

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PEMBATALAN TRANSAKSI
SECARA SEPIHAK PADA MARKETPLACE MENURUT UNDANG-
UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN
KONSUMEN (KASUS: BAPAK SAYID TAHUN 2021)**

Silvia Marwah

(Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara)

(E-mail: silviamarwah0305@gmail.com)

Jeane Saly Neltje

(Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara. Meraih Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum
Universitas 17 Agustus Jakarta, Magister Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara,
Doktor pada Universitas Padjajaran)

(E-mail: jeanenovember@gmail.com)

Abstract

In this day, it is easy to obtain goods and/or services as needs that must be met because several platforms provide for the sale of goods and/or services that are much needed by the people themselves. One example of the platform itself is a marketplace. Marketplace is a gathering place between business actors and consumers on a website. The problem in this research is the legal protection for consumers who experience cancellation of transactions unilaterally according to law number 8 of 1999 concerning consumer protection. The research method used is normative research. Based on the results of the research, business actors must provide compensation to consumers, because they have violated consumer rights which have been regulated in Article 4 of the Consumer Protection Law.

Keywords: *Consumer Protection Law, Marketplace, Cancellation of Transactions.*

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada masa saat ini dan dengan kondisi yang seperti ini, dimana teknologi dan zaman sudah berkembang sangat pesat dan juga maju yang dimana memberikan kemudahan untuk masyarakat dikarenakan banyaknya manfaat yang didapatkan dan bisa digunakan dengan berkembangnya teknologi. Masyarakat sendiri memiliki banyaknya kebutuhan yang diperlukan

guna memenuhi kebutuhan seperti untuk kebutuhan pekerjaan, pendidikan, dan kebutuhan sehari-hari yang pastinya dibutuhkan oleh masyarakat sendiri.

Untuk memenuhi kebutuhan itu sendiri pastinya dibutuhkan usaha untuk mendapatkan apa yang diinginkan atau dibeli. Namun, dengan adanya kemajuan dari teknologi sendiri memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk mendapatkan kebutuhan-kebutuhan tersebut dengan sistem online. Pembelian barang dan/atau jasa dengan sistem online ini sangat berpengaruh bagi masyarakat saat ini, terutama saat diadakannya PPKM dikarenakan adanya pandemi covid-19 yang membuat masyarakat kesulitan untuk keluar dari rumah dan mendapatkan kebutuhan tersebut.

Pada zaman ini, untuk mendapatkan barang dan/atau jasa sebagai kebutuhan yang harus dipenuhi dapat didapatkan dengan mudah karena adanya beberapa platform yang meniadakan penjualan barang dan/atau jasa yang banyak dibutuhkan oleh masyarakat sendiri. Salah satu contoh dari platform itu sendiri adalah *marketplace*. *Marketplace* ini adalah tempat berkumpulnya antara pelaku usaha dan konsumen dalam sebuah situs *website*.¹ Menurut Strauss, *marketplace* adalah penggunaan data elektronik dan aplikasi untuk perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, distribusi dan harga sebuah ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi. *Opiida* berpendapat mengenai *marketplace*, yaitu:

“*Marketplace* adalah salah satu penyedia media online berbasis internet (*web based*) yang tempat melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. Pembeli dapat mencari supplier sebanyak mungkin dengan kriteria yang diinginkan, sehingga memperoleh sesuai harga pasar.”²

Dengan adanya *marketplace* ini tentunya sangat memudahkan masyarakat sebagai konsumen yang ingin membeli dan mendapatkan

¹ Cita Yustisia Serfiani R. Serfianto D. Purnomo dan Iswi Hariyani, *Buku Pintar Bisnis Online dan Transaksi Elektronik* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013). Hlm. 15

² Dosen Ekonomi, “Marketplace: Pengertian, Jenis, Manfaat & Contohnya Lengkap” (<https://sarjanaekonomi.co.id/marketplace/>, Diakses pada 08 Oktober 2021)

kebutuhannya secara praktis dan tentunya mudah. Pada masa pandemi seperti ini juga banyak pelaku usaha yang menjalankan usahanya melalui *marketplace* agar bisnisnya bisa tetap berjalan dengan lancar walaupun sedang ada pandemi yang dimana pandemi ini cukup membuat beberapa pelaku usaha rugi karena turunnya ekonomi dan membatasi masyarakat untuk keluar dari rumah guna mengurangi penyebaran virus yang ada.

Salah satu contoh *marketplace* yang digemari dan sering di kunjungi oleh masyarakat di Indonesia adalah Tokopedia, Tokopedia sendiri memasarkan beberapa kategori barang elektronik, pakaian baik untuk wanita maupun pria, perlengkapan rumah tangga dan alat kecantikan. Bahkan untuk saat ini Tokopedia sendiri menyediakan untuk melakukan pembayaran-pembayaran seperti pembayaran listrik, pengisian pulsa, paket data, pengisian uang elektronik, pemesanan tiket seperti kereta dan pesawat, pemesanan hotel, dan lain-lain. Tokopedia juga memberikan fasilitas yang menguntungkan konsumen seperti mendapatkan voucher gratis ongkir, *flash sale*, pembelian menggunakan voucher, dan lain-lain.

Tokopedia sendiri adalah perusahaan internet yang memungkinkan setiap individu dan pemilik bisnis di Indonesia untuk mengembangkan dan mengelola bisnis *online* mereka secara mudah dan gratis, sekaligus memungkinkan pengalaman berbelanja *online* yang lebih aman dan nyaman. Tokopedia percaya bahwa *marketplace* adalah bisnis model yang paling indah di dunia, karena kesuksesan sebuah *marketplace* hanya dapat diraih dengan membuat orang lain menjadi lebih sukses.³

Disamping dari banyaknya kelebihan dan keuntungan dengan adanya *marketplace* pada saat ini, tidak menutup kemungkinan akan ada kekurangan yang bisa saja merugikan beberapa konsumen saat melakukan transaksi melalui *marketplace* tersebut yang pastinya tidak diinginkan terjadi oleh konsumen. Salah satu contoh dari hal yang merugikan konsumen adalah pembatalan

³ PT. Tokopedia (<https://www.tokopedia.com/about?lang=id>, Diakses pada 08 September 2021)

transaksi secara sepihak yang dimana tidak diketahui oleh konsumen dan dilakukan secara sepihak oleh pihak pelaku usaha, perlakuan seperti ini tentunya sangat merugikan konsumen apabila konsumen sudah membayar transaksi tersebut, terutama jika pelaku usaha tidak memberikan kembali hak dari konsumen sendiri.

Dilansir dari Detik News pada tanggal 1 September 2021, terdapat konsumen bernama bapak Sayid yang mendapatkan voucher sebesar Rp. 100.000 dari Bank Mandiri yang dapat digunakan untuk berbelanja di Tokopedia sampai tanggal 31 Agustus 2021 dengan minimal transaksi sebesar Rp. 150.000. pada tanggal 21 Agustus 2021, bapak Sayid berbelanja 4 (empat) kartu perdana yang harga satuannya sebesar Rp. 40.000 dengan total harga Rp. 160.000. Bapak Sayid menggunakan voucher tersebut dan transaksinya yang dilakukan sukses, maka bapak Sayid hanya membayar Rp. 67.000 termasuk ongkos kirim dengan nomor invoice INV/20210821/MPL/1517882265. Namun ketika transaksi sudah dilakukan dan Bapak Sayid sudah membayar dengan voucher dan uang Tokopedia membatalkan transaksi tersebut karena dianggap melanggar syarat dan ketentuan yang berlaku di Tokopedia poin M nomor 11, yaitu: “Setiap promo Tokopedia tidak berlaku untuk pembelian logam mulia batangan, voucher belanja, voucher internet, voucher pulsa, paket data dan minuman beralkohol”. Bapak Sayid merasa dirugikan karena yang dibeli olehnya adalah kartu perdana dan bukan seperti yang disebutkan pada syarat dan ketentuan poin M nomor 11. Setelah transaksinya dibatalkan secara sepihak oleh Tokopedia, bapak Sayid kehilangan voucher yang dipakai untuk membayar transaksi tersebut yang bernilai Rp. 100.000, lalu bapak Sayid melakukan complain kepada Tokopedia namun pihak Tokopedia sendiri menutup complain dari bapak Sayid selaku konsumen secara sepihak dan tidak mau mengganti voucher tersebut.

Dalam kasus ini, pihak dari Tokopedia sendiri selaku *marketplace* telah melakukan pembatalan transaksi secara sepihak terhadap konsumen dan jelas-jelas sudah merugikan konsumen karena tidak memberikan haknya konsumen

kepada konsumen tersebut dan tidak mengembalikan voucher dari konsumen yang digunakan untuk melakukan pembelian kartu perdana tersebut yang dimana lagi-lagi pihak Tokopedia tidak mengembalikan dan memberikan hak konsumen kepada konsumennya tersebut.

Konsumen sendiri merupakan konsumen akhir yang memiliki hak dan juga kewajiban seperti yang sudah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 4 yang disebutkan bahwa hak-hak konsumen adalah hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa; hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa yang digunakan; hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut; hak untuk mendapat pembinaan dan Pendidikan konsumen; hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya dan hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya. Dalam Pasal tersebut sudah dijelaskan bahwa konsumen memiliki hak-hak nya sebagai konsumen dan dalam kasus ini konsumen tidak mendapatkan haknya karena adanya pembatalan transaksi secara sepihak yang dilakukan oleh Tokopedia dan pihak Tokopedia sendiri tidak mengembalikan voucher yang digunakan konsumen untuk membeli kartu perdana.

Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sudah menyebutkan dengan jelas mengenai perlindungan hukum yang diberikan bagi konsumen. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberi jaminan supaya hak-hak tertanggung lebih diperhatikan. Dengan adanya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang

Perlindungan Konsumen, bertanggung sebagai konsumen berhak meminta keterangan segala sesuatu yang diperjanjikan dalam transaksi pembelian barang dan/atau jasa melalui *marketplace*. Sebagai konsumen yang merasa dirugikan karena telah dilakukannya pembatalan transaksi secara sepihak di *marketplace*, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjamin agar konsumen mendapatkan kompensasi atau ganti rugi atau pengembalian dari voucher yang telah dibayarkan oleh konsumen guna membeli kartu perdana tersebut.

Berlandaskan dari uraian diatas, penulis mengambil judul: “Perlindungan Konsumen Terhadap Pembatalan Transaksi Secara Sepihak pada *Marketplace* menurut Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Kasus: Bapak Sayid tahun 2021).”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen yang mengalami pembatalan transaksi secara sepihak pada *marketplace* menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?

C. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis memutuskan untuk menggunakan metode penelitian normative atau dalam kata lain merupakan suatu metode penelitian yang berdasarkan kepada suatu studi kepustakaan dengan memanfaatkan dan mencari hal-hal yang berkaitan pada saat melakukan studi kepustakaan terhadap topik atau bahasan yang sedang ditulis.

2. Sifat Penelitian

Penulis menggunakan spesifikasi penelitian deskriptif analisis yaitu untuk menggambarkan, menemukan fakta-fakta hukum secara menyeluruh, dan mengkaji secara seksama sehingga penulisan ini dapat terlaksana dan tercapai dengan baik.

3. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Pengumpulan data dalam penulisan ini adalah dengan melakukan pengumpulan data sekunder karena pada dasarnya penelitian yang dilakukan merupakan penelitian normative. Yang mana secara tidak langsung dilakukan dengan cara studi kepustakaan atau dengan kata lain mengumpulkan dan memperoleh data dari sumber tertulis seperti halnya peraturan perundang-undangan, buku literature, internet, dan hal lain sebagainya yang berkaitan dengan topik pembahasan dalam penelitian yang dilakukan ini yang didapat dengan cara studi kepustakaan hingga memperoleh bahan hukum primer yang mana dalam penulisan ini misalnya yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, dan selanjutnya juga bahan hukum sekunder yang mana melalui buku-buku literature, dan juga bahan hukum tersier.

4. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian dalam penelitian hukum ini menggunakan pendekatan kualitatif yang digunakan untuk memahami dan mendapatkan data deskriptif yang sesuai dengan kenyataan pada objek penelitian.⁴ Data dekriptif yang digunakan merupakan proses wawancara yang diperoleh dari narasumber untuk mendapatkan data tentang perlindungan terhadap konsumen yang mengalami pemberhentian transaksi secara sepihak pada *marketplace* menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

5. Teknik Analisis Data

Di dalam penulisan ini, setelah terkumpulnya data-data yang diperlukan maka selanjutnya penulis melakukan analisis data kualitatif yang mana dalam hal ini data-data yang sudah terkumpul dan diolah diupayakan agar penulis dapat mendeskripsikan data-data tersebut melalui kata-kata maupun

⁴ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Cetakan ke-3, (Jakarta: Universitas Indonesia, 1984), hlm. 32

kalimat menjadi sebuah penjelasan yang akan dapat dimengerti terkait pembahasan yang dilakukan oleh penulis dalam hal membahas dan menjelaskan terkait bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen yang mengalami pembatalan transaksi secara sepihak pada *marketplace*.

II. PEMBAHASAN

A. MARKETPLACE

Marketplace secara langsung bisa menjadi perantara untuk segala transaksi antara penjual dan pembeli, konsumen akan memiliki jaminan dari keamanan bertransaksi serta saat melakukan pembayaran. Matsuura dalam bukunya yang berjudul *Security, Rights, and Liabilities in E-Commerce*, menjelaskan bahwa: “*marketplace* merupakan jaringan global dari transaksi komersial dan hubungan ekonomi yang didukung oleh internet serta bentuk-bentuk lain dari teknologi informasi dan telekomunikasi modern.”⁵

E-Marketplace atau *marketplace* merupakan “media online berbasis internet (berbasis web) tempat aktivitas bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. Pembeli dapat menemukan pemasok sebanyak mungkin dengan kriteria yang diinginkan, sehingga mendapatkan harga pasar yang sesuai dengan keinginan pembeli. Marketplace adalah bagian dari e-commerce.”⁶

Brunn, Jensen, dan Skovgaard (2002), berpendapat mengenai *marketplace*, yaitu:

“*Marketplace* adalah platform komunitas bisnis elektronik yang menyediakan pasar dimana perusahaan dapat berpartisipasi dalam *e-commerce* B2B atau kegiatan e-bisnis lainnya.”

Menurut Brunn, Jensen, dan Skovgaard mengenai *E-Marketplace* adalah:

⁵ Jeffrey H. Matsuura, *Security, Rights, and Liabilities in E-Commerce* (London: Artech House, 2002), hlm. 2.

⁶ Desy Wijaya, *Marketplace Pedia*, (Yogyakarta: Laksana, 2020), hlm. 66.

“Ada dua jenis *E-Marketplace*, yaitu:

1. Pasar Elektronik Horizontal

e-marketplace horizontal dikategorikan berdasarkan fungsi umum atau produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Dapat didefinisikan sebagai pasar yang digunakan untuk industry umum. Seperti smartphone, pc, pasar penjualan pakaian. Biaya transaksi yang dikeluarkan lebih rendah.

2. E-marketplace Vertical

e-marketplace vertical dapat dodefinisikan sebagai pasar yang digunakan untuk industry yang memenuhi kebutuhan spesifik setiap industry. Seperti beton, pasar penjualan baja.”

Menurut Strauss, “*marketplace* adalah penggunaan data elektronik dan aplikasi untuk perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, distribusi dan harga sebuah ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi. Menurut Opiida, *marketplace* adalah salah satu penyedia media online berbasis internet (*web based*) yang tempat melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. Pembeli dapat mencari supplier sebanyak mungkin dengan kriteria yang diinginkan, sehingga memperoleh sesuai harga pasar.”⁷

Salah satu contoh *marketplace* yang digemari dan sering di kunjungi oleh masyarakat di Indonesia adalah Tokopedia, Tokopedia sendiri memasarkan beberapa kategori barang elektronik, pakaian baik untuk wanita maupun pria, perlengkapan rumah tangga dan alat kecantikan. Bahkan untuk saat ini Tokopedia sendiri menyediakan untuk melakukan pembayaran-pembayaran seperti pembayaran listrik, pengisian pulsa, paket data, pengisian uang elektronik, pemesanan tiket seperti kereta dan pesawat, pemesanan hotelm dan

⁷ Cita Yustisia Serfiani R. Serfianto D. Purnomo dan Iswi Hariyani, loc. cit.

lain-lain. Tokopedia juga memberikan fasilitas yang menguntungkan konsumen seperti mendapatkan voucher gratis ongkir, *flash sale*, pembelian menggunakan voucher, dan lain-lain.

Pada era digital seperti ini, dengan adanya *marketplace* sendiri pasti memudahkan para konsumen untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, atau orang lain yang dibutuhkan. Di *marketplace* sendiri banyak menyediakan beberapa kebutuhan yang mungkin dibutuhkan oleh konsumen seperti pakaian baik untuk wanita maupun pria, alat-alat elektronik, tiket pesawat dan kereta, pengisian token listrik, pengisian *e-wallet*, pembelian pulsa, kartu perdana, dan paket internet. Adanya *marketplace* ini sangat memudahkan konsumen dikarenakan sistemnya yang cepat dan konsumen bisa dengan mudah mendapatkan kebutuhannya hanya dengan memesan, melakukan transaksi lalu tinggal menunggu barang yang dibutuhkan sampai, karena barang yang dipesan akan dikirimkan melalui pengiriman.

Marketplace merupakan “sebuah website yang menyediakan berbagai tempat bagi para pelaku usaha online yang dimana bisa menjual beberapa produk-produk mereka.” Dengan adanya *marketplace* ini, para konsumen dapat menemukan berbagai jenis kebutuhan dan barang yang konsumen cari dengan mudah dan dari beberapa toko yang ada dalam *marketplace* tersebut. Para konsumen tentunya bisa memilih dan membandingkan beberapa produk dari satu toko dengan toko lainnya yang ada di *marketplace* tersebut dari segi harga, kualitas, model dalam waktu yang sama dengan lebih mudah. Hal tersebut menjadi salah satu dari banyaknya daya Tarik yang disediakan oleh *marketplace* bagi para konsumen. Sehingga, “konsumen sendiri cenderung lebih memilih untuk menginstal aplikasi yang menawarkan banyak pilihan dari toko-toko sampai produk-produk yang ditawarkan dibandingkan aplikasi *e-commerce* yang hanya memiliki satu toko penjual saja.”⁸

⁸ Desy Wijaya, *Marketplace Pedia*, op. cit., hlm. 22.

B. Hak dan Kewajiban Konsumen

“Secara umum ada 4 (empat) hak dasar Konsumen yaitu:

- a. Hak untuk mendapatkan keamanan;
- b. Hak untuk mendapatkan informasi;
- c. Hak untuk memilih;
- d. Dan hak untuk di dengar.”

Keempat hak dasar ini diakui secara Internasional. Dalam perkembangan organisasi-organisasi konsumen yang tergabung dalam The Internasional Organization of Consumer Union (IOCU) menambahkan beberapa hak, seperti hak mendapatkan Pendidikan konsumen, hak mendapatkan ganti kerugian, dan hak mendapatkan lingkungan hidup yang lebih layak dan sehat.

Menurut Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, hak konsumen adalah:⁹

“Pasal 4

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan Pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

⁹ Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Psl 4.

8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peratiran perundang-undangan lainnya.”

Selain mempunyai hak yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha, konsumen juga memiliki beberapa kewajiban yang juga telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada Pasal 5, yaitu kewajiban untuk:¹⁰

“Pasal 5:

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.”

Sebelum mendapatkan haknya, konsumen juga wajib untuk melakukan kewajiban yang sudah diatur dan disebutkan diatas. Konsumen harus memiliki itikad yang baik, mengikuti dan membaca petunjuk yang sudah dituliskan oleh pelaku usaha, membayar sesuai nilai tukar yang disepakati, dan mengikuti upaya penyelesaian hukum. Dengan telah menjalankan kewajibannya, barulah konsumen dapat mendapatkan haknya sebagaimana dengan apa yang telah diperjanjikan dengan pelaku usaha.

C. Perlindungan Konsumen Terhadap Pembatalan Transaksi Secara Sepihak Pada Marketplace Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

¹⁰ *Ibid*, Psl 5.

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 1 ayat 1 dijelaskan mengenai perlindungan konsumen:

“Pasal 1 ayat 1:

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.”

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen harus disandingkan bersamaan dengan dasar hukum lainnya yaitu Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 *Jo* Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, untuk memperkuat dan melengkapi perlindungan hak dari konsumen mengenai transaksi jual beli yang dilakukan di *Marketplace*.

Hak-hak konsumen sebagaimana disebutkan dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen lebih luas daripada hak-hak dasar konsumen sebagaimana pertama kali dikemukakan oleh Presiden Amerika Serikat J.F. Kennedy di depan kongres pada tanggal 15 Maret 1962. “Hak-hak konsumen, yaitu terdiri atas:¹¹

- a. Hak memperoleh keamanan;
- b. Hak memilih
- c. Hak mendapat informasi
- d. Hak untuk didengar.”

“Secara keseluruhan pada dasarnya dikenal 10 macam hak konsumen, yaitu sebagai berikut:¹²

¹¹ Hondius, *Konsumentenrecht*, Praeadvies in Nederlanse Vereniging voor Rechtsverlijking, Kluwer-Deventer, 1972, hlm.14, 26, 131 dst. Dikutip dari; Meriam Darus Badruzaman, *Perlindungan Terhadap Konsumen Dilihat dari Sudut Perjanjian Buku*, dimuat dalam Hasil Simposium Aspek-Aspek Hukum Masalah Perlindungan Konsumen yang diselenggarakan oleh BPHN, Bina Cipta, Jakarta, 1986, hlm 61. Lihat juga C. Tantri D dan Sulastrri, *Gerakan Organisasi Konsumen*, Seri Panduan Konsumen, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia-The Asia Foundation, Jakarta, 1995, hlm. 19-21.

¹² Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2007). Hlm. 40.

- a. Hak atas keamanan dan keselamatan;
- b. Hak untuk memperoleh informasi
- c. Hak untuk memilih
- d. Hak untuk didengar
- e. Hak untuk memperoleh kebutuhan hidup;
- f. Hak untuk memperoleh ganti rugi;
- g. Hak untuk memperoleh Pendidikan konsumen;
- h. Hak memperoleh lingkungan hidup yang bersih dan sehat;
- i. Hak untuk mendapatkan barang sesuai dengan nilai tukar yang diberikannya;
- j. Hak untuk mendapatkan upaya penyelesaian hukum yang patut.”

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga telah mengatur tentang hak konsumen yang tertera dalam Pasal 4 salah satunya:

“Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya”

Berdasarkan kasus mengenai konsumen yang mengalami pembatalan transaksi secara sepihak pada *marketplace*, sudah seharusnya konsumen mendapatkan ganti kerugian atas barang dan/atau jasa yang telah dibeli oleh konsumen.

Mengenai pemberian perlindungan hukum kepada konsumen *Marketplace* (Tokopedia) atas perbuatan pembatalan sepihak oleh Tokopedia maka berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memiliki asas dan tujuan yaitu untuk melindungi dan menghindari terjadinya pelaku usaha yang berbuat Tindakan sewenang-wenangnya guna memberikan kepastian hukum terhadap konsumen.

“Bentuk perlindungan hukum yang dapat diberikan kepada konsumen berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu berupa:

- a. Hak konsumen untuk mengoptimalkan pelayanan: dalam Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- b. Konsumen berhak untuk menuntut ganti kerugian kepada pelaku usaha: sesuai dalam Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Kompensasi yang disebutkan bisa berupa:
 1. Pengembalian uang terhadap barang dan/atau jasa yang setara;
 2. Atau perawatan medis dan/atau kompensasi yang diberikan sesuai dengan hukum yang berlaku.
- c. Hak konsumen untuk mengadakan permasalahan: dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, sudah diatur mengenai hak-hak konsumen. Pengaduan terhadap hak konsumen yang dilanggar itu dapat dilakukan melalui Lembaga-lembaga yang berwenang. Bantuan dapat diperoleh melalui:
 1. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM)
 2. Atau langsung dapat menyelesaikan masalahnya melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).”

Selain mempunyai hak yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha, konsumen juga memiliki beberapa kewajiban yang juga telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada Pasal 5, yaitu kewajiban untuk:¹³

“Pasal 5

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.

¹³ Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Ps. 5.

4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.”

Sebelum mendapatkan haknya, konsumen juga wajib untuk melakukan kewajiban yang sudah diatur dan disebutkan diatas. Konsumen harus memiliki itikad yang baik, mengikuti dan membaca petunjuk yang sudah dituliskan oleh pelaku usaha, membayar sesuai nilai tukar yang disepakati, dan mengikuti upaya penyelesaian hukum. Dengan telah menjalankan kewajibannya, barulah konsumen dapat mendapatkan haknya sebagaimana dengan apa yang telah diperjanjikan dengan pelaku usaha.

III. PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh saya selaku penulis dan setelah menganalisis dari data hasil penelitian menggunakan teori-teori dan ketentuan perundang-undangan yang digunakan sebagai pedoman, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pastinya telah menjamin adanya kepastian hukum yang diberikan kepada konsumen guna memberikan perlindungan kepada konsumen. Konsumen berhak untuk meminta atau menuntut ganti kerugian kepada pelaku usaha yang sesuai dengan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Kompensasi yang didapatkan bisa berupa:

“Pasal 19:

- a. Pengembalian uang terhadap barang dan/atau jasa yang setara;
- b. Atau perawatan medis dan/atau kompensasi yang diberikan sesuai dengan hukum yang berlaku”

Konsumen mempunyai hak untuk mengoptimalkan pelayanan seperti yang tertera pada Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Konsumen mempunyai hak untuk mengadukan permasalahan seperti yang tertera dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang mengatur mengenai hak-hak konsumen. Pengaduan terhadap hak konsumen yang dilanggar dapat dilakukan melalui Lembaga-lembaga yang berwenang seperti Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) atau langsung dapat menyelesaikan masalahnya melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Sesuai dengan Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen:

“Pasal 1 ayat 1:

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.”

Undang-Undang Perlindungan Konsumen harus disandingkan bersamaan dengan dasar hukum lainnya seperti Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 *Jo* Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan sisten dan transaksi elektronik, guna memperkuat dan melengkapi perlindungan hak dari konsumen mengenai transaksi jual beli di *Marketplace*.

“Hak dasar konsumen ada 4, yaitu:

- a. Hak untuk mendapatkan keamanan;
- b. Hak untuk mendapatkan informasi;
- c. Hak untuk memilih;
- d. Dan hak untuk didengar.”

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga telah mengatur mengenai hak konsumen di dalam Pasal 4, salah satunya yaitu:

“Pasal 4:

hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.”

Sehingga sudah seharusnya bagi para pelaku usaha harus mengganti kerugian apabila konsumen sudah mengalami kerugian.

B. Saran

Berdasarkan dari rumusan masalah dan hasil Analisa serta pembahasan yang telah diuraikan oleh penulis sebelumnya, penulis menyampaikan saran kepada PT. Tokopedia selaku *marketplace* yang banyak dige,ari oleh konsumen di Indonesia pada saat ini, agar sebaiknya lebih mendengarkan terkait complain yang sudah diberikan oleh para konsumen yang mengalami gangguan ketika melakukan transaksi pada Tokopedia dan juga mengganti kerugian yang telah dialami oleh konsumen sesuai dengan jumlah yang sudah tertera. Dan sebaiknya pihak dari Tokopedia memiliki itikad baik untuk bertanggung jawab dan mengganti kerugian dari konsumen yang transaksinya telah diberhentikan secara sepihak. Jangan sampai lagi terjadi hal-hal seperti pemberhentian secara sepihak yang dilakukan oleh Tokopedia apabila konsumen memang tidak melanggar peraturan-peraturan yang sudah Tokopedia berikan.

IV. DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Cita Yustisia Serfiani R, Serfianto D. Purnomo, Iswi Hariyani. 2013. Buku Pintar Bisnis Online dan Transaksi ELelektronik. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Soekanto, Soerjono. 1984. Pengantar Penelitian Hukum, Cetakan ke-3. Jakarta: Universitas Indonesia.

Sulastri, C. Tantri D. 1995. Gerakan Organisasi Konsumen, Seri Panduan Konsumen, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia-The Asia Foundation. Jakarta.

Wijaya, Desy. 2020. Marketplace Pedia. Yogyakarta: Laksana .

Yodo, Ahmadi Miru dan Sutarman. 2007. *Hukum Perlindungan Konsumen*.
Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.

B. Perundang-undangan

Indonesia. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang
Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun
1999 Nomor 42)*.

C. Internet

Ekonomi, Dosen. 2021. *Sarjana Ekonomi*. September 23.
<https://sarjanaekonomi.co.id/marketplace/>, 8 Oktober 2021

PT. TOKOPEDIA diakses melalui <https://www.tokopedia.com/about?lang=id>,
8 September 2021