

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi pada masa kini sangat memudahkan pengerjaan dalam sehari-hari, seperti pembelian dan penjualan. Saat ini, pembelian dan penjualan dapat dilakukan secara daring, khususnya melalui media elektronik. Hal ini dikenal sebagai perdagangan elektronik atau *e-commerce*. Perdagangan elektronik atau *E-commerce* merupakan kegiatan jual beli produk secara *online* dengan menggunakan perangkat elektronik sebagai perantara transaksi bisnis yang dapat diunduh oleh penggunanya.¹ Beberapa platform *marketplace* yang bisa digunakan, yaitu *Shopee*, *Tokopedia*, *Lazada* dll. Dengan kemunculan pasar *online*, para penjual juga memperoleh jangkauan yang lebih luas untuk memasarkan produk kepada calon pembeli di berbagai daerah, memungkinkan juga untuk meningkatkan penjualan dan *visibilitas* merek dagang secara digital.²

Sebagai penyelenggara, platform *marketplace* akan menyediakan tempat bagi penjual untuk mengiklankan barang dagangan di sebuah platform digital, yang mana penjual harus mematuhi syarat dan ketentuan yang ditetapkan. Pada transaksi yang melibatkan pembelian dan penjualan pada *marketplace* terjadi adanya hubungan hukum khususnya sebagai pelanggan atau mitra di dalam hukum

¹ Galang Nusantara Achmad dan Salsabilah Shofiyatul Jannah, "Pengaruh Fitur E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Masa Pandemi Covid-19," *Journal of Sharia Management and Business*, Vol .1, No.2, 2021 hlm.167.

² Sinta Dewi, *Cyberlaw 1 Perlindungan Privasi Atas Informasi Pribadi Dalam Ecommerce Menurut Hukum International* (Bandung: Widya Padjajaran, 2009), hlm.54.

khususnya sebagai pelanggan atau mitra di dalam halaman *website* yang ditawarkan oleh *marketplace* untuk melakukan jual beli berbagai produk komersial yang akan dijual oleh pedagang. *Marketplace* merupakan platform yang berfungsi sebagai perantara konsumen dan pelaku usaha yang berinteraksi secara elektronik melalui *internet*.³ Selain itu *marketplace* merupakan tempat yang menyediakan sistem transaksi bagi pembeli dan penjual untuk melakukan jual beli berbagai barang di *internet*.

Pada platform *marketplace* terdapat banyak jenis dan harga produk yang berbeda dipasar, beserta karakteristik produk dengan kondisi barang yang diperjual belikan.⁸ Baik pembeli maupun penjual memiliki hak dan kewajiban dalam melakukan transaksi di *marketplace* sampai adanya kesepakatan antara pihak pembeli dan penjual, yang menghasilkan adanya hak dan kewajiban bagi para pihak. Kesepakatan itu tercapai ketika konsumen melihat adanya tawaran barang di *marketplace* yang kemudian selanjutnya dengan membeli barang sesuai pilihannya berarti konsumen menerima tawaran tersebut.⁹ Konsep dari *marketplace* bisa disamakan dengan pasar tradisional, yang mana menjadi tempat untuk menghubungkan konsumen dan pelaku usaha. Salah satu manfaat dari *marketplace* adalah kemudahan transaksi yang dilakukan di luar pasar, *marketplace*

³ Robert Marco dan Bernadheta Tyas, "Analisis Sistem Informasi E-Marketplace Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Kerajinan Bambu Dusun Brajan," *Urnal Ilmiah DASI* 18 1 (2017): hlm.49.

⁸ Emmy Febriani Thalib dan Ni Putu Suci Meinarni, "Tinjauan Yuridis Mengenai Marketplace Berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan Di Indonesia," *Jurnal IUS Kajian Hukum Dan Keadilan* 7,2019.

⁹ Desy Ary Setyawati, "Perlindungan Bagi Hak Konsumen Dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik," *Syiah Kuala Law Journal* 1, 2017 .

menawarkan kemampuan jual beli *online* yang lebih unggul dan sistem keamanan yang komprehensif.

Meskipun demikian, dalam jual beli *online* tentunya ada kelebihan dan kekurangan masing-masing. Kelebihannya ialah antara lain kebebasan bagi konsumen untuk memilih produk sesuai kebutuhan, serta penggunaan perangkat yang praktis dan efektif untuk mendapatkan informasi tentang jenis, kualitas, dan kegunaan produk. Kelebihan lainnya adalah adanya beberapa diskon yang mendorong konsumen untuk membeli produk dan layanan, serta pembayaran yang seringkali lebih mudah dan praktis. *Marketplace* dan pelaku usaha memiliki hubungan hukum kerja sama yang di dalamnya terdapat pemberian kuasa. Sejumlah masalah, termasuk hak dan tanggung jawab penjual dalam proses jual beli, akan timbul dari hubungan hukum ini. *Marketplace* berperan sebagai platform dan penyedia layanan, sedangkan penjual menyediakan barang.¹⁰

Meskipun *e-commerce* menawarkan berbagai kemudahan dan keuntungan, perdagangan melalui media elektronik ini juga melahirkan berbagai permasalahan hukum yang kompleks, terutama terkait dengan tanggung gugat para pihak yang terlibat dalam transaksi di *e-commerce*, setidaknya ada tiga pihak yang terlibat, yaitu konsumen (pembeli), pelaku usaha (penjual) dan platform *marketplace* sebagai penyedia layanan.¹¹ Keberadaan platform *marketplace* sebagai pihak ketiga dalam transaksi inilah yang kemudian menimbulkan pertanyaan terkait siapa yang seharusnya bertanggung gugat ketika terjadi permasalahan dalam transaksi di

¹⁰ Sultan, "Tanggungjawab Pelaku Usaha dan Marketplace terhadap Pelanggaran Asas Itikad Baik dalam Transaksi E-commerce", Vol. 3, No. 1, 2023.

¹¹ Edmon Makarim, "Tanggung Jawab Hukum Penyelenggara Sistem Elektronik," PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2010, hlm. 65.

e-commerce. Permasalahan yang sering terjadi pada transaksi *e-commerce* antara lain produk yang diterima bertentangan atau tidak sepadan dengan deskripsi, barang tidak sampai ke konsumen meskipun pembayaran telah dilakukan, keterlambatan pengiriman, hingga penipuan oleh penjual fiktif.¹²

Berdasarkan ketentuan hukum, tanggung gugat para pihak dalam *e-commerce* harus dilihat dari berbagai aspek, baik dari sisi pelaku usaha, penyelenggara *marketplace*, maupun konsumen. Pelaku usaha bertanggung jawab atas kualitas barang dan jasa yang dijual, sedangkan penyelenggara *marketplace* memiliki peran dalam menyediakan sistem elektronik yang aman dan andal. Konsumen sebagai pihak yang dirugikan berhak mendapatkan perlindungan hukum dan kompensasi atas kerugian yang dialami. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disingkat UU-PK) menjadi dasar utama dalam memberikan perlindungan hukum kepada konsumen, termasuk hak-hak dasar seperti hak atas kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan hak memperoleh informasi yang benar dan jelas terkait barang atau jasa yang dibeli.¹³ Selain itu, *Burgerlijke wetboek* (selanjutnya disingkat *BW*) mengatur prinsip tanggung gugat secara perdata yang dapat digunakan untuk menuntut ganti rugi akibat wanprestasi.

Pada era digital, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana terakhir diubah dengan Undang-undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disingkat menjadi

¹² Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), "Laporan Tahunan YLKI 2022," YLKI, Jakarta, 2023, hlm. 42.

¹³ Pasal 4 huruf a dan huruf c Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

UU-ITE) juga memberikan pengakuan terhadap transaksi elektronik serta perlindungan hukum atas dokumen elektronik, termasuk mekanisme penyelesaian sengketa yang timbul dari transaksi melalui platform *marketplace*. Pada pasal 27 Ayat (2) UU-ITE Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana terakhir diubah dengan Undang-undang No.1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik mengatur tanggung jawab penyelenggara sistem elektronik, termasuk *marketplace*, apabila terdapat kelalaian yang menyebabkan kerugian bagi konsumen. Lebih lanjut, Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik mengatur tata kelola sistem elektronik dan transaksi yang harus dipenuhi oleh penyelenggara *marketplace* untuk menjamin keamanan dan keandalan sistem elektronik yang digunakan dalam *e-commerce*.

Sebagai contoh pada peristiwa yang terjadi pada *platform Tokopedia* yang berawal dari seorang pembeli yang membeli *Hardisk external* WD 1 Tb dengan harga Rp.450.000.- (empat ratus lima puluh ribu) setelah membayar ke kurir konsumen langsung membuka paket tersebut namun yang ditemukan bukan *hardisk* berbentuk fisik melainkan selembar kertas yang bergambar *hardisk*. Konsumen langsung menghubungi *platform* namun tidak memiliki penyelesaian dengan baik.¹⁴ Padahal toko dengan akun Lioe Kon Tjen itu menjual ''*Hardisk external* WD 1 Tb''. Dalam deskripsinya, toko itu menulis ''hanya gambar saja''. Pembeli

¹⁴ Rivki, 15 November 2018, ''Kasus Jual-Beli Online Gambar Hard Disk, Ahli Hukum:ada Unsur menipu'' <https://news.detik.com/berita/d-4302473/kasus-jual-beli-online-gambar-hard-disk-ahlihukum-ada-unsur-menipu> diakses pada tanggal 11 juni 2025 pukul 18:16

pun protes karena merasa tertipu. Pada kasus tersebut, konsumen seringkali mengalami kesulitan untuk menentukan pihak mana yang dapat dimintai pertanggung gugatan atas kerugian yang di alami. Hal ini dikarenakan adanya hubungan kesepakatan antara konsumen, pelaku usaha, dan *platform marketplace*, di mana masing-masing pihak memiliki tugas dan kepentingan yang berbeda. Ketidakjelasan regulasi mengenai tanggung gugat para pihak dalam transaksi *e-commerce* ini berpotensi menimbulkan ketidakpastian hukum yang pada akhirnya dapat merugikan konsumen. Selain itu, dalam transaksi *e-commerce* juga terdapat permasalahan terkait dengan bentuk tanggung gugat yang dapat diterapkan ketika terjadi permasalahan.

Melalui praktiknya, *platform marketplace* seringkali menolak bertanggung gugat atas kerugian yang dialami oleh konsumen dengan alasan bahwa *platform* tersebut hanya berperan sebagai perantara dan bukan sebagai pihak dalam transaksi jual beli.¹⁵ Hal ini tercermin dalam kondisi dan syarat (*conditions and terms*) yang dibuat secara sepihak oleh *platform marketplace*, di mana pihak penyelenggara seringkali mencantumkan klausula yang membebaskan diri dari tanggung jawab atas segala permasalahan yang timbul dalam transaksi. Sementara itu, konsumen seringkali mengalami kesulitan untuk menuntut pertanggung gugatan langsung dari pelaku usaha, terutama dalam kasus di mana pelaku usaha tidak memberikan identitas yang jelas atau bahkan merupakan penjual fiktif. Pada situasi seperti ini terjadi, *platform marketplace* seharusnya dapat dimintai pertanggung gugatan

¹⁵ Cita Yustisia Serfiyani, "Perlindungan Hukum dan Penyelesaian Sengketa Bisnis Online," PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2018, hlm. 112.

mengingat peran yang sangat signifikan dari pihak tersebut dalam memfasilitasi transaksi, termasuk dalam hal verifikasi identitas pelaku usaha dan penyediaan sistem pembayaran.¹⁶

Menurut hukum perdata Indonesia, dikenal beberapa bentuk tanggung gugat, antara lain tanggung gugat berdasarkan wanprestasi dan perbuatan melanggar hukum.¹⁷ Tanggung gugat dalam hukum perdata merupakan konsep yang mengatur kewajiban seseorang untuk bertanggung jawab atas kerugian yang ditimbulkan akibat perbuatannya. Pasal 1365 *BW* menegaskan bahwa setiap perbuatan melanggar hukum yang menimbulkan kerugian pada orang lain mewajibkan pelaku untuk mengganti kerugian tersebut. Selanjutnya, Pasal 1366 *BW* memperluas tanggung jawab tidak hanya atas perbuatan yang disengaja, tetapi juga atas kelalaian atau kurang hati-hati. Selain itu, Pasal 1367 *BW* mengatur tanggung jawab seseorang atas perbuatan orang lain atau barang-barang yang berada dalam pengawasannya, yang dikenal sebagai doktrin tanggung gugat (*vicarious liability*). Penentuan bentuk pertanggung gugatan penting dilakukan untuk menentukan dasar gugatan, beban pembuktian, dan besarnya ganti rugi yang dapat dituntut. Kompleksitas ini semakin bertambah dengan adanya kebijakan perlindungan konsumen yang berbeda-beda pada setiap *platform marketplace*. Beberapa *platform marketplace* menawarkan program perlindungan konsumen, seperti jaminan

¹⁶ Agus Suwandono, "Kedudukan Perantara Elektronik dalam Transaksi E-Commerce," Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 4, No. 2, 2020, hlm. 178.

¹⁷ Rosa Agustina, "Perbuatan Melawan Hukum," Universitas Indonesia, Jakarta, 2003, hlm. 33.

pengembalian uang jika produk tidak sesuai dengan yang disebutkan atau tidak sampai kepada konsumen.

Namun demikian pelaksanaan program ini seringkali tidak konsisten dan masih bergantung pada kebijakan internal *platform* yang dapat berubah sewaktu-waktu.¹⁸ Kondisi ini menunjukkan adanya ketidakseimbangan posisi tawar antara konsumen, pelaku usaha, dan *platform marketplace* dalam *e-commerce*. Konsumen sebagai pihak yang paling lemah seringkali harus menerima syarat dan ketentuan yang ditetapkan secara sepihak oleh pelaku usaha dan *platform marketplace*.¹⁹ Ketidakseimbangan ini berpotensi menciptakan praktik bisnis yang tidak sehat dan merugikan konsumen. Sebagaimana kewajiban pelaku usaha termuat dalam Pasal 7 huruf g UU-PK yaitu memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Ketidakjelasan pengaturan mengenai tanggung gugat ini seringkali menyulitkan konsumen dalam menuntut hak-haknya ketika terjadi permasalahan pada transaksi *e-commerce*. Di satu sisi, penjual melalui *platform marketplace* berargumen bahwa tanggung gugat yang dimiliki oleh pihak penjual terbatas pada penyediaan produk dan/atau layanan berdasarkan rincian yang diberikan. Akan tetapi, *platform marketplace* seringkali berdalih bahwa pihak penyelenggara hanya berperan sebagai penyelenggara sistem yang mempertemukan pelaku usaha dan konsumen, sehingga tidak dapat dimintai pertanggung gugatan atas permasalahan

¹⁸ Intan Nur Rahmawanti dan Rani Apriani, "Kebijakan Perlindungan Konsumen Platform E-Commerce di Indonesia," *Jurnal Hukum & Bisnis*, Vol. 5, No. 1, 2021, hlm. 65.

¹⁹ Az. Nasution, "Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar," Diadit Media, Jakarta, 2011, hlm. 94.

yang timbul dari transaksi antara pelaku usaha dan konsumen. Ketidakjelasan pengaturan dan kesulitan dalam menentukan pihak yang bertanggung gugat ini tidak hanya merugikan konsumen, tetapi juga menciptakan ketidakpastian hukum bagi pelaku usaha dan *platform marketplace*.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penentuan para pihak yang seharusnya bertanggung gugat dalam *e-commerce* melalui *platform marketplace*?
2. Bagaimana bentuk ganti kerugian antara para pihak dalam *e-commerce* melalui *platform marketplace*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah sebelumnya tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana penentuan para pihak yang seharusnya bertanggung gugat dalam transaksi di *e-commerce* melalui *platform marketplace*
2. Untuk mengetahui dan menganalisis bentuk ganti kerugian antara para pihak dalam *e-commerce* melalui *platform marketplace*.

D. Orisinalitas Penelitian

Adapun perbandingan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sebagai berikut :

No.	Penulis, Institusi, Tahun	Judul Penelitian	Rumusan Masalah
1.	Ulaa Alyaa Shafiyyah (UII Yogyakarta-2023)	Tanggung Gugat Shopee Sebagai <i>Online Market Provider</i> Dalam Penyelesaian Perselisihan Antara <i>Buyer</i> Dan <i>Seller</i>	1. Bagaimana peran serta bentuk tanggung gugat Shopee sebagai <i>online market provider</i> dalam penyelesaian perselisihan antara <i>buyer</i> dan <i>seller</i> ? 2. Bagaimana upaya hukum yang tepat dalam menyelesaikan perselisihan antara <i>buyer</i> dan <i>seller</i> ?
2.	Syahrul Kurniawan, (UNISSULA-2023)	Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli <i>E-Commerce</i>	1. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen dalam bertransaksi melalui <i>e-commerce</i> ? 2. Bagaimana tanggung jawab para pihak dalam transaksi jual beli melalui <i>e-commerce</i> ?
3.	Fadel Vabiano Jasira Vitenka (UMS-2023)	Tanggung Jawab <i>Market Place</i> Sebagai <i>Platform</i> Perdagangan Elektronik Terhadap Kerugian Pelanggan Akibat Maraknya Penjualan Barang Tidak Orisinil	1. Bagaimana <i>market place</i> sebagai <i>platform</i> perdagangan elektronik bertanggung jawab terhadap kerugian pelanggan akibat penjualan barang palsu yang semakin marak? 2. Bagaimana perlindungan hukum terhadap kerugian pelanggan akibat penjualan barang palsu di <i>market place</i> ? 3. Apa hambatan yang di hadapi oleh <i>market place</i> dalam menjalankan tanggung jawab tersebut?

Sejauh penelusuran yang telah dilakukan, belum ditemukan penelitian skripsi yang secara khusus membahas mengenai penentuan pihak yang bertanggung

gugat dalam transaksi di *e-commerce*. Perbedaan penelitian ini dengan skripsi yang telah ada ialah pada konteks bentuk tanggung gugat nya dalam pihak-pihak yang bertanggung gugat antara pelaku usaha, konsumen dan *marketplace* yang menjadi subjek perjanjian jual beli yang menggunakan sistem *e-commerce* melalui *marketplace*. Maka dari itu, penelitian ini dianggap menarik untuk di teliti lebih lanjut dalam skripsi ini.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA