UUPK. Penjual dihukum mengembalikan harga pembelian Rp3.200.000,00 dan membayar kerugian tambahan Rp150.000,00. Kasus ini menegaskan bahwa klausula baku yang melarang pengembalian barang tidak dapat digunakan pelaku usaha untuk membebaskan diri dari tanggung jawab atas produk palsu. Perlu dicatat pula bahwa standar verifikasi yang tidak memadai dari pihak *platform* sesungguhnya merupakan bentuk kelalaian yang turut berkontribusi pada terjadinya kerugian konsumen.<sup>65)</sup>

Secara yuridis, kasus ini mengandung beberapa lapisan pelanggaran yang perlu diuraikan lebih lanjut. Pertama, dari sisi hukum perlindungan konsumen, tindakan penjual yang memajang foto dan deskripsi produk asli Samsung namun

---

<sup>63)</sup> Dedi Harianto, *Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Iklan yang Menyesatkan*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2010 op.cit., hlm. 62.

<sup>64)</sup> Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 8 ayat (1) huruf a jo. Pasal 62 ayat (1).

<sup>65)</sup> Nuzul Eka Oktaviandri, op.cit., hlm. 91.

mengirimkan produk replika merupakan bentuk penipuan informasi yang secara langsung merugikan konsumen. Larangan ini tidak hanya termuat dalam Pasal 8 dan Pasal 9 UUPK, tetapi juga dalam Pasal 18 yang secara khusus melarang pencantuman klausul baku yang mengalihkan tanggung jawab pelaku usaha kepada konsumen.<sup>66)</sup> Klausula "barang tidak dapat dikembalikan" yang dicantumkan secara sepihak oleh penjual adalah contoh klausul baku yang dilarang undang-undang karena merampas hak konsumen untuk memperoleh pemulihan ketika menerima barang yang tidak sesuai.<sup>67)</sup>

Kedua, dari sisi sanksi, pelanggaran terhadap Pasal 8 UUPK yang dilakukan oleh penjual tidak hanya menimbulkan akibat perdata berupa kewajiban memberikan ganti rugi, tetapi juga membuka pintu bagi penerapan sanksi pidana. Pasal 62 ayat (1) UUPK mengancam pelaku usaha yang melanggar ketentuan Pasal 8 dengan pidana penjara paling lama lima tahun atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00.<sup>68)</sup> Dalam praktiknya, ancaman sanksi pidana ini jarang diterapkan dalam kasus-kasus sengketa konsumen individual, namun keberadaannya secara normatif mencerminkan keseriusan pembentuk undang-undang dalam memberikan perlindungan terhadap hak-hak konsumen.<sup>69)</sup>

Ketiga, tindakan penjual yang menggunakan merek Samsung secara tidak sah pada produk replika juga merupakan pelanggaran terhadap Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Penggunaan tanda yang sama dengan merek terdaftar pada barang yang diperdagangkan tanpa hak dapat dikenai pidana penjara dan denda berdasarkan ketentuan undang-undang merek.<sup>70)</sup> Hal ini memperkuat posisi hukum konsumen dalam menuntut pertanggungjawaban, karena kerugian yang dialami bukan sekadar persoalan kualitas barang, melainkan juga menyangkut pelanggaran hak atas merek yang dilindungi hukum.

---

<sup>66)</sup> Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 18 ayat (1) huruf b.

<sup>67)</sup> Shidarta, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia (Jakarta: PT Grasindo, 2006), hlm. 44.

<sup>68)</sup> Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 62 ayat (1).

<sup>69)</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, Hukum Perlindungan Konsumen, Cetakan ke-5 (Jakarta: Sinar Grafika, 2017), hlm. 111.

<sup>70)</sup> Indonesia, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Pasal 100 ayat (1).

Keempat, mengenai peran *platform* Shopee dalam kasus ini, meskipun dalam putusan BPSK pertanggungjawaban dijatuhkan kepada penjual secara langsung, terdapat argumen hukum yang kuat bahwa *platform* turut bertanggung jawab secara tidak langsung. Kewajiban *platform* sebagai Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE) untuk melakukan verifikasi terhadap penjual dan produk yang dipasarkan diatur secara eksplisit dalam PP PMSE.<sup>71)</sup> Kegagalan Shopee dalam mendeteksi dan mencegah penjualan produk palsu di ekosistemnya merupakan kelalaian yang, dalam perspektif hukum yang lebih progresif, seharusnya dapat menjadi dasar pertanggungjawaban bersama antara penjual dan *platform*.<sup>72)</sup>

Dari sisi proses penyelesaian sengketa, keputusan BPSK Kota Bandung dalam kasus ini menunjukkan efektivitas jalur non-litigasi sebagai pilihan penyelesaian yang lebih cepat dan terjangkau bagi konsumen.<sup>73)</sup> Konsumen tidak perlu menempuh proses pengadilan yang panjang dan berbiaya tinggi untuk mendapatkan pemulihan atas kerugian yang dideritanya. Hal ini sejalan dengan semangat UUPK yang menghendaki tersedianya mekanisme penyelesaian sengketa konsumen yang mudah diakses oleh masyarakat luas.

2. Kasus Barang Tidak Terkirim Setelah Pembayaran Lunas *Platform Lazada*  
Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Selatan Nomor 523/Pdt.G/2021/PN.Jkt.Sel. menangani kasus seorang konsumen yang melakukan pemesanan tiga unit laptop merek ASUS dengan total harga Rp45.000.000,00 melalui *platform* Lazada. Pembayaran dilakukan secara penuh melalui sistem escrow, namun hingga 14 hari setelah konfirmasi penjual tidak ada resi pengiriman

---

<sup>71)</sup> Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Pasal 59 ayat (1).

<sup>72)</sup> Mariam Darus Badruzaman, *Perjanjian Baku (Standart) Perkembangannya di Indonesia* (Bandung: Alumni, 1980), hlm. 52.

<sup>73)</sup> Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara serta Kendala Implementasinya*, Cetakan ke-2 (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hlm. 99 – 101.

yang diterbitkan.<sup>74)</sup> Konsumen mengajukan gugatan perdata terhadap penjual sebagai Tergugat I dan Lazada Indonesia sebagai Tergugat II.

Majelis Hakim memutuskan Tergugat I terbukti melakukan wanprestasi berdasarkan Pasal 1243 KUH Perdata dan dihukum mengembalikan pembayaran Rp45.000.000,00 beserta bunga keterlambatan 6% per tahun terhitung sejak gugatan didaftarkan, serta membayar ganti rugi immateriel Rp5.000.000,00.<sup>75)</sup> Gugatan terhadap Tergugat II ditolak karena *platform* terbukti telah menjalankan mekanisme escrow dengan benar dan tidak terbukti lalai secara teknis. Kasus ini memperlihatkan efektivitas mekanisme pembuktian terbalik dalam Pasal 28 UUPK yang berhasil meringankan beban konsumen, sekaligus membuka diskusi mengenai perlunya regulasi yang lebih tegas menetapkan ambang batas tanggung jawab *platform*.

Dari sudut pandang hukum perjanjian, kasus ini merupakan contoh paling gamblang dari wanprestasi dalam transaksi *marketplace*. Ketika seorang pembeli telah memenuhi kewajibannya — membayar harga yang disepakati — namun pihak penjual tidak melaksanakan prestasinya untuk menyerahkan barang, terpenuhi semua unsur wanprestasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1243 KUH Perdata.<sup>76)</sup> Akibat hukum yang timbul berdasarkan Pasal 1267 KUH Perdata memberikan konsumen pilihan tuntutan yang cukup luas: menuntut pemenuhan perjanjian, menuntut ganti rugi semata, atau menuntut pembatalan perjanjian disertai ganti rugi.<sup>77)</sup>

Selain wanprestasi dalam ranah hukum perdata, perilaku penjual yang menerima pembayaran tanpa niatan mengirimkan barang juga bersinggungan dengan ketentuan perlindungan konsumen. Pasal 19 ayat (1) UUPK menegaskan kewajiban pelaku usaha untuk bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang yang diperdagangkan, sementara Pasal 28 UUPK memperkenalkan mekanisme pembuktian terbalik yang

---

<sup>74)</sup> Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Bandung: Mandar Maju, 2000), hlm. 39.

<sup>75)</sup> Susanti Adi Nugroho, *op.cit.*, hlm. 99–101.

<sup>76)</sup> Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek), Pasal 1243.

<sup>77)</sup> Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek), Pasal 1267.

memindahkan beban pembuktian dari konsumen kepada pelaku usaha.<sup>78)</sup> Ketentuan ini sangat menguntungkan konsumen mengingat mereka umumnya berada pada posisi yang lebih lemah dalam hal akses terhadap bukti-bukti yang relevan.

Putusan pengadilan yang membebaskan Lazada dari tanggung jawab dalam kasus ini patut dicermati secara kritis. Pertimbangan majelis hakim yang menyatakan bahwa *platform* telah menjalankan mekanisme *escrow* dengan benar sesungguhnya mengandung celah perlindungan yang cukup signifikan. Dalam praktiknya, sistem *escrow* yang dioperasikan oleh *platform* dapat dimanipulasi oleh penjual yang tidak beritikad baik, misalnya dengan memasukkan nomor resi palsu guna memicu pencairan dana secara otomatis oleh sistem sebelum konsumen dapat mengonfirmasi penerimaan barang.<sup>79)</sup> Kondisi ini menunjukkan bahwa ketiadaan mekanisme verifikasi yang lebih ketat dari sisi *platform* dapat menjadi celah yang merugikan konsumen meski secara formal *platform* dianggap telah memenuhi standar operasionalnya.

Dari perspektif tanggung jawab sistem elektronik, Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik mewajibkan penyelenggara sistem elektronik untuk menjamin keandalan, keamanan, dan integritas sistem yang dioperasikannya.<sup>80)</sup> Kewajiban ini seharusnya mencakup pula kemampuan sistem untuk mendeteksi anomali dalam proses pengiriman, termasuk ketidaksesuaian antara nomor resi yang dimasukkan penjual dengan data pengiriman aktual. Apabila sistem *platform* tidak mampu melakukan deteksi semacam itu, terdapat argumen bahwa *platform* belum sepenuhnya memenuhi standar keandalan sistem yang diamanatkan peraturan.

Program **Lazada Buyer Protection** yang dijanjikan kepada konsumen secara implisit menciptakan hubungan kontraktual antara *platform* dan pembeli, di mana *platform* berkomitmen untuk memastikan keamanan transaksi dan memberikan

---

<sup>78)</sup> Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 19 ayat (1) jo. Pasal 28.

<sup>79)</sup> Nindyo Pramono, "E-Commerce dan Permasalahannya ditinjau dari Hukum Perdata," Jurnal Hukum Bisnis, Vol. 22, No. 3 (2003), hlm. 18.

<sup>80)</sup> Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Pasal 12 ayat (1).

perlindungan apabila terjadi permasalahan.<sup>81)</sup> Kegagalan *platform* dalam menepati janji perlindungan tersebut terlepas dari apakah hal itu disebabkan oleh kelalaian teknis atau tidak dapat menjadi dasar tuntutan hukum berdasarkan hubungan kontraktual antara konsumen dan *platform* itu sendiri, bukan hanya antara konsumen dan penjual.

Kasus ini juga mengungkap kelemahan struktural dalam regulasi *marketplace* yang berlaku saat ini: belum adanya ketentuan yang secara tegas menetapkan standar minimum tanggung jawab *platform* ketika mekanisme yang diandalkannya gagal melindungi konsumen.<sup>82)</sup> Selama ambang batas tanggung jawab *platform* tidak dirumuskan secara eksplisit dalam regulasi, konsumen akan terus berada dalam ketidakpastian hukum mengenai siapa yang harus dimintai pertanggungjawaban ketika kerugian terjadi akibat kegagalan sistem yang dioperasikan oleh *platform*.

**Tabel 3. 1. Rangkuman Contoh Kasus Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Marketplace**

| No. | Jenis Kasus                                    | Platform | Dasar Hukum                                       | Hasil/Upaya Hukum                                                               |
|-----|------------------------------------------------|----------|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 1   | Penjualan produk elektronik palsu              | Shopee   | Ps. 8 & 9 UUPK; Ps. 18 UUPK; Ps. 1328 KUH Perdata | Pengembalian dana + ganti rugi; klausula batal demi hukum (BPSK Bandung, 2022)  |
| 2   | Barang tidak terkirim setelah pembayaran lunas | Lazada   | Ps. 1243 & 1267 KUH Perdata; Ps. 19 & 28 UUPK     | Penjual dihukum kembalikan dana + bunga 6%/tahun + ganti rugi (PN Jaksel, 2021) |

Sumber: Diolah dari putusan BPSK Kota Bandung, Putusan PN Jakarta Selatan, laporan BPKN, dan literatur hukum konsumen, 2024

<sup>81)</sup>Lazada Indonesia, "Lazada Buyer Protection Policy," <https://www.lazada.co.id/helpcenter/lazada-buyer-protection> (diakses pada 8 September 2024).

<sup>82)</sup> Kurnianingrum Trias Palupi, "Urgensi Revisi Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam Menjawab Tantangan Era Perdagangan Bebas," Negara Hukum, Vol.