

**PERLINDUNGAN HUKUM PENGGUNA *MARKETPLACE* TERHADAP  
DUGAAN PELANGGARAN HAK PRIBADI YANG DILAKUKAN JASA  
PENGIRIMAN BERDASARKAN HUKUM POSITIF DI INDONESIA (Contoh  
Kasus Viral Transaksi Jual Beli “Cash On Delivery”)**

**Jesselyn Valerie Herman**

(Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara)

(E-mail : [jesselyn.205180025@stu.untar.ac.id](mailto:jesselyn.205180025@stu.untar.ac.id))

**Christine S.T. Kansil**

(Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara. Meraih Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum  
Universitas Tarumanagara, Magister Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara)

(E-mail : [christinestkansil.FH@gmail.com](mailto:christinestkansil.FH@gmail.com))

***Abstract***

*Trading through the market has increased along with the times, especially during the COVID-19 pandemic. The number of parties involved is due to the legal consequences of its own in its implementation in the field, especially shipping service companies that play an important role in the implementation of distributing goods to buyers. However, in practice, there are often complex problems between the courier and the buyer who are the end of online buying and selling transactions. In this study, two problems will be discussed, i.e. how is legal protection and who can be responsible for the alleged violation? considering that the delivery service is only for delivering goods and taking payments using the Cash On Delivery (COD) method. This study used normative legal research methods, secondary data types derived from library materials with qualitative descriptive data collection, followed by a statute approach and a case approach. Based on the results of the study, it shows that the innovations caused by the COD payment mechanism do not yet have protection for buyers and couriers because there are no guidelines that provide clear guidelines, especially in the procedures and limitations of taking photos as electronic evidence, resulting in not being able to overcome the problems faced by couriers in sending goods. with the COD system. Therefore, the government has an important role in supervising the rules issued unilaterally by electronic system operators in carrying out transactions through applications regulated in positive law in Indonesia. If there is a violation of the provisions of electronic evidence such as the distribution of expedition videos without the buyer's consent, then both the government and the organizers can give a warning and a strong legal basis so that the buyer can fight for his rights against the actions of the expedition courier as a delivery person.*

**Keywords** : *Legal Protection; Marketplace Users; Personal Rights; Delivery Service; Electronic Transaction.*

## **I. PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Indonesia merupakan negara hukum sebagaimana yang diatur di dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Negara Indonesia melalui suatu lembaga pemerintahan melaksanakan kewajiban konstitusional dengan berlandaskan atas hukum terutama memasuki era globalisasi yang ditandai dengan adanya teknologi informasi. Teknologi informasi telah menyebar ke seluruh lapisan masyarakat dengan beragam inovasi dan kecanggihan yang ada. Teknologi Informasi merupakan suatu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memproses, mengumumkan, menganalisis, dan atau menyebarkan informasi sebagaimana yang dinyatakan di dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)

Perkembangan Teknologi Informasi yang sangat pesat ditandai dengan lahirnya komputer untuk menghasilkan suatu informasi yang berkualitas dengan menggunakan suatu perangkat komputer.<sup>1</sup> Selain itu, terdapat juga teknologi telekomunikasi yang digunakan agar suatu data dari Informasi Elektronik tersebut dapat disebarluaskan dan diakses secara global dengan bantuan internet.<sup>2</sup>

Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi informasi dan industri bisnis telah melahirkan inovasi di bidang perdagangan melalui sinergitas diantara keduanya dimana telah lahir suatu model transaksi bisnis, yakni *electronic commerce transaction* (selanjutnya disebut *e-commerce*). *E-commerce* secara tidak langsung merupakan hasil perkembangan dari zaman di era digitalisasi ini yang

---

<sup>1</sup>Anonim, "Penerapan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Sebagai Media Interaksi Guru-Siswa Di SMPTN 1 Arjosari Pacitan", <http://Eprints.Ums.Ac.Id/32464/2/BAB%20I.Pdf>, 17 September 2021, Hal.1.

<sup>2</sup>Jogiyanto Hartono, *Sistem Teknologi Informasi Bisnis : Pendekatan Strategis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), Hal.4.

merupakan suatu bentuk dalam transaksi perdagangan atau perniagaan barang atau jasa dengan menggunakan media elektronik.<sup>3</sup>

Dalam hukum positif Indonesia *e-commerce* merupakan PMSE yang diatur di dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE) yang menyatakan bahwa PMSE merupakan suatu kegiatan penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet, televisi, atau jaringan komputer lainnya. *E-commerce* memiliki beberapa karakteristik yaitu: adanya transaksi antara kedua belah pihak; terdapat pertukaran barang, jasa, atau informasi; menggunakan media internet; mengandalkan kepercayaan antara kedua belah pihak karena dilakukan tanpa adanya tatap muka.<sup>4</sup>

Salah satu jenis *e-commerce* yang berkembang dengan sangat pesat di Indonesia ialah *e-commerce* dengan jenis *marketplace*. *Marketplace* favorit pengguna saat belanja *online* saat ini adalah Shopee, Lazada, Tokopedia, dan Bukalapak sebanyak 68,7% (enam puluh delapan tujuh koma tujuh persen) merasa aman bertransaksi internet berdasarkan pada Survei Internet 2020 oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII).<sup>5</sup>

*Marketplace* merupakan suatu wadah yang menghubungkan antara penjual, pembeli, dan komunitas lainnya melalui transaksi elektronik untuk melakukan perdagangan barang dan/atau jasa yang biasanya dapat dilakukan melalui *website* atau aplikasi. Dengan adanya pertumbuhan teknologi informasi saat ini memberikan dampak terhadap budaya perdagangan, dalam *e-commerce* baik penjual maupun pembeli dapat melakukan pertukaran barang, jasa dan informasi tanpa terhalang waktu dan tempat yang terbatas.<sup>6</sup> Selain tidak adanya hambatan akan jarak dan waktu, biaya yang dikeluarkan juga lebih terjangkau, memberikan kemudahan bagi pembeli untuk mencari barang yang diinginkan serta dapat

---

<sup>3</sup>Cindy Aulia Khotimah, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Online (*E-Commerce*), *Business Law Review*, Edisi No. 1 Tahun 2016, Hal. 14.

<sup>4</sup>Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004), Hal. 15.

<sup>5</sup>APJII, *Loc. Cit.*, Hal.1.

<sup>6</sup>Romindo Et Al., "*E-Commerce: Implementasi, Strategi, Dan Inovasinya*", (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2019), Hal.2.

menghemat waktu yang dapat dilakukan setiap saat selama 24 (dua puluh empat) jam.

Dalam suatu transaksi *marketplace* para pihak terikat pada suatu perjanjian yang disebut dengan kontrak elektronik. Kontrak elektronik dalam Pasal 1 butir 17 UU ITE menyatakan bahwa kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dimuat dalam sistem elektronik. Walaupun kontrak tersebut berbentuk sistem elektronik, namun pada hakekatnya kontrak tersebut sama dengan kontrak konvensional. Akan tetapi, perbedaan terletak pada cara dimuatnya kontrak tersebut.

Dalam *e-commerce*, kontrak dimuat ke dalam sistem elektronik, sedangkan kontrak konvensional berbentuk tertulis yang sama-sama wajib tunduk pada Pasal 1320 KUHPerdata tentang syarat sah perjanjian, yang mana perjanjian sah apabila; sepakat para pihak yang membuatnya, cakap bertindak dalam hukum, terdapat objek tertentu yang diperjanjikan, dan didasarkan pada klausula yang halal atau tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, ketertiban umum dan kesusilaan.<sup>7</sup> Hal tersebut menjadi dasar untuk diadakannya transaksi melalui *e-commerce*, yang pada dasarnya jual-beli melalui *e-commerce* dalam hal ini *marketplace* mengharuskan kita membuat suatu akun (*account*) dengan cara mendaftarkan diri sebagai pengguna dengan mengisi identitas diri berupa nama, nomor hp, alamat *email* yang merupakan komponen data pribadi yang wajib dilindungi oleh penyelenggara perdagangan tersebut.

Kegiatan dalam suatu *marketplace* pada dasarnya ialah melakukan *sourcing* dan *delivery*. Tujuan dari *sourcing* itu sendiri ialah untuk memperoleh barang-barang dari penjual atau yang dikenal dengan pedagang atau *merchant* untuk diperdagangkan secara *online*, sementara *delivery* merupakan suatu perbuatan yang mengambil peranan penting di dalam suatu *platform e-commerce* guna memastikan bahwa pengiriman barang yang dipesan oleh pembeli dari *merchant* dapat dikirim tepat pada waktunya melalui seorang perantara jasa pengiriman.<sup>8</sup> Hal tersebut dikarenakan dalam suatu transaksi melalui *e-commerce*, penyerahan atas barang

---

<sup>7</sup>Ridwan Romadhoni, *Op.Cit*, Hal.51.

<sup>8</sup>Anonim, "Logistik E-Commerce", <https://www.kargo.co.id/artikel/logistik-e-commerce/>, 19 Agustus 2021, Hal.1.

atau objek pembelian tersebut bukanlah dilakukan oleh penjualnya sendiri melainkan dapat diserahkan kepada seorang kurir jasa pengiriman yang dipekerjakan oleh *marketplace* tersebut, yang mana kurir hanya bertugas untuk mengantarkan barang pesanan sampai tujuan.

Dalam *e-commerce*, sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya melibatkan banyak pihak, yakni adanya penjual, pembeli, penyedia jasa pembayaran dan penyedia jasa pengiriman. Dalam kegiatan perdagangan antara penjual dan pembeli berkedudukan sebagai pelaku usaha dan konsumen, yang diantara keduanya mempunyai hak dan kewajiban yang timbal balik. Adapun hak dan kewajiban dari konsumen diatur di dalam Pasal 4 dan Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK)<sup>9</sup>, begitu pula hak dan kewajiban pelaku usaha yang diatur di dalam Pasal 6 dan Pasal 7 UUPK.

Peralihan yang terjadi di dalam transaksi PMSE ini telah memberikan dampak positif baik kepada penjual maupun pembeli. Di satu sisi penjual dapat menghemat biaya dan waktu, di sisi lainnya pembeli diberikan kemudahan untuk dapat lebih selektif dalam menentukan produk yang akan dipilihnya melalui media yang telah disediakan oleh *platform*.<sup>10</sup> Akan tetapi, dengan adanya perubahan, dibutuhkan juga suatu adaptasi akibat adanya perubahan tersebut yang menimbulkan suatu tuntutan akan kepastian hukum atau *legal certainty* dalam suatu transaksi perdagangan. Transaksi timbul akibat adanya suatu hubungan hukum yang dilindungi oleh hukum baik yang disengaja maupun tidak disengaja.<sup>11</sup>

Selain itu, seiring dengan pertumbuhan *e-commerce* di bidang perdagangan, semakin banyak inovasi yang berkembang. Penggunaan media sosial sering dijadikan sebagai suatu kanal komunikasi antara penjual dan pembeli. Penggunaan media sosial pada umumnya memiliki dua sisi bertolak belakang, yang mana menjadi positif apabila digunakan dengan bijak dan dapat memberikan efek negatif

---

<sup>9</sup>Indonesia, *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*.

<sup>10</sup>Anonim, *Analisa Kebijakan Terbaru E-Commerce Berdasarkan PP 80 Tahun 2019*, SIP Lawfirm, <https://Siplawfirm.Id/Analisa-Kebijakan-Terbaru-E-Commerce-Berdasarkan-Pp-80-Tahun-2019>, 18 September 2021, hal.1.

<sup>11</sup>Gunawan Widjaja Dan Kartini Muljadi, *Pedoman Menangani Perkara Kepailitan*, (Jakarta: PT Rajagrafindo, 2003), Hal.111.

apabila tidak digunakan dengan bijak.<sup>12</sup> Hal tersebut disebabkan oleh banyak faktor, seperti yang masyarakat sudah ketahui dimana penggunaan media sosial tidaklah hanya memberikan manfaat kepada penggunanya untuk memperoleh atau mengakses sebuah informasi saja, melainkan setiap pengguna dapat melakukan tindakan apapun dalam suatu media sosial, seperti merekam video dan menyebarkan video orang lain saat bertemu di jalan tanpa kenal orang tersebut, menyindir, menghujat, mencaci-maki, atau mencemarkan nama baik orang lain tanpa takut adanya suatu tindakan hukum.<sup>13</sup>

Banyaknya bentuk pelanggaran dalam penggunaan media sosial mengaburkan batas dari ranah pribadi itu sendiri. Batasan dari hak pribadi dalam penggunaan media sosial seakan tidak ada lagi, masyarakat dengan bebasnya mengunggah segala macam bentuk aktivitas dalam kehidupan nyata di media sosial, saling menyindir antar pengguna, menyebarkan aib seseorang yang merupakan hal yang berkaitan dengan masalah pribadi yang seharusnya menjadi internal seseorang tersebut malahan dipertunjukkan ke dalam dunia maya.<sup>14</sup> Hal tersebut tentunya sanattlah bertentangan dengan hak asasi terkait dengan privasi seseorang dalam kehidupan pribadinya. Di Indonesia, UUD 1945 memang tidak menegaskan secara eksplisit terhadap hak pribadi tersebut.<sup>15</sup> Akan tetapi, dalam literatur Internasional, yakni : *The Universal Declaration of Human Rights*<sup>16</sup> menegaskan bahwa setiap orang memiliki hak untuk hidup, kebebasan, dan keamanan pribadi. Selain amanah konstitusi dan literatur *international*, UU ITE juga telah menguraikan pengertian perlindungan data pribadi dalam kaitannya pemanfaatan teknologi informasi. Dijelaskan bahwa data pribadi merupakan bagian dari hak pribadi (*privacy rights*) yakni hak untuk menikmati kehidupan pribadi dan bebas dari segala macam

---

<sup>12</sup>Fadhila Afsya, *Pelanggaran Hak Privasi Di Media Sosial*, <https://bit.ly/31Gi8k3>, 18 Agustus 2021, Hal.1.

<sup>13</sup>Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik Dan Persandian Provinsi Sulawesi Selatan, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Masyarakat", <https://sulselprov.go.id/welcome/post/pengaruh-media-sosial-terhadap-perilaku-masyarakat>, 28 September 2021, Hal.1.

<sup>14</sup>APJII, *Loc.Cit.*, Hal.2.

<sup>15</sup>Rudi Natamiharja, *Perlindungan Hukum Atas Data Pribadi Di Indonesia (Studi Terhadap Pelaksanaan Pelayanan Jasa Telekomunikasi Pt. Telekomunikasi Selular)*, *Jurnal Sinergi*, Volume 1 Nomor 20 Tahun 2019.

<sup>16</sup>Selanjutnya Disebut *UDHR*. *UDHR* Ini Berisikan Suatu Daftar Hak-Hak Dasar Manusia, Sebagai Suatu Standar Bersama Bagi Semua Orang Dan Semua Bangsa.

gangguan; hak untuk berkomunikasi dengan orang tanpa tindakan memata-matai; hak untuk mengawasi akses informasi tentang kehidupan pribadi dan data seseorang dan merupakan amanah di dalam Pasal 28 huruf G UUD 1945.

Adapun yang menjadi ruang lingkup dari hak pribadi itu sendiri, yakni; (1) gangguan terhadap tindakan seseorang mengasingkan diri, (2) pengungkapan fakta-fakta pribadi yang memalukan secara publik, (3) publisitas menempatkan orang secara keliru di hadapan publik.<sup>17</sup> Dalam pelaksanaannya, dengan diberikannya kemudahan dalam penggunaan media sosial setiap orang dapat dengan mudah untuk mengungkapkan ekspresi dan pendapat. Akan tetapi, hal tersebut juga dapat mengakibatkan terganggunya kenyamanan orang lain dalam beretika dan berperilaku di dalam penggunaan media sosial, sehingga memicu suatu dampak negatif yang banyak timbul di dalam masyarakat seperti penghinaan dan pencemaran nama baik yang terjadi tanpa disadari yang diakibatkan dari terjadinya pelanggaran hak pribadi di media sosial.

Menurut Statistik yang terdapat di dalam laman *website* Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, mencatat bahwa sampai dengan bulan Juli 2021 telah banyak terjadi pelanggaran dalam penggunaan media sosial dengan total secara keseluruhan mencapai 1.497.646 (satu juta empat ratus ribu sembilan puluh tujuh enam ratus empat puluh enam) bentuk pelanggaran di Indonesia dengan beragam bentuk pelanggaran, dimulai dari konten yang diantaranya mengandung unsur pornografi, perjudian, pelanggaran keamanan informasi, konten yang meresahkan masyarakat, konten yang melanggar nilai sosial dan budaya, berita bohong atau *hoaks*.<sup>18</sup>

Salah satu contoh kasus yang terjadi tentang hak pribadi seorang pengguna *marketplace* dapat dilihat pada banyaknya foto dan video yang viral di media sosial sejak awal tahun 2021 yang memperlihatkan seorang bapak yang saat itu berkedudukan sebagai salah satu pengguna *marketplace* yakni pembeli sedang memberikan keluhannya akibat barang yang diperoleh tidaklah sesuai dengan yang dipesan olehnya melalui *platform e-commerce*. Dokumentasi tersebut dilakukan

---

<sup>17</sup>William L. Prosser, *Privacy: A Legal Analysis*, (California : Law Review 48, 1960), Hal. : 338-423.

<sup>18</sup>Tim Kementerian Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia, <https://www.kominfo.go.id/statistik>, 23 Oktober 2021, Hal.1.

oleh kurir yang kedudukannya sebagai pemberi jasa dan dengan tanpa hak atau izin dari pihak yang bersangkutan menyebarluaskan foto dan video tersebut ke media sosial.<sup>19</sup> Oleh karena itu, Penulis tertarik untuk mengadakan penelitian lebih lanjut ke dalam tulisan ini dengan judul **"Perlindungan Hukum Pengguna Marketplace Terhadap Dugaan Pelanggaran Hak Pribadi Yang Dilakukan Jasa Pengiriman Berdasarkan Hukum Positif Di Indonesia (Contoh Kasus Viral Transaksi Jual Beli "Cash On Delivery")** dengan menggunakan contoh kasus yang telah Penulis uraikan sebelumnya pada latar belakang.

## B. Permasalahan

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang akan dibahas adalah

1. Bagaimana perlindungan hukum pengguna *marketplace* terhadap dugaan pelanggaran hak pribadi yang dilakukan jasa pengiriman berdasarkan hukum positif di Indonesia?
2. Pihak siapakah yang bertanggung jawab terhadap dugaan pelanggaran hak pribadi yang dilakukan jasa pengiriman berdasarkan hukum positif di Indonesia?

## C. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian normative dengan data yang terlebih dahulu ditelusuri adalah data sekunder, data yang diperoleh dari bahan pustaka. Data sekunder merupakan data yang diperoleh oleh Penulis dari sumber yang ada antara lain mencakup dokumen-dokumen resmi, buku-buku, hasil-hasil penelitian yang bewujud laporan, buku harian, dan seterusnya. Dalam penelitian hukum, data sekunder mencakup;

- a. Bahan Hukum Primer, yaitu bahan hukum yang mengikat yang terdiri dari peraturan perundang-undangan;
  - 1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Nomor 1945.

---

<sup>19</sup>Endra Kurniawan, "Kurir Diancam Dipolisikan", <https://www.tribunnews.com/Regional/2021/02/14>, 18 Maret 2021, hal.1.

- 2) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
  - 3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
  - 4) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 sebagaimana yang telah diubah menjadi Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
  - 5) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
  - 6) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.
  - 7) Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi Dalam Sistem Elektronik.
  - 8) Surat Edaran Menkominfo Nomor 5 Tahun 2016 tentang Batasan dan Tanggung Jawab Penyedia Platform dan Pedagang (*Merchant*) Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*Electronic Commerce*) yang Berbentuk *User Generated Content*
- b. Bahan Hukum Sekunder, yaitu bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, seperti buku, kamus hukum, jurnal hukum, komentar atas putusan pengadilan<sup>20</sup> dan wawancara yang dituangkan dalam bentuk tulisan.

## I. Pembahasan

### A. Perlindungan Hukum Pengguna *Marketplace* Terhadap Dugaan Pelanggaran Hak Pribadi Yang Dilakukan Jasa Pengiriman Berdasarkan Hukum Positif Di Indonesia.

Transaksi jual-beli *online* melalui suatu *marketplace* merupakan kegiatan yang tidaklah asing lagi bagi masyarakat di Indonesia, terlebih lagi pada masa pandemi Covid-19 yang melanda negara hampir ke seluruh pelosok dunia. Hal tersebut membawa pengaruh yang sangat besar *e-commerce*. Banyaknya pihak yang terlibat dalam transaksi *e-commerce* dengan menggunakan jenis *e-commerce* B2B (*Business To Business*) dan B2C (*Business To Consumer*), yang setidaknya terdapat 5 (lima) pihak yang terlibat dalam kasus yang diangkat oleh Penulis, yaitu penyelenggara *marketplace*, penjual, jasa pengiriman atau kurir dan pembeli yang diantaranya memiliki hak dan kewajiban yang dibebankan berdasarkan perjanjian dengan teknis sebagai berikut, yakni; (a) pihak *marketplace* yakni Lazada sebagai penyelenggara yang memberikan

---

<sup>20</sup>*Ibid*, Hal. 182.

fasilitas untuk mewadahi penjual untuk memasarkan barang, (b) pembeli yakni bapak Amzi yang melakukan pembelian melalui aplikasi Lazada, dengan menyepakati produk berupa sepatu berikut dengan jumlah barang sebesar Rp. 360.999,- dengan metode pembayaran COD melalui jasa pengiriman Ninja Xpress; (c) adanya penjual (*seller*) yang melakukan pengemasan barang dan melakukan pengiriman dengan jasa pengiriman yang telah dipilih oleh pembeli saat melakukan pembelian barang (d) jasa pengiriman yang memiliki tugas untuk mengirimkan barang melalui kurir ekspedisi yakni bapak Noppal Surdi ke alamat pembeli, (d) pembeli melakukan pembayaran sesuai kesepakatan harga dengan penjual kepada kurir.

Hubungan hukum antara penjual, pembeli dan *marketplace* timbul pada saat penjual dan pembeli selaku pengguna *marketplace* mengunduh aplikasi *marketplace* yang diikuti dengan kegiatan membuat akun pada aplikasi tersebut, yang mana sebelum pengguna *marketplace* mendaftar akun, keduanya diwajibkan untuk menyetujui adanya syarat dan ketentuan yang menjadi kebijakan yang harus ditaati oleh pengguna *marketplace* yang mengakibatkan mereka dianggap telah menyetujui dan mengerti isi dari kebijakan yang diberlakukan oleh aplikasi *marketplace* tersebut yang didasari pada Pasal 1 Ayat (2) UU ITE.

Selain adanya hubungan hukum antara pengguna *marketplace* dengan aplikasi *marketplace*, terdapat juga hubungan hukum antara pengguna *marketplace* yakni penjual dan pembeli yang timbul pada saat terjadinya jual-beli, yakni ketika pembeli melakukan pemesanan kepada penjual dan terjadinya pemrosesan barang pesanan yang dipesan tersebut hingga pemrosesan pengiriman oleh penjual kepada pembeli sehingga diantara pihak-pihak terikat ke dalam suatu kontrak elektronik yang menjadi wujud adanya inisiatif dari para pihak untuk membuat perikatan sebagaimana yang diatur di dalam Pasal 1338 KUHPerdata juncto Pasal 52 PP PMSE yang dilindungi oleh hukum yang berlaku.

Seiring dengan berkembangnya inovasi dalam transaksi *e-commerce*, juga menimbulkan beragam cara atau metode dalam pembayaran atas transaksi yang dilakukan melalui *e-commerce* diantaranya dapat dilakukan melalui (1) pembayaran kartu kredit atau visa, (2) *transfer bank* yang dapat dilakukan melalui mesin ATM, *internet banking* maupun *mobile banking*, (3) debit visa dengan beberapa jenis kartu debit dari bank tertentu juga bisa digunakan untuk transaksi *online*, (4) rekening bersama; (5) *Cash On Delivery* (COD) yang dilakukan langsung secara *offline* antara penjual dan pembeli.

Inovasi metode pembayaran dengan menggunakan COD sering mengakibatkan adanya permasalahan hukum antara pembeli dan kurir akibat adanya ketidaksesuaian barang yang dipesan olehnya melalui aplikasi *marketplace*. Padahal kurir dalam hal kedudukannya sebagai perantara yang mengantarkan barang kepada pembeli tidak mengetahui isi atau detail perjanjian atau transaksi yang dilakukan antara penjual dan pembeli. Pengertian COD sendiri merupakan metode bayar di tempat disediakan oleh *platform* untuk memudahkan para pelanggan untuk melakukan transaksi belanja. COD memiliki kelebihan dan kekurangan dalam pelaksanaannya. Ibu Anna Maria Tri Anggraini, menyampaikan terdapat kelebihan dan kelemahan dari sistem COD<sup>21</sup>, yakni :

**Pertama**, konsumen dapat memeriksa barang sebelum memutuskan akan membeli atau tidak membeli; **Kedua**, jika barang tak sesuai, maka pembeli dapat langsung komplain atau membatalkan transaksi; **Ketiga**, COD dapat menghindari konsumen dari penipuan; **Keempat**, konsumen tak menanggung jasa pengiriman; **Kelima**, adanya jaminan untuk konsumen bahwa toko daring tidak fiktif; **Keenam**, COD lebih banyak mendatangkan pelanggan.

Selain itu, Ibu Anna mengatakan juga terdapat 4 (empat) poin kelemahan dari sistem COD, yakni :

**Pertama**, COD akan menjadi bermasalah ketika konsumen tak ada di lokasi penerimaan atau lokasi tak dapat ditemukan; **Kedua**, sistem tersebut areanya terjangkau ; **Ketiga**, tak semua jenis barang dapat

---

<sup>21</sup> M. Agus Yozami, "Melihat Kelebihan, Kelemahan, dan Permasalahan Hukum Sistem COD", <https://m.hukumonline.com/berita/baca/lt6104c3d1461cb/melihat-kelebihan-kelemahan-dan-permasalahan-hukum-sistem-cod/>, 24 November 2021.

menggunakan mekanisme COD; *Keempat*, penjual harus siap dengan pembatalan atau keluhan dari konsumen.

Jika dilihat dari sudut pandang keabsahan transaksi jual-beli *online* yang dilakukan oleh penjual dan pembeli dengan mengacu pada Pasal 1458 KUHPerdara, yang menegaskan bahwa "Jual beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, segera setelah orang-orang itu mencapai kesepakatan tentang barang tersebut beserta harganya, meskipun barang itu belum diserahkan dan harganya belum dibayar" sehingga melahirkan hak dan kewajiban yakni adanya kewajiban dari penjual untuk menyerahkan barang yang telah dibeli oleh pembeli dan berhak untuk memperoleh uang atas transaksi yang dilakukan, sedangkan terhadap pembeli mempunyai hak untuk memperoleh barang sesuai dengan yang diperjanjikan dan berkewajiban untuk menyerahkan uang kepada penjual. Oleh karena itu, apabila pembeli memperoleh barang yang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan seharusnya pembeli mempunyai hak untuk ganti rugi yang wajib diberikan oleh penjual kepada pembeli.

Permasalahan yang timbul di dalam proses COD lebih banyak terjadi ialah antara kurir jasa pengiriman dengan pembeli. Dalam pelaksanaannya, beberapa *marketplace* di Indonesia mewajibkan setiap kurir yang telah mengantarkan paket barang sampai ke tangan penerima paket, untuk mengambil foto pembeli sebagai tanda bukti bahwa paket barang telah diterima oleh penerima. Hal tersebut pada hakekatnya bukanlah hal yang dapat dipermasalahkan jika diawali dengan suatu itikad baik mengingat dalam melakukan transaksi elektronik yakni jual-beli yang dilakukan secara *online* dalam bertransaksi berlangsung UU ITE telah mengatur bahwa haruslah diawali dengan suatu itikad baik sebagaimana yang diatur di dalam Pasal 17 UU ITE.

Akan tetapi, dalam prakteknya di lapangan pengambilan foto tersebut dilakukan oleh kurir yakni dengan menggunakan kamera dari ponsel atau *smartphone* pribadi kurir tidaklah selalu berjalan sesuai dengan aturan yang telah diatur oleh pemerintah. Ketidakpastian dan keamanan serta jaminan akan kerahasiaan Informasi Elektronik yang diambil oleh kurir tersebut tidak selalu

dapat diawali dengan itikad baik, pengambilan yang dilakukan tanpa izin oleh kurir kepada pembeli yang pada akhirnya menimbulkan suatu permasalahan hukum tersendiri seperti penyebarluasan video tanpa izin pihak yang bersangkutan.

Pendistribusian di dalam hukum positif Indonesia khususnya dalam penjelasan umum Pasal 27 Ayat (3) UU ITE merupakan suatu kegiatan mengirimkan dan/atau menyebarkan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik kepada banyak Orang atau berbagai pihak melalui Sistem Elektronik. Tindakan kurir merupakan suatu bagian dari tindakan mendistribusikan suatu video yang mengakibatkan dapat diaksesnya informasi elektronik tersebut oleh banyak orang yang mengakibatkan adanya pelanggaran terhadap hak pribadi atau yang dikenal dengan *privacy rights*. Kedudukan hak pribadi setiap warga negara tersebut diamanahkan oleh UUD 1945 sebagai landasan konstitusional kepada setiap warga negara Indonesia melalui UUD 1945 sebagaimana tertuang di dalam Pasal 28 G ayat (1) UUD 1945.

Permasalahan hukum yang sering diabaikan dan muncul dalam kehidupan bermasyarakat ialah pelanggaran terhadap hak pribadi seseorang seperti dalam hal penyebarluasan video yang mencakup adanya data pribadi pembeli berupa alamat pembeli dan video yang memuat wajah pembeli. Foto dan video yang disebar ke media sosial merupakan salah satu komponen dari Informasi Elektronik sebagaimana yang diatur di dalam Pasal 1 Ayat (1) UU ITE yang dalam penggunaannya dilindungi sebagai objek perlindungan data pribadi. Secara khusus, foto atau video yang memuat suatu keterangan tentang seseorang merupakan suatu komponen data yang dilindungi oleh pemerintah melalui PP 20/2016 yang menegaskan bahwa data perseorangan tertentu adalah setiap keterangan yang benar dan nyata yang melekat dan dapat diidentifikasi, baik langsung maupun tidak langsung, pada masing-masing individu yang pemanfaatannya sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.

Tindakan menyebarluaskan atau mendistribusikan video yang berisikan wajah pembeli melalui akun pribadi kurir tersebut yang mengakibatkan video tersebut dapat diakses oleh banyak orang di dalam media sosial. Pembeli dalam kasus ini pada hakekatnya dilindungi oleh UU ITE melalui Pasal 26 Ayat (1) yang menyatakan bahwa setiap penggunaan informasi melalui media elektronik yang menyangkut data pribadi seseorang harus dilakukan atas persetujuan orang yang bersangkutan.

Dalam pemanfaatan Teknologi Informasi, perlindungan data pribadi merupakan salah satu bagian dari hak pribadi (*privacy rights*) sebagaimana yang ditegaskan di dalam penjelasan umum Pasal 26 Ayat (1) UU ITE. Hak pribadi mengandung pengertian sebagai berikut: (1) Hak pribadi merupakan hak untuk menikmati kehidupan pribadi dan bebas dari segala macam gangguan, (2) Hak pribadi merupakan hak untuk dapat berkomunikasi dengan Orang lain tanpa tindakan memata-matai, (3) Hak pribadi merupakan hak untuk mengawasi akses informasi tentang kehidupan pribadi dan data seseorang sehingga apabila terjadi penggunaan data pribadi seseorang tanpa izin dari orang yang bersangkutan, maka orang yang dilanggar haknya dapat mengajukan gugatan atas kerugian yang ditimbulkan.

Akibat yang timbul dari permasalahan hukum antara pembeli dan kurir dengan metode pembayaran COD mengakibatkan adanya kerugian bagi pembeli sering kali dapat menimbulkan konflik atau sengketa dengan kurir yang disebabkan kurangnya pemahaman akan mekanisme COD dan prosedur yang seharusnya ditaati oleh kurir dalam pengambilan foto yang sering melampaui tugasnya. Oleh karena itu, masih terdapat suatu kebijakan yang seharusnya dikeluarkan oleh pemerintah terkait mekanisme pelaksanaan COD serta batasan-batasan hak dan kewajiban antara pembeli dan kurir dalam pelaksanaan transaksi jual-beli online melalui aplikasi *marketplace* yang dimuat di dalam syarat dan ketentuan dalam suatu aplikasi *marketplace* untuk mengatur secara khusus terkait dengan pengambilan foto dan video sebagai alat bukti pengiriman paket yang dilakukan oleh jasa pengiriman sebagai perantara oleh pihak penyedia *marketplace* mengingat penyedia *marketplace* merupakan

layanan *platform* online yang menyediakan tempat dan peluang untuk berjualan barang antara pembeli dan penjual. Selain itu, dalam pelaksanaan pengiriman barang yang dilakukan oleh kurir diperlukannya batasan-batasan yang harus diberikan penekanan, terkait kebolehan dan ketidakbolehan serta sanksi yang harus dimuat di dalam syarat dan ketentuan dalam pengiriman barang oleh kurir tersebut, mengingat di dalam syarat dan ketentuan aplikasi *marketplace* belum mengatur terkait hal tersebut yang mengakibatkan tindakan kurir jasa pengiriman yang melakukan tindakan penyebarluasan tanpa memikirkan akibat yang dilakukan tersebut sehingga pembeli dapat diberikan suatu kejelasan akan perlindungan hukum dalam melakukan transaksi jual-beli *online* melalui aplikasi *marketplace*.

#### **B. Pihak Yang Bertanggung Jawab Terhadap Dugaan Pelanggaran Hak Pribadi Yang Dilakukan Jasa Pengiriman Berdasarkan Hukum Positif Di Indonesia.**

Informasi merupakan suatu media yang sangat menentukan bagi perkembangan ekonomi suatu negara baik negara berkembang maupun negara maju dengan munculnya era digital sekarang ini menciptakan ancaman yang lebih besar lagi terutama bagi privasi individu, serta kemungkinan individu mengalami kerugian besar akibat ketidaktelitian atau pembocoran informasi akan jauh lebih besar sehingga dapat menjadi ancaman serius bagi privasi pribadi dan keamanan informasi seseorang.<sup>22</sup> Informasi elektronik merupakan suatu data yang dalam hal penggunaannya diatur secara tegas di dalam UU ITE

Kebocoran informasi seseorang ke publik melalui media sosial terkadang memberikan kerugian yang signifikan kepada masing-masing orang yang hanya dapat dinilai secara subjektif. Kerugian akan disebarluaskannya informasi seseorang yang mencakup data pribadi merupakan hal yang bertentangan dengan hukum positif di Indonesia dan dapat diadukan kepada pihak kepolisian serta dapat berakibat pencemaran terhadap nama baik seseorang tersebut,

---

<sup>22</sup>Shinta Dewi, Perlindungan Privasi Atas Informasi Pribadi Dalam E-Commerce Menurut Hukum Internasional, (Bandung: Widya Padjajaran, 2009, hal.53).

seperti yang dilakukan oleh Bapak Amzi yang melaporkan kurir Noppal Surdi akibat tindakan yang dilakukan oleh kurir jasa pengiriman tersebut yang menyebarluaskan video bapak Amzi ke dalam media sosial.

Permasalahan yang berkembang akibat ketidaksesuaian barang yang dipesan menjadi permasalahan tersendiri. Permasalahan yang timbul dari suatu transaksi melalui *marketplace*. Transaksi merupakan suatu proses peralihan kepemilikan barang dan/atau jasa dari penjual kepada pembeli. Adanya kerugian yang ditimbulkan akibat tindakan pendistribusian video dan menyebarnya foto pembeli dalam contoh kasus yang penulis kaji yang jika merujuk pada suatu prosedur pengambilan alat bukti pengiriman paket bahwa telah diterimanya paket yang akan ditujukan kepada pembeli melalui suatu aplikasi *marketplace* mengakibatkan suatu pertanyaan tersendiri tidak dilaksanakan sesuai dengan apa yang dinyatakan di dalam pelayanan yang dijelaskan oleh pihak aplikasi *marketplace*, terjadinya peristiwa yang melampaui apa yang menjadi tugas seorang kurir menjadi suatu permasalahan hukum yang harus menjadi suatu fokus untuk dicarikannya suatu solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut.

Hal tersebut juga memperlihatkan adanya suatu ketidaksesuaian atau kesenjangan antara peraturan atau kebijakan yang telah dibuat dengan pelaksanaan di lapangan yang menimbulkan salah satu pihak dirugikan. Apabila terdapat seseorang yang dirugikan, maka diperlukannya suatu subjek yang mengakibatkan kerugian tersebut untuk mengganti kerugian agar keadilan, perlindungan dan kepastian hukum pihak yang dirugikan dapat diperjuangkan. Dalam hal ini ketika pembeli memperoleh barang yang tidak sesuai dengan dipesan, pada hakekatnya berdasarkan kebijakan yang telah dibuat oleh *marketplace* bahwa pembeli dapat mengajukan permohonan pengembalian barang kepada penjual melalui fitur yang telah disediakan oleh pihak *marketplace* dan sebaliknya apabila seorang pembeli melakukan tindakan yang tidak sesuai dengan mekanisme atau prosedur dalam pelaksanaan transaksi jual-beli dengan metode pembayaran COD, kurir seharusnya cukup memenuhi kewajibannya untuk mengambil bukti secara elektronik untuk

melaporkan kepada pihak yang bersangkutan baik dari pihak penyelenggara, ekspedisi maupun penjual bahwa pembeli tidak membayarkan sejumlah uang kepada kurir mengingat barang tersebut tidak sesuai, tidak perlu melakukan perbuatan yang bertentangan dengan kewajiban yang telah diberikan kepada kurir tersebut, sehingga tidak akan menimbulkan suatu konflik antara kurir dan pembeli.

Tanggung jawab merupakan akibat dari suatu perbuatan yang dilakukan secara sengaja maupun tidak sengaja yang menjadi suatu kewajiban hukum seseorang untuk bertanggung jawab secara hukum atas perbuatan tertentu yang telah dilakukan memiliki konsekuensi bertentangan dengan hukum dengan berpedoman pada suatu prinsip tanggung jawab yakni; (a) Prinsip Tanggung jawab berdasarkan kesalahan (*liability based on fault*); (b) Prinsip Praduga Untuk Selalu Bertanggung Jawab (*presumption of liability*); (c) Prinsip Praduga Untuk Tidak Selalu Bertanggung Jawab (*presumption of non liability*); (d) Prinsip Tanggung Jawab Mutlak (*strict liability and absolute liability*).

Dalam hal pendistribusian video dan tersebarnya foto pembeli secara meluas yang dilakukan oleh kurir merupakan salah satu bentuk dari tindakan penyebarluasan. Dalam hukum positif di Indonesia, penyebarluasan merupakan salah satu kegiatan pemrosesan data pribadi yang harus memenuhi prinsip sah secara hukum sesuai ketentuan pada Pasal 14 ayat (1) Peraturan Pemerintah No 71 tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

Jika terdapat PSE yang melakukan penyebarluasan data pribadi yang tidak sah secara hukum, maka Kominfo dapat menjatuhkan sanksi kepada PSE tersebut berdasarkan ketentuan pasal 100 PP 71/2019 sehingga pertanggungjawaban tidak dapat dimintakan pertanggungjawaban kepada penyelenggara *marketplace* yakni Lazada meskipun pihak ekspedisi atau jasa pengiriman yang mewakili pihak penjual untuk mengirimkan barang kepada pembeli merupakan mitra pihak penyelenggara melalui perjanjian kerja sama keduanya.

Hal tersebut disebabkan oleh karena jasa pengiriman ditunjuk sendiri oleh penjual sebagaimana dinyatakan di dalam Lazada bagian pengiriman poin nomor 5 (lima) yaitu pengiriman produk dilakukan oleh perusahaan penyedia jasa kurir atau pengiriman ditunjuk oleh masing-masing penjual, bukan oleh Lazada, sehingga pihak *marketplace* tidak bertanggungjawab secara penuh terhadap pengiriman. Sehingga, dalam hal terjadi permasalahan hukum atau kelalaian yang dilakukan oleh jasa pengiriman, bukanlah suatu kewajiban yang dapat dibebankan kepada pihak *marketplace* mengingat *marketplace* hanya sebagai perantara atau wadah yang memfasilitasi dan memberikan kemudahan penjual dan pembeli dalam bertransaksi tanpa mengetahui kondisi barang yang dipesan oleh pembeli.

Dalam kasus ini, penjual juga dapat dimintakan pertanggungjawaban, tetapi terbatas ganti kerugian akibat ketidaksesuaian barang yang diterima oleh pembeli. Akan tetapi, tindakan pendistribusian video yang dilakukan oleh kurir jasa pengiriman merupakan suatu pertanggungjawaban yang dapat dibebankan kepada pribadi kurir tersebut atau dalam hukum dikenal dengan adanya tanggung jawab berdasarkan kesalahan (*liability based on fault*), yang menunjukkan bahwa terpenuhinya 4 (empat) unsur dalam prinsip tanggung jawab tersebut yakni (1) adanya perbuatan yang dilakukan oleh kurir yakni mengambil video dan menyebarkan video tanpa izin ke media sosial yang jelas bertentangan dengan hukum positif di Indonesia yang mengatur terkait pendistribusian video yang merupakan informasi elektronik, (2) adanya kesalahan yang dapat dimintakan pertanggungjawaban kepada kurir tersebut mengingat kurir sebagai subjek hukum yang dapat dibebankan pertanggungjawaban akibat dari perbuatan baik itu disengaja maupun tidak disengaja, (3) perbuatan yang dilakukan kurir mengakibatkan kerugian yang diakibatkan atas tindakan pendistribusian tanpa izin oleh kurir ke publik melalui media sosial tersebut dan juga telah melanggar dan melampaui kebijakan *marketplace*, serta mengakibatkan kerugian secara subjektif yang dialami oleh pembeli yakni bapak Amzi akibat nama serta wajah berikut alamat

rumahnya diketahui oleh masyarakat banyak serta mengakibatkan terganggunya kehidupan pribadi bapak Amzi.

Pihak penyelenggara *marketplace* pada umumnya telah memberikan fasilitas melalui fitur kepada pengguna *marketplace* yang ingin melakukan pengembalian barang atau *return* kepada penjual melalui pusat resolusi yang tersedia di dalam aplikasi *marketplace*. Oleh karena itu, seharusnya pihak penyelenggara sistem elektronik berkewajiban atau memiliki tanggung jawab untuk memberikan edukasi melalui sosialisasi ke masyarakat terkait sistem COD mengingat tidak semua pembeli terjangkau literasi digital mengenai belanja *online*.

Selain itu, kepada kurir juga seharusnya dibekali atau dipersenjatai dengan persetujuan yang telah disepakati oleh pembeli untuk menggunakan pembayaran COD serta batasan-batasan untuk pengambilan foto atau video penerima paket yang dijadikan bukti oleh kurir yang harus dipahami baik oleh pembeli maupun kurir jasa pengiriman yang mengantarkan barang agar perbuatan atau tindakan pendistribusian yang dilakukan oleh kurir jasa pengiriman dapat teratasi dengan baik dan memitigasi adanya penyebarluasan dan penyalahgunaan informasi elektronik yang memuat komponen data pribadi yang dilindungi oleh undang-undang.

## II. Penutup

### A. Kesimpulan

1. Berdasarkan penelitian Penulis, Penulis memberikan kesimpulan bahwa masih terdapat kurang pahamnya kebijakan terkait pelaksanaan jual beli dengan menggunakan metode *Cash On Delivery* (COD) yang mengakibatkan tidak teratasi dengan baik akibat hukum yang timbul sehingga membuat dibutuhkan kebijakan atau aturan yang secara rinci dan detail terutama terkait kedudukan hukum serta batasan-batasan yang dapat atau tidak dapat dilakukan oleh seorang jasa pengiriman yang diwakili oleh kurir ekspedisi dalam mengantarkan suatu barang kepada pembeli serta dalam hal pengambilan foto bukti secara elektronik sehingga

pembeli mempunyai kejelasan dan perlindungan hukum dan pihak yang harus bertanggung jawab terhadap dugaan pelanggaran hak pribadi yang dilakukan jasa pengiriman berdasarkan hukum positif di Indonesia ialah kurir ekspedisi itu sendiri mengingat perbuatan hukum yang dilakukan olehnya telah melampaui tugas atau kewajiban yang diberikan kepadanya. Lazada sebagai pihak penyelenggara aplikasi *marketplace* dibebaskan dari segala bentuk tanggung jawab mengingat Lazada dalam hal pengiriman produk kepada pembeli hanya bertanggung jawab terbatas pada layanan Lazada yakni penyediaan pelaporan pembeli terkait dengan laporan dan atau keluhan terkait pengiriman barang baik kepada penjual maupun kepada penyedia jasa pengiriman atau kurir ekspedisi dan memberikan batasan terkait pengambilan bukti secara elektronik hanya foto dan diunggah ke aplikasi yang telah disediakan untuk pengiriman. Walaupun, Lazada tidak memberikan adanya larangan atau batasan tindakan yang dilarang oleh hukum yang seharusnya dimuat di dalam kebijakan tersebut. Bentuk pertanggungjawaban yang dapat berupa sanksi kepada kurir ekspedisi atau berupa surat peringatan yang dapat baik peringatan lisan dan peringatan tertulis dengan akibat penghentian sementara atau permanen sebagai hukuman atas tindakan yang dilakukan oleh kurir.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka Penulis memberikan saran sebagai berikut, sebaiknya pemerintah dapat mempertimbangkan untuk membuat suatu regulasi atau kebijakan terkait dengan pelaksanaan metode pembayaran terutama metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD) secara baku dan dapat diaplikasikan secara serentak oleh para penyelenggara sistem elektronik mengingat metode pembayaran ini sudah diberlakukan secara umum di dalam metode pembayaran di dalam transaksi jual-beli secara *online* di Indonesia sehingga dalam hal pengguna *marketplace* melakukan transaksi dengan menggunakan metode pembayaran COD dapat memiliki dasar hukum yang menjadi dalil atau alasan mereka untuk memperjuangkan haknya akibat pelanggaran yang dilakukan oleh para pihak penyelenggara sistem elektronik.

Selain itu, prosedur pengambilan foto sebagai alat bukti elektronik yang menjadi fokus dalam penulisan skripsi ini, begitu cukup banyaknya video viral yang didokumentasikan oleh kurir ekspedisi yang awalnya hanya ditujukan sebagai bukti elektronik menjadi informasi elektronik yang tersebar di media sosial dan mengakibatkan tercemarnya nama baik seseorang. Pemerintah hendaknya juga meningkatkan fungsi dalam hal pengawasan terhadap pelaksanaan perdagangan melalui sistem elektronik dan menjangkau akibat-akibat hukum yang harusnya ditindaklanjuti oleh pemerintah terhadap konten-konten yang berhubungan dengan pelaksanaan transaksi tersebut.

Selanjutnya, pihak penyelenggara sebaiknya dapat berupaya untuk memberikan perlindungan bagi pengguna *marketplace* dan kurir ekspedisi dengan memberikan sosialisasi terkait mekanisme metode pembayaran yang dilakukan terkait hak dan kewajiban berikut dengan batasan-batasan dari tindakan yang dapat dan tidak dapat dilakukan serta pemahaman mendasar akan hukum sebagai metode pencegahan yang mengakibatkan terulangnya peristiwa yang mengakibatkan akibat hukum yang sama yang dilakukan berulang kali.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. BUKU

- Agustina, Rosa. *Perbuatan Melawan Hukum*. (Jakarta: Pasca Sarjana Universitas Indonesia, 2003.)
- Asikin,Zainal dkk, *Pengantar Hukum Perusahaan*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016.)
- Asnawi,Haris Faulidi. *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*. (Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004.)
- Dewi,Elia Wuri. *Hukum Perlindungan Konsumen Catatan ke-1*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015.)

- Dewi,Shinta. *Perlindungan Privasi Atas Informasi Pribadi Dalam E-Commerce Menurut Hukum Internasional*. (Bandung: Widya Padjajaran, 2009.)
- Dwiantara,Lukas dan Rumsari Hadi Sumarto, *Manajemen Logistik*, (Jakarta: Gramedia, 2005.)
- Eca, Siti Solecha. *Sistem Informasi Manajemen E-Commerce Pasar Digital Dan Barang Digital*. (Jakarta: Universitas Mercu Buana, 2020.)
- Hamzah,Andi. *Asas-Asas Hukum Pidana (Edisi Revisi)*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2008.)
- Hartono, Jogiyanto. *Sistem Teknologi Informasi Bisnis : Pendekatan Strategis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014.)
- Indriyatno Banyumurti. *Privasi dan Perlindungan Data Pribadi*. (Jakarta: banyumurti.net, 2018.)
- Kansil, C.S.T. *Pengantar Ilmu Hukum dan tata Hukum Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka Jakarta, 1989.)
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Garfika, 2018.)
- Marzuki, Peter Mahmud. *Penelitian Hukum*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group,2005.)
- Nasution, Az. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Cetakan ke-1, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003.)
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial*. (Jakarta: Simbiosis Rekatama Media, 2015.)
- Shidarta. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Edisi Revisi, (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2014.)
- Sidabalok,Janus. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, Pertanggungjawaban Menurut Hukum Perdata*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.)

- Subekti. *Kitab Undang-Undang Hukum Dagang*. (Jakarta: Pradnya Paramita, 2006.)
- Sunarso, Siswanto. *Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik*. (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2009.)
- Sunggono, Bambang. *Metode Penelitian Hukum*. (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2007.)
- Suharyanto, Budi. *Tindak Pidana Teknologi Informasi (Cybercrime): Urgensi Pengaturan dan Celah Hukumnya*. (Jakarta: Rajawali Press, 2013.)
- Sutarman. *Pengantar Teknologi Informasi*. (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009.)

## **B. PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN**

- Indonesia. *Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945*.
- Indonesia. *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*.
- \_\_\_\_\_. *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821)*.
- \_\_\_\_\_. *Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843)*.
- \_\_\_\_\_. *Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang –Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 251, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5952)*.
- \_\_\_\_\_. *Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara*

*Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 185, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6400).*

\_\_\_\_\_. *Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 222, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6240).*

\_\_\_\_\_. *Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi Dalam Sistem Elektronik (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 1829).*

### **C. Artikel Jurnal Online**

Arum Wahyuni Purbohastuti, "Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika*. Volume 12 Nomor 2 Tahun 2017.

Apriadi, Deni dan Arie Yandi Saputra. "E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Hasil Pertanian". *Jurnal Resti*. Volume 1 Nomor. 2, 2017.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, "Survey Pengguna Internet APJII 2019-Q2 2020 : Ada Kenaikan 25,5 Juta Pengguna Internet Baru di RI", *Buletin APJII*, Edisi Nomor 74 Tahun 2020.

Cahyono, Anang Sugeng. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Jurnal Publiciana*. Volume 9 Nomor 1 Tahun 2016.

Christian, Danny Putera. "Tinjauan Yuridis Terhadap Putusan Kasus Pencemaran Nama Baik Dengan Menggunakan Sosial Media Instagram Ditinjau Dari Pasal 310 Ayat (3) Kitab Undang-Undang Hukum Pidana". *Jurnal Hukum Adigama*. Volume 1 Nomor 1 Tahun 2018.

Firmansyah, Ruli. "Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Jual Beli Melalui Internet (Studi Kasus Namomi Tote Bag Palu)", *Legal Opinion* Volume 2 Nomor 5 Tahun 2014.

Muhammad Juanda, Fajar. "Tanggung Jawab Penyelenggara Sistem Elektronik Terhadap Perlindungan Data Pengguna Media Sosial

Menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik". *Institutional Repository UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2019).

Nasution, Misliyana Herawati. "Tindak Pidana Pelanggaran Privasi di Media Sosial". *Repositori Institusi Universitas Sumatera Utara*, (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2019).

#### D. Website

Afsya, Fadhila. "Pelanggaran Hak Privasi Di Media Sosial". <https://bit.ly/3IGi8k3>, 18 Agustus 2021.

Dramanda, Wicaksana. "Hak Privasi Termasuk HAM", <https://www.hukumonline.com>, 14 September 2021.

Fitrianna R. "Kurir Viral Yang Berseteru Dengan Pembeli COD Dilaporkan", <https://makassar.terkini.id/kurir-viral-yang-berseteru-dengan-pembeli-cod-dilaporkan-netizen-tunggu-senjata-makan-tuan/>, 8 Oktober 2021.

Gulo, Setiawati. "Transaksi E-Commerce Dengan Sistem Cash On Delivery Dalam Perspektif Peraturan Perundang-Undangan Di Indonesia", <https://Repository.Unja.Ac.Id/24144/1/Skripsi%20Full%20Teks.Pdf>, 18 Oktober 2021.

Khaerul Tanjung. "Pelaku Usaha dan Tanggung Jawab", <http://www.blogster.com/khaerulhtanjung/pelaku-usaha-dan-tanggung-jawab>, 22 September 2021.