

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat pada era globalisasi ini telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bidang perdagangan. Kemajuan teknologi internet telah melahirkan suatu model transaksi perdagangan baru yang dikenal dengan istilah perdagangan *elektronik* atau *e-commerce*. Perdagangan melalui media elektronik ini kini telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern Indonesia.

Indonesia sebagai negara dengan jumlah pengguna internet yang terus meningkat dari tahun ke tahun menjadi salah satu pasar *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara. Berdasarkan data yang ada, penetrasi internet di Indonesia telah mencapai angka yang sangat signifikan, mendorong pertumbuhan transaksi perdagangan secara daring yang luar biasa. Fenomena ini ditandai dengan menjamurnya *platformmarketplace* di Indonesia, seperti Tokopedia, *Shopee*, Bukalapak, Lazada, dan berbagai *platformlainnya* yang semakin memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli.

Marketplace merupakan *platformdigital* yang berfungsi sebagai wadah pertemuan antara penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi jual beli secara elektronik. Kehadiran *marketplace* memberikan berbagai kemudahan bagi konsumen, antara lain kemudahan akses, pilihan produk yang beragam, harga yang kompetitif, serta kemudahan dalam melakukan perbandingan harga. Di sisi lain, penjual pun mendapatkan manfaat berupa perluasan jangkauan pasar tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar untuk membuka toko fisik.

Meskipun demikian, di balik kemudahan dan manfaat yang ditawarkan, transaksi jual beli melalui *marketplace* juga menyimpan berbagai potensi permasalahan hukum yang dapat merugikan konsumen. Permasalahan tersebut antara lain meliputi tidak sesuainya produk yang diterima dengan deskripsi yang ditampilkan, keterlambatan atau kegagalan pengiriman barang, penipuan yang

dilakukan oleh oknum penjual tidak bertanggung jawab, kesulitan dalam pengajuan klaim atau komplain, penyalahgunaan data pribadi konsumen, serta lemahnya penegakan hak-hak konsumen dalam sengketa yang timbul.

Kompleksitas transaksi dalam *marketplace* juga menimbulkan pertanyaan yuridis yang mendasar mengenai hubungan hukum antara para pihak yang terlibat, yakni konsumen, penjual (*merchant*), dan penyelenggara *marketplace* itu sendiri. Ketidakjelasan posisi hukum masing-masing pihak berpotensi menciptakan kekosongan perlindungan hukum bagi konsumen ketika terjadi sengketa. Konsumen sebagai pihak yang memiliki posisi tawar lebih rendah dalam transaksi tersebut seringkali mengalami kesulitan dalam memperoleh perlindungan dan pemenuhan hak-haknya.

Indonesia sebenarnya telah memiliki perangkat hukum yang dimaksudkan untuk melindungi konsumen, yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK). Undang-undang ini lahir sebagai respons atas kebutuhan masyarakat akan perlindungan hukum yang memadai dalam kegiatan konsumsi barang dan/atau jasa. UUPK mengatur secara komprehensif mengenai hak dan kewajiban konsumen, hak dan kewajiban pelaku usaha, perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, klausula baku, tanggung jawab pelaku usaha, pembinaan dan pengawasan, serta penyelesaian sengketa konsumen.

Namun demikian, UUPK disusun pada tahun 1999 ketika teknologi informasi dan model transaksi perdagangan elektronik belum berkembang seperti sekarang ini. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana UUPK dapat diterapkan secara efektif untuk melindungi konsumen dalam transaksi melalui *marketplace* yang memiliki karakteristik berbeda dengan transaksi konvensional. Meskipun Indonesia juga memiliki Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016, namun pengaturan perlindungan konsumen secara spesifik dalam transaksi elektronik masih memerlukan kajian yang lebih mendalam.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan mengkaji lebih dalam mengenai perlindungan hukum

bagi konsumen dalam transaksi jual beli melalui *marketplace* ditinjau dari perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dalam pengembangan hukum perlindungan konsumen di Indonesia, khususnya dalam konteks transaksi perdagangan elektronik yang terus berkembang dinamis.

Sejak manusia mengenal kehidupan bermasyarakat, kegiatan tukar-menukar barang dan jasa telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari peradaban. Dari sistem barter yang sederhana di pasar-pasar tradisional, hingga lahirnya uang sebagai alat tukar yang universal, perdagangan senantiasa berevolusi mengikuti perkembangan zaman. Pasar, dalam bentuknya yang paling klasik, selalu hadir sebagai ruang fisik tempat penjual dan pembeli bertemu, saling melihat wajah satu sama lain, memeriksa barang secara langsung, dan menegosiasikan harga melalui interaksi tatap muka. Kepercayaan dalam transaksi semacam ini tumbuh dari kedekatan dan pengalaman berulang antara para pihak yang saling mengenal.

Namun, gelombang revolusi digital yang melanda dunia sejak akhir abad ke-20 telah mengubah wajah perdagangan secara fundamental. Batas-batas ruang dan waktu yang dahulu menjadi kendala utama dalam transaksi kini seolah runtuh oleh kehadiran teknologi internet. Seseorang yang berada di pelosok Kalimantan kini dapat membeli produk dari penjual di Jakarta, bahkan dari negara lain, hanya dengan beberapa kali sentuhan pada layar telepon pintar. Interaksi tatap muka yang dahulu menjadi fondasi kepercayaan dalam berdagang, perlahan digantikan oleh foto produk, deskripsi tertulis, ulasan dari pembeli lain, serta sistem penilaian (*rating*) yang ditampilkan secara digital.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat pada era globalisasi ini telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bidang perdagangan. Kemajuan teknologi internet telah melahirkan suatu model transaksi perdagangan baru yang dikenal dengan istilah perdagangan elektronik atau *e-commerce*. Perdagangan melalui media elektronik ini kini telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern Indonesia.

Indonesia, dengan jumlah penduduk yang besar dan tingkat penetrasi internet yang terus meningkat dari tahun ke tahun, tumbuh menjadi salah satu pasar *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara. Fenomena ini dapat dirasakan dalam keseharian masyarakat: notifikasi diskon yang memenuhi layar ponsel setiap hari, iklan produk yang muncul di media sosial, hingga kebiasaan baru masyarakat yang lebih memilih berbelanja dari rumah dibandingkan mendatangi toko fisik. Fenomena ini ditandai dengan menjamurnya platform *marketplace* di Indonesia, seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, dan berbagai platform lainnya yang semakin memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli.

Marketplace merupakan platform digital yang berfungsi sebagai wadah pertemuan antara penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi jual beli secara elektronik. Kehadiran *marketplace* memberikan berbagai kemudahan bagi konsumen, antara lain kemudahan akses, pilihan produk yang beragam, harga yang

kompetitif, serta kemudahan dalam melakukan perbandingan harga. Di sisi lain, penjual pun mendapatkan manfaat berupa perluasan jangkauan pasar tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar untuk membuka toko fisik.

Akan tetapi, di balik kemudahan dan gemerlap kemajuan tersebut, tersimpan sisi lain yang kerap luput dari perhatian. Tidak sedikit kisah beredar mengenai konsumen yang merasa tertipu ketika barang yang diterima ternyata jauh berbeda dari gambar yang dipajang di layar ponsel mereka. Ada pula cerita tentang paket yang tidak kunjung tiba meski pembayaran telah dilakukan lunas di muka, atau konsumen yang harus berhadapan dengan penjual fiktif yang menghilangkan begitu transaksi selesai. Keluhan-keluhan semacam ini bukan sekadar cerita anekdot di media sosial, melainkan cerminan dari persoalan hukum yang lebih mendasar dan berulang kali terjadi dalam praktik jual beli daring di Indonesia.

Meskipun demikian, di balik kemudahan dan manfaat yang ditawarkan, transaksi jual beli melalui *marketplace* juga menyimpan berbagai potensi permasalahan hukum yang dapat merugikan konsumen. Permasalahan tersebut antara lain meliputi tidak sesuainya produk yang diterima dengan deskripsi yang ditampilkan, keterlambatan atau kegagalan pengiriman barang, penipuan yang dilakukan oleh oknum penjual tidak bertanggung jawab, kesulitan dalam pengajuan klaim atau komplain, penyalahgunaan data pribadi konsumen, serta lemahnya penegakan hak-hak konsumen dalam sengketa yang timbul.

Di antara berbagai persoalan tersebut, isu penyalahgunaan data pribadi konsumen patut mendapat perhatian khusus, sebab dampaknya kerap tidak langsung terasa namun berpotensi merugikan konsumen dalam jangka panjang. Setiap kali seorang konsumen mendaftar dan bertransaksi di suatu *marketplace*, ia diwajibkan menyerahkan berbagai data pribadi, mulai dari nama lengkap, nomor telepon, alamat rumah, alamat surel, hingga informasi rekening atau kartu pembayaran. Data-data tersebut idealnya hanya digunakan untuk kepentingan penyelesaian transaksi, namun dalam praktiknya konsumen tidak selalu mengetahui secara pasti bagaimana data mereka disimpan, diolah, dan kepada pihak mana data tersebut mungkin dibagikan. Tidak jarang konsumen tiba-tiba menerima pesan singkat, panggilan telepon, atau surel yang bersifat menawarkan produk lain, bahkan modus penipuan yang mengatasnamakan pihak *marketplace*, tidak lama setelah mereka melakukan transaksi—sebuah indikasi kuat bahwa data pribadi mereka telah beredar melampaui tujuan awal pengumpulannya. Beberapa kasus kebocoran data dalam skala besar yang pernah mencuat di Indonesia turut memperlihatkan bahwa keamanan data konsumen dalam ekosistem digital masih menjadi titik lemah yang serius. Persoalannya menjadi semakin kompleks ketika dikaitkan dengan kerangka hukum yang berlaku, sebab UUPK sebagai payung hukum utama perlindungan konsumen sama sekali tidak mengatur secara spesifik mengenai perlindungan data pribadi, sementara Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi (UU PDP) yang lahir kemudian lebih berfokus pada kewajiban pengendali dan prosesor data secara umum, belum secara khusus mengatur relasi tiga pihak dalam ekosistem *marketplace*, yaitu antara konsumen, penjual, dan penyelenggara platform. Kekosongan hukum semacam ini menempatkan konsumen dalam posisi rentan, karena ketika terjadi kebocoran atau penyalahgunaan data, tidak selalu jelas pihak mana yang harus bertanggung jawab

dan mekanisme apa yang dapat ditempuh konsumen untuk memperoleh pemulihan atas kerugian yang dideritanya.

Kondisi ini diperparah oleh karakteristik transaksi elektronik itu sendiri, yang berbeda secara mendasar dari transaksi konvensional. Ketika terjadi sengketa, konsumen sering kali tidak tahu harus mengadu ke mana apakah kepada penjual, kepada penyelenggara *marketplace*, ataukah kepada lembaga perlindungan konsumen. Kompleksitas transaksi dalam *marketplace* juga menimbulkan pertanyaan yuridis yang mendasar mengenai hubungan hukum antara para pihak yang terlibat, yakni konsumen, penjual (*merchant*), dan penyelenggara *marketplace* itu sendiri. Ketidakjelasan posisi hukum masing-masing pihak berpotensi menciptakan kekosongan perlindungan hukum bagi konsumen ketika terjadi sengketa. Konsumen sebagai pihak yang memiliki posisi tawar lebih rendah dalam transaksi tersebut seringkali mengalami kesulitan dalam memperoleh perlindungan dan pemenuhan hak-haknya.

Pertanyaannya kemudian, apakah hukum Indonesia telah siap menjawab persoalan-persoalan tersebut? Indonesia sebenarnya telah memiliki perangkat hukum yang dimaksudkan untuk melindungi konsumen, yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK). Undang-undang ini lahir sebagai respons atas kebutuhan masyarakat akan perlindungan hukum yang memadai dalam kegiatan konsumsi barang dan/atau jasa. UUPK mengatur secara komprehensif mengenai hak dan kewajiban konsumen, hak dan kewajiban pelaku usaha, perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, klausula baku, tanggung jawab pelaku usaha, pembinaan dan pengawasan, serta penyelesaian sengketa konsumen.

Namun, ironisnya, UUPK disusun pada tahun 1999—suatu masa ketika internet di Indonesia masih menjadi barang mewah dan istilah "belanja daring" bahkan belum dikenal luas oleh masyarakat. Para perumus undang-undang tersebut tentu belum dapat membayangkan bahwa dua dekade kemudian, transaksi jual beli akan berpindah sepenuhnya ke ruang digital tanpa tatap muka. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana UUPK dapat diterapkan secara efektif untuk melindungi konsumen dalam transaksi melalui *marketplace* yang memiliki karakteristik berbeda dengan transaksi konvensional. Meskipun Indonesia juga memiliki Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016, namun pengaturan perlindungan konsumen secara spesifik dalam transaksi elektronik masih memerlukan kajian yang lebih mendalam.

Kesenjangan antara regulasi yang berusia puluhan tahun dengan realitas praktik bisnis digital yang terus berubah inilah yang menjadi titik tolak keresahan akademis dalam penelitian ini. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan mengkaji lebih dalam mengenai perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli melalui *marketplace* ditinjau dari perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dalam pengembangan hukum perlindungan konsumen di Indonesia, khususnya dalam konteks transaksi perdagangan elektronik yang terus berkembang dinamis.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli melalui *marketplace* menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimana upaya penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha apabila terjadi pelanggaran hak konsumen dalam transaksi jual beli melalui *marketplace*?
3. Bagaimana upaya penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha apabila terjadi pelanggaran hak konsumen dalam transaksi jual beli melalui *marketplace*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaturan perlindungan hukum bagi konsumen dalam perjanjian jual beli melalui *marketplace* berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis upaya penyelesaian sengketa hak konsumen yang terjadi dalam transaksi jual beli melalui *marketplace* serta upaya penegakan hukumnya.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis tanggung jawab hukum penyelenggara *marketplace* terhadap konsumen dalam hal terjadi kerugian akibat pelanggaran hak konsumen pada transaksi jual beli yang berlangsung di platformnya.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan, baik secara teoritis maupun secara praktis, sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan memperkaya khazanah keilmuan hukum, khususnya di bidang hukum perlindungan konsumen dan hukum transaksi elektronik.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi dan bahan kajian bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan perlindungan hukum konsumen dalam transaksi elektronik.
 - c. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pengembangan peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen dan perdagangan elektronik di Indonesia.
2. Kegunaan Praktis
 - a. Bagi konsumen, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman mengenai hak-hak yang dimiliki dalam transaksi jual beli melalui *marketplace* serta cara memperoleh perlindungan hukum apabila terjadi pelanggaran.
 - b. Bagi pelaku usaha, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai kewajiban dan tanggung jawab hukum dalam penyelenggaraan transaksi jual beli melalui *marketplace*.
 - c. Bagi pemerintah dan pembuat kebijakan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam penyempurnaan regulasi perlindungan konsumen yang lebih adaptif terhadap perkembangan transaksi perdagangan elektronik.
 - d. Bagi masyarakat umum, penelitian ini diharapkan dapat memberikan edukasi mengenai aspek hukum dalam bertransaksi secara elektronik sehingga masyarakat dapat lebih berhati-hati dan cerdas sebagai konsumen digital.

E. Kerangka Teori

Dalam penelitian ini digunakan beberapa teori dan konsep hukum sebagai landasan analisis, antara lain:

1. Teori Perlindungan Hukum

Teori perlindungan hukum yang dikemukakan oleh Philipus M. Hadjon menyatakan bahwa perlindungan hukum bagi rakyat dibedakan menjadi dua macam, yaitu perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif.¹⁾ Perlindungan hukum preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa, sedangkan perlindungan hukum represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa yang telah terjadi. Dalam konteks perlindungan konsumen, perlindungan preventif diwujudkan melalui berbagai peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang hak dan kewajiban para pihak, sedangkan perlindungan represif dilaksanakan melalui mekanisme penyelesaian sengketa konsumen.

Satjipto Rahardjo juga berpendapat bahwa perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.²⁾ Dalam kaitannya dengan konsumen, hak-hak yang dimaksud adalah hak-hak yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

2. Teori Perjanjian

Hukum perjanjian menjadi landasan utama dalam menganalisis hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi jual beli melalui *marketplace*. Berdasarkan Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata), perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.³⁾ Untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan empat syarat sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata,⁴⁾ yaitu: kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya, kecakapan untuk membuat suatu perikatan, suatu pokok persoalan tertentu, dan suatu sebab yang tidak terlarang.

1). Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia* (Surabaya: Bina Ilmu, 1987), hlm. 20.

2) Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000), hlm. 55.

3) Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata [Burgerlijk Wetboek], diterjemahkan oleh R. Subekti dan R. Tjitrosudibio (Jakarta: Pradnya Paramita, 2008).

4) Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Dalam transaksi elektronik melalui *marketplace*, perjanjian terbentuk secara elektronik melalui mekanisme klik persetujuan (*click-wrap agreement*). Keabsahan perjanjian elektronik ini telah diakui dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang menyatakan bahwa transaksi elektronik yang dituangkan dalam kontrak elektronik mengikat para pihak.⁵⁾

3. Teori Tanggung Jawab Hukum

Teori tanggung jawab hukum (*liability theory*) menjadi penting dalam menganalisis kewajiban pelaku usaha *marketplace* terhadap konsumen. Dalam ilmu hukum dikenal beberapa teori tanggung jawab, yaitu: (1) prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan (*fault liability* atau *liability based on fault*); (2) prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab (*presumption of liability principle*); (3) prinsip praduga untuk selalu tidak bertanggung jawab (*presumption of nonliability principle*); (4) prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*); dan (5) prinsip tanggung jawab dengan pembatasan (*limitation of liability principle*).⁶⁾

UUPK menganut prinsip tanggung jawab berdasarkan kesalahan dengan beban pembuktian terbalik (*reversed burden of proof*), yang berarti pelaku usaha dianggap bersalah hingga dapat membuktikan sebaliknya.⁷⁾ Prinsip ini dimaksudkan untuk memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memperoleh perlindungan dan menuntut ganti rugi.

4. Konsep *Marketplace* dan *E-Commerce*

Marketplace dalam konteks perdagangan elektronik merupakan *platform* digital yang mempertemukan penjual dan pembeli dalam suatu ekosistem transaksi daring. *Marketplace* berbeda dengan toko *online* (*e-store*) biasa karena *marketplace* melibatkan banyak penjual (*multi-vendor*) yang menawarkan

⁵⁾ Pasal 17 jo. Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Nomor 4843.

⁶⁾ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014), hlm. 159-162.

⁷⁾ Pasal 28 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3821.

produknya melalui satu *platform* yang dikelola oleh penyelenggara *marketplace*. Penyelenggara *marketplace* dalam hal ini berperan sebagai perantara (*intermediary*) yang memfasilitasi transaksi antara penjual dan pembeli.

Konsep ini memiliki implikasi hukum yang signifikan, khususnya berkaitan dengan penentuan tanggung jawab hukum ketika terjadi sengketa. Posisi penyelenggara *marketplace* sebagai perantara menimbulkan pertanyaan apakah penyelenggara *marketplace* dapat dimintai pertanggungjawaban atas kerugian yang dialami konsumen akibat perbuatan penjual yang bertransaksi di *platform*nya.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif (*normative legal research*) atau yang juga dikenal sebagai penelitian hukum doktrinal.⁸⁾ Penelitian hukum normatif adalah penelitian yang mengkaji hukum yang dikonsepkan sebagai norma atau kaidah yang berlaku dalam masyarakat dan menjadi acuan perilaku setiap orang. Pemilihan jenis penelitian ini didasarkan pada fokus penelitian yang mengkaji dan menganalisis norma-norma hukum yang terdapat dalam berbagai peraturan perundang-undangan, khususnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dalam kaitannya dengan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli melalui *marketplace*.⁹⁾

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan beberapa pendekatan penelitian hukum, yaitu:

- a. Pendekatan Perundang-undangan (*Statute Approach*), yaitu pendekatan yang dilakukan dengan menelaah semua peraturan perundang-undangan dan regulasi yang bersangkutan dengan isu hukum yang sedang diteliti, dalam

⁸⁾ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Edisi Revisi (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014), hlm. 55-56.

⁹⁾ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2003), hlm. 13-14.

hal ini peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dan transaksi elektronik.

- b. Pendekatan Konseptual (*Conceptual Approach*), yaitu pendekatan yang beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum untuk menemukan ide-ide yang melahirkan pengertian-pengertian hukum, konsep-konsep hukum, dan asas-asas hukum yang relevan dengan isu yang dihadapi.
- c. Pendekatan Kasus (*Case Approach*), yaitu pendekatan yang dilakukan dengan menelaah kasus-kasus yang berkaitan dengan isu yang dihadapi, khususnya kasus-kasus sengketa konsumen dalam transaksi jual beli melalui *marketplace* yang telah diputus oleh lembaga penyelesaian sengketa.

3. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah bahan hukum, yang meliputi:

- a. Bahan Hukum Primer, yaitu bahan hukum yang bersifat autoritatif, yang terdiri dari peraturan perundang-undangan, catatan-catatan resmi atau risalah dalam pembuatan peraturan perundang-undangan, dan putusan-putusan hakim. Bahan hukum primer yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: Kitab Undang-Undang Hukum Perdata; Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen; Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016; Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan; dan peraturan perundang-undangan lainnya yang relevan.
- b. Bahan Hukum Sekunder, yaitu semua publikasi tentang hukum yang bukan merupakan dokumen-dokumen resmi. Publikasi tentang hukum meliputi buku-buku teks, kamus-kamus hukum, jurnal-jurnal hukum, dan komentar-komentar atas putusan pengadilan. Bahan hukum sekunder yang digunakan dalam penelitian ini meliputi buku-buku tentang hukum perlindungan

konsumen, hukum perikatan, hukum perdagangan elektronik, artikel ilmiah dalam jurnal hukum, serta hasil-hasil penelitian yang relevan.

- c. Bahan Hukum Tersier, yaitu bahan hukum yang memberikan petunjuk atau penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, antara lain kamus hukum, ensiklopedia, dan berbagai publikasi lainnya yang relevan dengan penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan (*library research*), yaitu dengan cara mengumpulkan, mempelajari, mengidentifikasi, dan menganalisis berbagai bahan kepustakaan yang relevan dengan permasalahan yang diteliti. Studi kepustakaan dilakukan dengan cara membaca, mencatat, dan mengutip sumber-sumber kepustakaan berupa peraturan perundang-undangan, buku-buku, jurnal ilmiah, artikel, dan sumber-sumber lainnya yang berkaitan dengan pokok permasalahan penelitian.

5. Teknik Analisis Data

Data yang telah terkumpul dalam penelitian ini akan dianalisis secara kualitatif dengan menggunakan metode analisis deskriptif-analitis. Analisis deskriptif dilakukan dengan cara menggambarkan dan menguraikan secara sistematis fakta-fakta dan karakteristik dari permasalahan yang diteliti. Sedangkan analisis analitis dilakukan dengan cara menganalisis dan mengkaji permasalahan yang diteliti berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, doktrin hukum, dan teori-teori hukum yang relevan untuk kemudian ditarik suatu kesimpulan yang komprehensif.