

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS BARANG
TIDAK SESUAI PESANAN MELALUI *MARKETPLACE***

JURNAL ILMIAH



Oleh:

MUHAMMAD SEPTIAN DWI PUTRA
D1A020368

FAKULTAS HUKUM, ILMU SOSIAL, DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MATARAM

2023

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS BARANG
TIDAK SESUAI PESANAN MELALUI *MARKETPLACE***

JURNAL ILMIAH



Oleh:

MUHAMMAD SEPTIAN DWI PUTRA
D1A020368

Menyetujui,

Pembimbing Pertama,

A handwritten signature in black ink, appearing to be "E. Sili", written in a cursive style.

Dr. Eduardus Bayo Sili., SH., M.Hum
NIP. 19690210 199903 1 002

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS BARANG
TIDAK SESUAI PESANAN MELALUI *MARKETPLACE***

**Muhammad Septian Dwi Putra
D1A020368**

**FAKULTAS HUKUM, ILMU SOSIAL, DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MATARAM**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan hukum antara para pihak yang melakukan jual beli dengan *marketplace* dan akibat hukum apabila hak-hak konsumen tidak dipenuhi oleh pelaku usaha apabila terjadi kesalahan dalam penerimaan barang yang tidak sesuai. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif, yaitu dilakukan menggunakan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Hubungan hukum konsumen dan pelaku usaha merupakan perjanjian jual beli, hubungan hukum pelaku usaha dengan *marketplace* merupakan perjanjian kerjasama kemitraan dan hubungan hukum konsumen dengan *marketplace* merupakan hubungan perantara, dan dari adanya hubungan hukum ini menimbulkan akibat hukum apabila hak-hak daripada konsumen itu tidak dipenuhi, dimana adanya ketidaksesuaian barang yang dijanjikan atau barang yang tidak sesuai dengan pesanan pada *marketplace* dapat dikatakan bahwasannya pelaku usaha tersebut lalai dalam memenuhi perjanjiannya maka dari itu termasuk ke dalam kategori wanprestasi. Namun, secara hukum permasalahan tersebut tidak hanya selesai pada syarat dan ketentuan yang berlaku pada *marketplace* saja, dalam hal ini konsumen dapat menuntut ganti kerugian secara perdata dan pidana atau melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) jika dalam hal ini hak-hak konsumen tersebut tidak terpenuhi.

Kata Kunci : *Marketplace*, Konsumen, Pelaku Usaha

**LEGAL PROTECTION FOR CONSUMERS FROM UNMATCHED
SHOPPING GOODS THROUGH MARKETPLACE**

Muhammad Septian Dwi Putra
DIA020368

**FACULTY OF LAW, SOCIAL SCIENCE, AND POLITICAL SCIENCE
UNIVERSITY OF MATARAM**

ABSTRACT

This study reviews legal relationship among merchants, marketplace and customers in marketplace, as well as identifies the legal consequence following unfulfilled customers' right in the case of unmatched shopping goods. This study is a normative one, with statutory and conceptual approaches. Legal relationship between merchants and consumers is sale and purchase agreement, whereas legal relationship between merchants and marketplace is partnership collaboration, while legal relationship between marketplace and consumers is intermediary one. These relationships brings about legal consequences, in the case of unfulfilled consumers' rights, in particular, if delivered goods are different from ordered ones. In this case, it could be assumed that the merchants are negligent, and that leads to default. Nonetheless, according to the law, the issue is not solved by complying with marketplace's term and condition. Consumers could demand compensation civilly and criminally, or with the assistance of Consumer Dispute Resolution Agent

Keywords: *Marketplace, Consumers, Merchants*

I. PENDAHULUAN

Adanya *marketplace* membuka peluang terjadinya suatu pelanggaran yang menimbulkan kerugian bagi konsumen. Dimana para pihak yang bertransaksi tidak bersifat dekat dan personal atau berhadapan secara langsung, dalam hal ini terdapat berbagai jenis bentuk dari penipuan dan kesalahan dapat muncul dan menjadi permasalahan besar yang dalam hal ini perlu dan harus ditangani. Kekurangan lain yang umumnya terlihat antara lain jika barang yang ditawarkan atau diiklankan berkualitas buruk atau administrasi pembuatnya tidak dapat diterima atau tidak memuaskan, apabila barang yang dalam hal ini diminta tidak sesuai dengan barang yang diiklankan.¹

Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa dalam beberapa hal, transaksi melalui *marketplace* sangat beresiko, apalagi konsumen mempunyai kewajiban untuk membuatnya pembayaran dimuka sedangkan konsumen tidak dapat melihat kebenaran barang tersebut sesuai dengan pesanan atau tidak. Permasalahan tersebut pada hakikatnya adalah resiko jual beli melalui *marketplace* ini menjadi masalah ketika pelaku usaha tidak dapat dihubungi oleh konsumen yang meminta haknya dipenuhi secara sempurna, sehingga konsumen dirugikan akibat perbuatan pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti yakni bagaimana hubungan hukum antara para pihak dalam *marketplace* dan bagaimana akibat hukum apabila hak-hak

¹ Subekti, *Hukum Perjanjian*, Jakarta: Intermasa, 2004, hlm. 79

konsumen tidak dipenuhi oleh pelaku usaha apabila terjadi kesalahan dalam penerimaan barang yang tidak sesuai.

Penulisan ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis hubungan hukum antara para pihak dalam *marketplace* dan akibat hukum apabila hak-hak konsumen tidak dipenuhi oleh pelaku usaha apabila terjadi kesalahan dalam penerimaan barang yang tidak sesuai. Manfaat penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan pada bidang hukum bisnis terkait bagaimana perlindungan konsumen apabila menerima barang tidak sesuai pesanan melalui jual beli dengan sistem *marketplace*, serta yang dapat dijadikan acuan atau referensi bagi penelitian selanjutnya dan diharapkan dapat memberikan solusi praktis atas permasalahan yang dihadapi terkait dengan pengaturan dan kedudukan perlindungan konsumen terhadap barang tidak sesuai pesanan melalui *marketplace*.

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian hukum normatif dalam hal ini penelitian hukum normatif merupakan suatu penelitian yang menggunakan metode studi atau mengkaji terhadap suatu dokumen, yaitu menggunakan sumber bahan hukum yang berupa peraturan perundang-undangan, keputusan pengadilan, perjanjian, teori hukum, dan pendapat para ahli yang berkaitan tentang Perjanjian *Market place* dalam persepektif undang-undang, dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual melalui pengumpulan bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Bahan hukum primer yang digunakan yaitu Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, serta peraturan perundang-undangan lainnya.

Untuk memperoleh bahan hukum tersebut digunakan teknik pengumpulan data yaitu studi kepustakaan. Analisis bahan hukum tersebut menggunakan metode penafsiran (interpretasi). Penafsiran (interpretasi) merupakan uraian mengenai pemahaman terhadap norma atau kaidah, serta materi muatan dari setiap Pasal dalam ketentuan peraturan Perundang-Undangan.

II. PEMBAHASAN

Hubungan Hukum Antara Para Pihak Yang Melakukan Jual Beli Melalui *Marketplace*

Perdagangan elektronik atau aktivitas jual beli online merupakan suatu model transaksi yang memiliki ciri khas yang berbeda dibandingkan dengan perdagangan konvensional. Dengan memegang peranan penting internet dalam infrastruktur teknologi informasi dan aktivitas bisnis, di era informasi saat ini banyak sekali perusahaan offline yang aktif mengembangkan teknologi internet untuk operasional bisnis.

Peraturan mengenai penyelenggara *e-commerce* diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik atas Perubahan Undang-undang No. 11 tahun

2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan melalui sistem elektronik, dan Peraturan Menteri dalam negeri Nomor 50 Tahun 2020 Tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Berdasarkan Pasal 1 angka 4 Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019, penyelenggara sistem elektronik adalah setiap orang, penyelenggara negara, badan usaha, dan masyarakat yang menyediakan, mengelola dana atau mengoperasikan sistem elektronik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama kepada pengguna sistem elektronik untuk keperluan dirinya dana atau keperluan pihak lain.

Dalam hal ini, para pihak terkait yaitu pelaku usaha, konsumen, dan *marketplace* (pemilik aplikasi atau penyedia aplikasi) memiliki hubungan hukum yang saling berkaitan satu sama lainnya, di antara nya yaitu:

A. Hubungan Hukum Antara Pelaku Usaha dan Konsumen

Hubungan antara pelaku usaha dan konsumen umumnya terjadi melalui transaksi jual beli. Dalam konteks ini, hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen dapat dianggap sebagai suatu perjanjian jual beli. Dalam perjanjian ini, pelaku usaha berkomitmen untuk mentransfer hak milik suatu barang kepada konsumen, sementara konsumen berjanji untuk membayar harga yang telah disepakati, yang terdiri dari sejumlah uang sebagai imbalan atas perolehan hak tersebut.

Di Indonesia hak-hak konsumen diatur dalam “Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, yang dimana konsumen memiliki hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang/ atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, dan juga memiliki hak atas suatu informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi fisik serta jaminan dari barang tersebut.

Sesuai dengan Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), jual beli adalah suatu perjanjian di mana salah satu pihak berkomitmen untuk menyerahkan suatu kebendaan, sementara pihak lainnya berjanji untuk membayar harga yang telah disepakati sebelumnya.

Hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen ini, didasarkan pada pasal 1320 dan pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), di mana pelaku usaha dengan tegas menyetujui apa yang telah dijanjikannya saat memberikan janji-janji dalam iklan promosi di *marketplace* yang digunakan. Oleh karena itu, janji-janji yang terdapat dalam iklan promosi tersebut memiliki kekuatan hukum dan berlaku sebagai aturan yang mengikat bagi semua pihak yang terlibat.

Karena hubungan antara konsumen dan pelaku usaha dibangun atas dasar perjanjian, maka hubungan keduanya akan berakhir setelah semua perbuatan hukum yang dijanjikan sudah dilaksanakan dengan sempurna. Berdasarkan Pasal 46 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang

Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik dianggap sah apabila (a) terdapat kesepakatan para pihak; (b) dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; (c) terdapat hal tertentu; dan (d) objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum.

B. Hubungan Hukum Antara Pelaku Usaha dan Pihak *Marketplace*

Dalam konteks hubungan hukum antara pelaku usaha dengan pihak marketplace perjanjian merupakan alat penting untuk menyatakan persetujuan antara para pihak terkait suatu kontrak. Ketika berbicara mengenai kontrak elektronik antara penjual sebagai *merchant* dan *marketplace*, hukum yang berlaku di Indonesia serta persyaratan sah perjanjian telah diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, khususnya dalam Pasal 46 ayat 2.”

Untuk memasarkan produk pada sebuah *marketplace*, setidaknya dalam hal ini pelaku usaha harus melalui beberapa mekanisme dalam menjual produknya, yaitu melalui tiga tahapan, pendaftaran, katalog produk, dan menerima pesanan.

Namun. dalam hal ini terdapat ketentuan pelaku usaha dengan beberapa aplikasi yaitu pada aplikasi shopee, bukalapak, lazada, blibli, tokopedia dan *marketplace* lainnya, yang dimana menimbulkan suatu hubungan hukum.

Berdasarkan syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh pihak-pihak di dalam *marketplace* ini, dapat disimpulkan bahwa hubungan hukum antara pelaku usaha dan pihak *marketplace* dapat dianggap sebagai perjanjian kerjasama kemitraan. Perjanjian kerjasama kemitraan, sesuai dengan Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), adalah suatu tindakan di mana satu pihak atau lebih secara hukum mengikatkan diri terhadap satu orang atau lebih. Sehingga, dalam hal ini hubungan hukum antara pelaku usaha dan pihak *marketplace* adalah perjanjian kerjasama kemitraan, karena pihak *marketplace* mengikatkan dirinya terhadap pelaku usaha berdasarkan pada syarat dan ketentuan pada platform *marketplace* tersebut.

C. Hubungan Hukum Antara Konsumen Dengan *Marketplace*

Hubungan hukum antara konsumen dengan *marketplace* muncul ketika konsumen dan pelaku usaha mengunduh aplikasi *marketplace* dan membuat akun pada *marketplace* tersebut, dimana sebelum mendaftar konsumen dan pelaku usaha harus membenarkan kebijakan persyaratan dan ketentuan yang berlaku dalam *marketplace* dan pada saat klik tombol untuk *checkout* maka pada saat itu telah menimbulkan/ lahir suatu kontrak perjanjian.

Pada aplikasi shopee, bukalapak, lazada, blibli, tokopedia, dan *markteplace* lainnya, hubungan antara konsumen dengan pihak aplikasi *marketplace* tersebut hanya terbatas sebagai pengguna aplikasi/ layanan dalam hal ini pengguna yang memperoleh barang/ atau jasa secara online yang mana

pihak aplikasi shopee menyediakan platform untuk konsumen melakukan transaksi jual beli, sehingga dalam hal ini pihak *marketplace* dengan konsumen tidak terkait secara langsung. Dalam situasi ini, aplikasi *marketplace* berperan sebagai perantara di antara pelaku usaha dan konsumen, dan hubungan ini terbentuk ketika terjadi transaksi jual beli dengan pelaku usaha.

Maka, berdasarkan hal tersebut, hubungan hukum antara konsumen dengan *marketplace* merupakan perantara, karena para pihak terhubung secara otomatis dikarenakan konsumen membeli barang/ jasa melalui aplikasi yang disediakan oleh pihak *marketplace*, jadi secara otomatis dalam hal ini melakukan suatu perantara. Hubungan ini muncul ketika konsumen dan pelaku usaha mengunduh aplikasi *marketplace* dan membuat akun pada *marketplace* tersebut yang mana didasarkan pada syarat dan ketentuan, maka dari hal tersebut menimbulkan suatu kontrak atau perjanjian.

Akibat Hukum Apabila Hak-Hak Konsumen Tidak Dipenuhi Oleh Pelaku Usaha Apabila Terjadi Kesalahan Dalam Penerimaan Barang Yang Tidak Sesuai

Seperti yang diketahui, hak-hak konsumen di Indonesia diatur oleh Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Dalam ketentuan tersebut, konsumen memiliki hak untuk memilih barang dan/atau jasa,

menerima barang/jasa sesuai dengan nilai tukar, kondisi, dan jaminan yang dijanjikan, serta mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi fisik dan jaminan barang tersebut. Oleh karena itu, konsumen memiliki hak terhadap semua janji yang diberikan oleh pelaku usaha terkait barang yang dijualnya.

Tindakan yang melawan hukum, seperti pengiriman produk yang tidak sesuai atau tidak pas dengan deskripsi yang tertera di toko penjual, yang dapat mengakibatkan sanksi hukum terhadap penjual. Ini merupakan upaya untuk memastikan bahwa hak dan kewajiban pembeli dihormati dan tidak dilanggar. Dalam semua aspek ini, pemahaman dan ketaatan terhadap hukum dan peraturan yang berlaku merupakan kunci untuk menjaga integritas hubungan hukum dalam konteks *marketplace*.²

Dalam Hubungan antara para pihak saling terkait satu sama lain dan menimbulkan akibat hukum yang berupa adanya hak dan kewajiban yang bermula saat para pihak saling sepakat/ mengikatkan diri untuk mulai memberikan janji-janji, serta informasi dan ketentuan terkait barang/ ataupun jasa terkait transaksi digital sistem *marketplace*.³ Apabila dilihat dari hubungan hukum yang timbul dari para pihak dalam *marketplace* yaitu suatu perjanjian maka dalam hal adanya ketidaksesuaian barang yang dijanjikan atau barang yang

² Jasmine Adhwaisy Meifriday & Pranoto, *Hubungan Hukum Antara Bukalapak Sebagai Marketplave Dengan Penjual Sebagai Merchant (Studi Di Bulakapak.Com)*. Jurnal Privat Law: Volume VIII (2), 2020, hlm. 277-278

³ Priorita Damalies Aurora, *Tinjauan Yuridis Hubungan Hukum Para Pihak Dalam Transaksi Digital Sistem Marketplace: Studi Di Marketplace Shopee*, Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, hlm. 43

tidak sesuai dengan pesanan pada *marketplace* dapat di katakan bahwasanya pelaku usaha tersebut lalai dalam memenuhi perjanjiannya. Jika suatu perjanjian telah dibuat berdasarkan Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), dampaknya adalah perjanjian tersebut memiliki kekuatan hukum sebagai aturan yang mengikat para pihak, sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata). Jika salah satu pihak tidak memenuhi kewajibannya sesuai dengan yang telah disepakati, kondisi tersebut disebut sebagai wanprestasi.⁴ Wanprestasi terjadi ketika salah satu pihak tidak memenuhi kewajiban yang telah ditetapkan dalam perjanjian atau undang-undang, baik itu kewajiban yang timbul dari perjanjian maupun ketentuan hukum..⁵

Berdasarkan Pasal 48 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, disebutkan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui *marketplace* diwajibkan untuk menyediakan informasi yang lengkap dan akurat mengenai syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Pada ayat berikutnya, dijelaskan lebih lanjut bahwa Pelaku Usaha harus memberikan kejelasan informasi terkait kejelasan produk yang diperdagangkan. Pasal 48 ayat (3) “Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi

⁴ Niru Anita Sinaga, dan Nurlely Darwis, *Wanprestasi Dan Akibatnya Dalam Pelaksanaan Perjanjian*, Jurnal Mitra Manajemen, Volume 7 (2), Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma, 2015, hlm. 50”

⁵ Ahmadi Miru, *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, Edisi Revisi, 2007, hlm. 74

Elektronik mengatur khusus tentang hal tersebut, yakni pelaku usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi. Jika ternyata barang yang diterima tidak sesuai dengan gambar pada iklan di *marketplace* atau dalam penawaran, konsumen juga memiliki hak untuk mengajukan gugatan secara perdata terhadap pelaku usaha atau penjual. Gugatan ini dapat dilakukan dengan mengacu pada terjadinya wanprestasi dalam transaksi jual beli yang dilakukan dengan pelaku usaha.⁶

Dalam prakteknya/ pelaksanaannya terdapat kebijakan internal dalam mengajukan komplain yang dalam kaitannya jika barang tidak sesuai pesanan ini pada setiap *marketplace*. Namun, secara hukum permasalahan tersebut tidak hanya selesai pada syarat dan ketentuan yang berlaku pada *marketplace*, dalam hal apabila konsumen melakukan suatu keterlambatan dalam mengajukan pengembalian sesuai dengan syarat dan ketentuan yang telah disediakan, dan konsumen telah membuat komplain, namun dalam hal ini pihak *marketplace* atau pelaku usaha tidak melakukan suatu tindakan. Maka konsumen dalam hal ini dapat menyelesaikan sengketa tersebut melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) untuk memenuhi hak-hak dari konsumen tersebut.

Terkait dengan mekanisme penyelesaian sengketa konsumen di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), pada Pasal 15 Ayat (1) Kepmenperindag RI Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 tentang pelaksanaan tugas

⁶ *Ibid*, hlm 17

dan wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen disebutkan bahwa konsumen yang merasa hak-haknya dirugikan akibat kelalaian yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam hal ini mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan pesanan tersebut dapat mengajukan permohonan penyelesaian sengketa konsumen kepada sekretariat Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Surat permohonan tersebut dapat berupa permohonan secara tertulis dan tidak tertulis.⁷

Sehingga, terkait apabila barang yang tidak sesuai pesanan tersebut yang dimana merugikan konsumen sebagai pembeli dalam *marketplace* tersebut. Konsumen dapat melakukan gugatan secara perdata dan pidana, dikarenakan selain pelaku usaha melakukan suatu kelalaian yang dimana tidak memenuhi apa yang telah diperjanjikan sebelumnya, pelaku usaha juga termasuk kepada kategori penipuan yang dimana hal tersebut merujuk pada barang yang tidak sesuai dengan apa yang telah di iklankan oleh pelaku usaha tersebut.⁸

⁷ Riris Nisantika & Ni Luh Putu Egi Santika M., *Penyelesaian Sengketa Konsumen Oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)*, Jurnal Locus Delicti: Volume 2 (1), 2021, hlm. 56-57

⁸ Satria Nur Fauzi & Lushiana Primasari, *Tindak Pidana Penipuan Dalam Transaksi Di Situs Jual Beli Online (E-Commerce)*, Jurnal Recidive: Volume 7 (3), 2018, hlm. 256-258

III. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan atas rumusan masalah yang sudah di jabarkan diatas, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen, merupakan perjanjian jual beli, karena pelaku usaha telah membuat kesepakatan dengan konsumen, jual beli dalam hal ini merupakan hal-hal yang telah disepakati oleh kedua belah pihak meliputi hak dan kewajiban yang telah diatur secara otomatis pada peraturan perundang-undangan. Hubungan hukum antara pelaku usaha dan *marketplace*, merupakan perjanjian kerjasama kemitraan, karena pihak *marketplace* mengikatkan dirinya terhadap pelaku usaha berdasarkan pada syarat dan ketentuan pada platform *marketplace* tersebut. Hubungan hukum antara konsumen dan *marketplace*, merupakan perjanjian perantara, karena para pihak terhubung secara otomatis dikarenakan konsumen membeli barang/ jasa melalui aplikasi yang disediakan oleh pihak *marketplace*, jadi secara otomatis dalam hal ini pihak *marketplace* merupakan suatu perantara dalam proses jual beli antara konsumen dengan pelaku usaha dan akibat hukum apabila hak-hak daripada konsumen itu tidak terpenuhi, dimana adanya ketidaksesuaian barang yang dijanjikan atau barang yang tidak sesuai dengan pesanan pada *marketplace* dapat di katakan bahwasanya pelaku usaha tersebut lalai dalam memenuhi perjanjiannya maka dari itu termasuk ke dalam kategori wanprestasi, karena pelaku usaha tersebut tidak melakukan apa yang telah di perjanjikannya yaitu mengirim barang sesuai dengan apa yang sudah di

promosikan melalui *marketplace*, sehingga konsumen dapat menuntut hak-haknya tersebut. Dalam hal penyelesaian, telah disediakan oleh pihak masing-masing *marketplace*, yang dimana dalam hal ini berdasarkan pada syarat dan ketentuan yang telah ditentukan oleh masing-masing *marketplace*. Namun, secara hukum permasalahan tersebut tidak hanya selesai pada syarat dan ketentuan yang berlaku pada *marketplace* saja, dalam hal ini konsumen dapat menuntut ganti kerugian secara perdata dan pidana atau melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) jika konsumen dalam hal ini tidak mendapatkan hak-haknya.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang sudah di jabarkan diatas, maka penulis menyarankan bagi para pelaku usaha untuk dapat menginformasikan kepada konsumen terkait barang/produknya apabila barang yang di tawarkan tidak sesuai sebagaimana mestinya. Bagi konsumen, apabila ingin berbelanja melalui *marketplace* untuk menghindari kerugian, sebaiknya melakukan pengecekan atas barang yang akan di belinya, hal tersebut bisa di lihat melalui kolom *review* pada toko atau barang yang akan di beli. Bagi pihak *marketplace* agar melakukan verifikasi yang ketat terhadap produk yang akan dijual oleh pelaku usaha.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Ahmadi Miru. 2007. *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, Edisi Revisi

Subekti. 2004. *Hukum Perjanjian*. Jakarta: PT. Intermedia

JURNAL DAN SKRIPSI

Jasmine Adhwaisy Meifriday & Pranoto. 2020. *Hubungan Hukum Antara Bukalapak Sebagai Marketplave Dengan Penjual Sebagai Merchant (Studi Di Bulakapak.Com)*. Jurnal Privat Law: Volume VIII (2)

Niru Anita Sinaga & Nurlily Darwis. 2015. *Wanprestasi Dan Akibatnya Dalam Pelaksanaan Perjanjian*. Jurnal Mitra Manajemen: Volume 7 (2), Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma

Priotita Damalies Aurora. 2021. *Tinjauan Yuridis Hubungan Hukum Para Pihak Dalam Transaksi Digital Sistem Marketplace (Studi Di Marketplace Shopee)*. (Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta). Surakarta

Riris Nisantika & Ni Luh Putu Egi Santika M. 2021. *Penyelesaian Sengketa Konsumen Oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)*. Jurnal Locus Delicti: Volume 2 (1)

Satria Nur Fauzi & Lushiana Primasari. 2018. *Tindak Pidana Penipuan Dalam Transaksi Di Situs Jual Beli Online (E-Commerce)*. Jurnal Recidive: Volume 7 (3)