

Pertanggungjawaban Platform *E-Commerce* Terhadap Penipuan Oleh Pelaku Usaha Terverifikasi Yang Mengakibatkan Kerugian Konsumen (Liability Of *E-Commerce* Platforms For Fraud By Verified Business Actors Resulting In Consumer Losses)

Mohammad Haikal Rasyid¹, Ghina Rhoudotul Jannah², Vinka Arzetta Fiana³, Najwa Latisha⁴,
Syifa Nurfajriana⁵, Muthia Sakti⁶

¹²³⁴⁵⁶Program Sarjana Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

Email: 2110611013@mahasiswa.upnvj.ac.id¹, 2110611015@mahasiswa.upnvj.ac.id²,

2110611019@mahasiswa.upnvj.ac.id³, 2110611145@mahasiswa.upnvj.ac.id⁴, 2110611305@mahasiswa.upnvj.ac.id⁵,

muthiasakti@upnvj.ac.id⁶

Abstract:

This research aims to explain the types and forms of liability held by e-commerce platforms in cases of fraud by verified business actors. This includes a legal analysis of the platform's liability towards aggrieved consumers. This can improve the liability mechanism, e-commerce platforms can build consumer trust. Consumers who feel protected are more likely to shop online, which in turn can increase transaction volume and profits for e-commerce platforms. The method used in this research is Juridical-Normative by conducting research sourced from literature and from the results of decisions related to the Law or commonly referred to as library legal research conducted by examining secondary materials only. The results of this study are that consumer protection in digital transactions in Indonesia is regulated by the GCPL and ITE Law. In the case of fraud in ordering roof tiles on Tokopedia, there is negligence on the part of Tokopedia and vendors that violate the law. Consumer rights according to the GCPL have been violated, so the responsibility is not only on the deceptive seller but also on Tokopedia as a platform provider. However, Tokopedia does not support its consumers in resolving this dispute.

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk Menjelaskan jenis dan bentuk pertanggungjawaban yang dimiliki oleh platform *e-commerce* dalam kasus penipuan oleh pelaku usaha terverifikasi. Ini meliputi analisis hukum mengenai kewajiban platform terhadap konsumen yang dirugikan. Hal ini dapat meningkatkan mekanisme pertanggungjawaban, platform *e-commerce* dapat membangun kepercayaan konsumen. Konsumen yang merasa terlindungi lebih cenderung untuk berbelanja secara online, yang pada gilirannya dapat meningkatkan volume transaksi dan keuntungan bagi platform *e-commerce*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Yuridis-Normatif dengan melakukan penelitian yang bersumber dari kepustakaan dan dari hasil putusan yang dihubungkan dengan Undang-Undang atau biasa disebut dengan penelitian hukum kepustakaan yang dilakukan dengan cara meneliti bahan-bahan sekunder belaka. Hasil penelitian ini adalah bahwa perlindungan konsumen dalam transaksi digital di Indonesia diatur oleh UUPK dan UU ITE. Dalam kasus penipuan pemesanan genteng di Tokopedia, terdapat kelalaian dari pihak Tokopedia dan pelapak yang melanggar hukum. Hak-hak konsumen menurut UUPK telah dilanggar, sehingga tanggung jawab tidak hanya pada penjual yang menipu tetapi juga pada Tokopedia sebagai penyedia platform. Namun, Tokopedia tidak mendukung konsumennya dalam menyelesaikan perselisihan ini.



<https://doi.org/10.5281/zenodo.12521807>

This is an open-access article under the [CC-BY-SA License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



PENDAHULUAN

Secara sederhana, konsumen dapat didefinisikan sebagai pemakai barang atau jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha. Sedangkan pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan untuk melakukan kegiatan berupa memproduksi barang atau jasa lalu mendistribusikannya kepada konsumen di dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia. Menurut undang-undang, konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/ atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri,

keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tak untuk diperdagangkan.¹ Pelaku Usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.²

Salah satu hasil dari perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi antara lain hadirnya teknologi dunia maya yang dikenal dengan istilah internet. Melalui internet seseorang dapat melakukan berbagai macam kegiatan, tidak hanya terbatas pada lingkup lokal atau nasional, tetapi juga secara internasional sehingga kegiatan yang dilakukan melalui internet ini merupakan kegiatan yang dilaksanakan tanpa batas. Adanya internet telah memberikan manfaat besar bagi kehidupan manusia, salah satunya di bidang perdagangan atau bisnis. Kegiatan perdagangan melalui media internet dikenal dengan istilah *electronic commerce* atau *e-commerce*. Kemunculan *e-commerce* menjadi angin segar bagi setiap orang, baik mereka yang menjadi konsumen maupun pelaku usaha. Aktivitas jual beli yang dahulu hanya bisa dilakukan secara tatap muka di suatu tempat, sekarang dapat dengan praktis dan mudah dilakukan secara *online* tanpa batasan tempat dan waktu serta dapat dilakukan dimana saja.³

Kemunculan *e-commerce* telah merevolusi cara konsumen dalam berinteraksi dengan dunia pasar. Platform *e-commerce* terbukti berhasil dalam menciptakan untuk menentukan pilihan dan aksesibilitas yang memungkinkan konsumen untuk menelusuri, membandingkan, dan membeli produk dan layanan dari mana saja dan kapan saja. Namun, kemudahan ini tentunya disertai dengan tantangan yang berdampak negatif pada kepercayaan dan keyakinan konsumen. Transaksi digital menimbulkan kekhawatiran terkait privasi data, pelanggaran keamanan, praktik penipuan, kualitas produk, dan sengketa lintas batas. Akibatnya, peran perlindungan konsumen di era digital telah menjadi subjek penyelidikan yang perlu di perhatikan lebih ketat.

Perlindungan konsumen dalam transaksi online di Indonesia sebenarnya sudah diatur oleh beberapa undang-undang, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik (UU ITE). UUPK dan UU ITE memberikan perlindungan hukum yang memadai bagi konsumen dalam melakukan transaksi jual beli barang melalui *e-commerce*. Beberapa aspek yang diatur dalam UUPK dan UU ITE meliputi hak-hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, serta mekanisme penyelesaian sengketa.⁴

Biasanya dalam transaksi jual beli secara *e-commerce* terdapat suatu perjanjian antara pelaku usaha dan konsumen. Jual beli merupakan salah satu jenis perjanjian yang diatur dalam KUHPerdata, sedangkan *e-commerce* pada dasarnya merupakan model transaksi jual beli secara modern yang mengimplikasikan teknologi sebagai media transaksi. Kehendak para pihak yang diwujudkan dalam kesepakatan menjadi dasar mengikatnya suatu perjanjian. Kehendak itu dapat dinyatakan dengan berbagai cara baik lisan maupun tertulis dan mengikat para pihak dengan segala akibat hukumnya.⁵ Meskipun sudah ada undang-undang yang mengatur masalah perdagangan secara *e-commerce*. Namun, terkadang pihak konsumen masih saja berada di dalam posisi yang lemah. Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen sering kali disebabkan karena tingkat pengetahuan hukum dan kesadaran konsumen akan haknya yang masih rendah, sehingga kondisi seperti ini dimanfaatkan pelaku usaha untuk meraup keuntungan sebesar-besarnya dengan tidak mengindahkan kewajiban-kewajiban yang sudah seharusnya melekat pada para pelaku usaha.

¹ Indonesia, *Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen*, UU No. 8 Tahun 1999, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821, pasal 1 angka 2.

² *Ibid*, Pasal 1 angka 3

³ Sugiharto. (2022). *Memfaatkan E-Commerce Dengan Benar*. Diakses melalui <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15814/Memanfaatkan-E-Commerce-Dengan-Benar.html>, pada 12 Maret 2024 Pukul 16.38 WIB. .

⁴ Irsan Rahman, Sahrul, Riezka Eka Mayasari, dkk. (2023). Hukum Perlindungan Konsumen di Era E-Commerce: Menavigasi Tantangan Perlindungan Konsumen dalam Lingkungan Perdagangan Digital. *Jurnal Hukum Dan HAM Wara Sains*, Vol.2, No. 8., hlm. 685.

⁵ Setia Putra. (2014). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce. *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 5, No. 2. hlm. 290.

Sebagai bahan kajian dalam penulisan makalah ini, penulis mengambil salah satu contoh kasus penipuan yang melibatkan *platform e-commerce* di Indonesia yakni Tokopedia dengan seorang pembeli bernama Anita Feng. Anita Feng dalam unggahan LinkedIn mengaku telah membayar sebanyak Rp 28,7 juta untuk pembelian genteng sejumlah 2.870 buah. Suatu ketika tepatnya pada tanggal 15 Februari 2023, muncul notifikasi Tokopedia di handphone-nya yang menyatakan bahwa barangnya sudah diterima, padahal ia mengaku belum menerima barang tersebut. Ia lantas mengajukan aduan ke *platform* Tokopedia. Namun, berselang sehari, aduan tidak berbalas dan uang sudah terlepas ke penjual yang ternyata masuk sebagai *Power Merchant* Tokopedia.⁶ Setelah ditelusuri lebih lanjut, ternyata penjual melakukan pengiriman barang dengan kurir yang tidak terhubung dengan sistem Tokopedia. Berdasarkan kejadian tersebut, maka terdapat hak-hak konsumen yang sudah dilanggar. Menurut pasal 4 UUPK, konsumen berhak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Sehingga, konsumen berhak mendapatkan kompensasi atau ganti rugi apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan.

Selain itu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang telah menyebutkan dengan jelas apa saja yang menjadi hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha. Hal tersebut merupakan bentuk dari perlindungan hukum terhadap konsumen karena hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha tersebut telah diakui oleh Undang-Undang sehingga apabila pelaku usaha tidak menjalankan kewajibannya yang merupakan hak konsumen, maka konsumen dapat menuntut pelaku usaha. Dalam transaksi e-commerce, salah satu kewajiban Online Retailer Provider adalah memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi barang, apabila kemudian barang yang diterima konsumen kondisinya tidak sesuai dengan informasi dari *Online Retailer Provider* Maka konsumen dapat menuntut haknya yaitu hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang.⁷

Prinsip tanggung jawab dalam hukum Indonesia didasarkan pada gagasan bahwa orang biasanya bertanggung jawab atas perbuatannya. Dalam kasus di mana seseorang melakukan kesalahan, dan kesalahan tersebut menyebabkan kerugian bagi orang lain, biasanya orang tersebut dianggap bertanggung jawab. Akan tetapi, asas praduga selalu berlaku, artinya penjual biasanya dianggap sebagai pihak yang bersalah kecuali mereka dapat membuktikan bahwa mereka tidak bersalah. Sebagai bentuk kepastian hukum dan tanggung jawab atas pengelolaan platform marketplace sudah semestinya ditentukan tanggung jawab hukum penyedia platform terhadap pembiaran pelanggaran yang terjadi.⁸

Maka dari itu, tanggung Jawab harus dipikul bagi seorang pelaku usaha diantaranya adalah: Tanggung Jawab Berdasarkan Kelalaian, Tanggung Jawab Wanprestasi, dan Tanggung Jawab Mutlak. Pelaku Usaha jangan hanya mencari keuntungan semata akan tetapi harus me manage resiko serta mampu mengatasi segala hal termasuk memikul ketiga tanggung jawab tersebut yang berkaitan langsung dengan konsumen. Merujuk pada ketentuan Pasal 1239 jo. Pasal 1243 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) diatur bahwa ganti kerugian terdiri dari tiga komponen yaitu biaya, rugi, dan bunga. Selain itu Tanggung berdasarkan kesalahan, berlaku hukum perdata dan hukum pidana. Dalam Hukum Perdata seseorang bisa dipertanggung jawabkan jika ada kesalahan, berdasarkan Pasal 1365 disebut dengan perbuatan melawan hukum.⁹

⁶ Yoga Sukmana. (2023). *Kasus Beli Genteng Rp 28,7 Juta di Tokopedia, Penjual Kirim Pakai Kurir di Luar Sistem*. Diakses melalui <https://money.kompas.com/read/2023/03/01/110000026/kasus-beli-genteng-rp-287-juta-di-tokopedia-penjual-kirim-pakai-kurir-di-luar?page=all>, pada 12 Maret 2024.

⁷ Alfid Setyawan, Bella Wijaya "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen" *Journal Of Judicial Review*, Vol.XIX No.2. 2017, hlm 56

⁸ Munawar Kholil Andreyan Nata Giantama, "Pertanggungjawaban Hukum Penyedia Platform Terhadap Barang Yang Melanggar Merek Dalam Marketplace," *Jurnal Privat Law* 8, no. 1 (2020): 21

⁹ Bimo Prasetyo dan Rizky Dwinanto, "Di Mana Pengaturan Kerugian Konsekuensial Dalam Hukum Indonesia?," *Hukumonline*, last modified 2011, <https://m.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt4da27259c45b9/di-mana-pengaturan-kerugian-konsekuensial-dalam-hukum-indonesia->, diakses pada 16 maret 2024

Kompensasi klien adalah tanggung jawab pelaku perusahaan yang melanggar kontrak atau terlibat dalam aktivitas yang dilarang saat menjalankan bisnis, sehingga menimbulkan kerugian bagi pelanggan. Pengembalian dana atau penukaran barang dan/atau layanan serupa dapat ditawarkan sebagai bentuk kompensasi. Berdasarkan hukum, konsumen haknya diperkuat oleh kepastian hukum. Tujuan dari kepastian hukum adalah agar pelaku usaha tidak berperilaku tidak rasional sehingga merugikan hak-hak konsumen. Pelaku usaha yang menyalahgunakan hak konsumen melalui e-commerce mencari perlindungan hukum, menuntut ganti rugi, dan jika ditemukan unsur ilegal, akan mengkriminalisasi pelaku usaha yang terlibat.

Dengan demikian dampak dari pesatnya kemajuan sektor-sektor, khususnya yang berhubungan dengan internet, tidak menjamin bahwa e-commerce akan bebas masalah di Indonesia. Salah satu permasalahannya adalah rendahnya kesadaran masyarakat terhadap undang-undang e-commerce, sehingga menyebabkan tingginya angka kejahatan penipuan dalam transaksi bisnis online, seperti kasus yang akan penulis gunakan dalam penelitian ini. Itulah mengapa Perlindungan Hukum sangat digaris bawahi pada perkembangan zaman yang sangat pesat, karena pada hakikatnya tujuan utama upaya perlindungan konsumen. memastikan bahwa konsumen dan perusahaan Saling membutuhkan antar satu sama lain. Perlindungan hukum hanyalah salah satu dari banyak aspek dari jenis jaminan sosial. Tujuan perlindungan hukum konsumen adalah untuk melindungi kepentingan orang-orang tersebut dalam kapasitasnya sebagai manusia yang mempunyai kekuasaan dan hak untuk melakukan tindakan yang memajukan kepentingan mereka.

METODE PENELITIAN

Dalam penulisan ini metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode yuridis normatif. Metode penelitian yuridis normatif adalah penelitian hukum yang berpusat pada sistem norma hukum termasuk asas, norma, kaidah, peraturan perundang-undangan, perjanjian, dan doktrin. Penulisan ini mengevaluasi permasalahan hukum dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan kasus (*case approach*). Pendekatan perundang-undangan adalah pendekatan yang melibatkan analisis terhadap peraturan hukum dan regulasi yang terkait dengan masalah hukum yang diteliti. Sementara pendekatan kasus adalah pendekatan yang memiliki tujuan untuk mempelajari dan memahami norma hukum yang dapat diterapkan melalui studi kasus yang terjadi di masyarakat.¹⁰

Sumber data yang digunakan oleh penulis yaitu data sekunder yang mencakup bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum primer yaitu peraturan perundang-undangan yang memiliki sangkut paut dengan perlindungan konsumen berupa Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Sedangkan bahan hukum sekunder merupakan bahan kedua yang hubungannya erat dengan bahan hukum primer dan dapat membantu dalam memahami dan memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer seperti buku, rancangan undang-undang, hasil-hasil penelitian terdahulu, atau pendapat pakar hukum yang memiliki relasi terkait *e-commerce* dan perlindungan konsumen di Indonesia. Teknik analisis yang digunakan adalah pendekatan analisis kualitatif. Data yang telah diperoleh akan disusun secara sistematis untuk mencari jawaban dan mendapatkan kesimpulan dengan cara menganalisis semua bahan hukum yang berkaitan dengan judul penulisan makalah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaturan Hukum di Indonesia Terhadap Perlindungan Konsumen dalam Bertransaksi Digital

Pengaturan hukum di Indonesia terhadap perlindungan konsumen dalam bertransaksi digital merupakan salah satu aspek dalam menciptakan sistem perlindungan hukum yang mengandung unsur kepastian hukum. Secara umum *e-commerce* dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan/perniagaan barang atau jasa (*trade of goods and service*) dengan menggunakan media

¹⁰ Soerjono Soekanto. (2003). *Penelitian Hukum Normatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. hlm. 13.

elektronik yang terhubung secara online yang dikenal dengan internet, kegiatan perniagaan tersebut merupakan bagian dari kegiatan bisnis.¹¹

Sebagaimana yang terjadi dalam perdagangan di dunia nyata, basis hukum utama untuk transaksi *e-commerce* adalah kontrak. Kontrak di sini menyangkut bisnis ke bisnis dan bisnis ke konsumen. Kontrak online di dalam transaksi internet memiliki beberapa variasi diantaranya adalah:¹²

- a. Kontrak pengembangan dan pengaturan jaringan elektronik (*website design and development contract*)
- a. Kontrak melalui chatting dan *video conference*
- b. Kontrak pengadaan pembayaran dengan kartu kredit
- c. Kontrak melalui email.

Sayangnya, praktik *e-commerce* yang terlihat semakin meningkat dengan pesat ini belum diiringi dengan pembentukan landasan hukum yang secara khusus mengatur *e-commerce* dan dapat digunakan sebagai pedoman untuk membangun kepastian hukum. Selain hal tersebut di atas, *e-commerce* memiliki berbagai manfaat bagi pelaku usaha, individu, dan masyarakat. Perusahaan diuntungkan dengan adanya *e-commerce* yang dapat memperluas pilihan pemasaran baik untuk pasar nasional maupun pasar dunia.

Sebelum mendalami substansi dari ketentuan-ketentuan UUPK, penting untuk terlebih dahulu memahami beberapa istilah yang sering digunakan di kalangan konsumen. Konsumen yang diperbincangkan dalam hal ini ialah setiap pengguna barang atau jasa untuk kebutuhan diri sendiri, keluarga atau rumah tangga, dan tidak untuk memproduksi barang/jasa lain atau memperdagangkannya kembali, adanya transaksi konsumen yang mana maksudnya ialah proses terjadinya peralihan pemilikan atau penikmatan barang atau jasa dari penyedia barang atau penyelenggara jasa kepada konsumen.¹³

Pasal 4 UUPK menyebutkan bahwa hak konsumen diantaranya; 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; hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; dll.

Di sisi lain, kewajiban bagi pelaku usaha sesuai Pasal 7 UUPK diantaranya; memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan; memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian, dll. Terlebih lagi pasal 8 UUPK menegaskan bahwa pelaku usaha dilarang untuk memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. Berdasarkan pasal tersebut, ketidaksesuaian spesifikasi barang yang Anda terima dengan barang tertera dalam iklan/foto penawaran barang merupakan bentuk pelanggaran/larangan bagi pelaku usaha dalam memperdagangkan barang.

Jadi, menurut Pasal 4 huruf h UUPK, konsumen berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Sementara itu, berdasarkan Pasal 7 huruf g UUPK, pelaku usaha wajib memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian. Apabila pelaku usaha tidak melaksanakan kewajibannya, pelaku usaha dapat dipidana berdasarkan Pasal 62 UUPK, yang berbunyi:¹⁴

“Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2) dan

¹¹ Munir Fuady., 2001, Hukum Kontrak: Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis, Buku Pertama, Citra Aditya Bakti. Jakarta. Hal. 34.

¹² Nandang Sutrisno., 2001, Cyberlaw: Problem Dan Prospek Pengaturan Aktifitas Internet, Dalam Jurnal Hukum Ius Quies Justum, No. 16 Vol. 8 Maret 2001., Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, Jakarta. Hal. 10-29

¹³ Az Nasution, Konsumen dan Hukum, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, hlm. 37.

¹⁴ Pasal 62 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah).”

Transaksi jual beli meskipun dilakukan secara online, tetap dianggap sebagai transaksi elektronik yang bertanggung jawab menurut UU ITE dan PP PSTE. Menurut Pasal 48 ayat (3) PP PSTE, kontrak elektronik harus mencakup hal-hal berikut: data para pihak; objek dan spesifikasi; persyaratan transaksi elektronik; harga dan biaya; tata cara pembatalan oleh para pihak; dan ketentuan yang memberikan hak kepada pihak yang dirugikan untuk mengembalikan barang dan/atau meminta produk pengganti jika terdapat cacat. Produk dengan cacat tersembunyi, serta pilihan undang-undang untuk penyelesaian transaksi elektronik.

Dalam kaitannya dengan perlindungan konsumen, Pasal 49 ayat (1) PP PSTE menegaskan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat-syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Pada ayat selanjutnya, lebih ditegaskan lagi bahwa pelaku usaha wajib memberikan informasi yang jelas mengenai penawaran kontrak atau iklan.

Pasal 49 ayat (3) PP PSTE secara tegas mengatur hal ini, yang menyatakan bahwa pelaku usaha harus memberikan batasan waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dipasok jika tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi. Selain kedua ketentuan di atas, jika barang yang diterima tidak sesuai dengan foto yang ada di iklan *online shop* (sebagai bentuk penawaran), kita dapat menggugat secara perdata pelaku usaha (dalam hal ini penjual) dengan dalih adanya kesalahan penafsiran atas transaksi jual beli yang Anda lakukan dengan penjual.

Seperti kasus yang penulis kaji ialah penipuan pemesanan genteng senilai Rp 28.700.000, yang terjadi di salah satu platform *e-commerce*, Tokopedia. Kasus ini ramai berawal dari unggahan seorang pembeli bernama Anita Feng yang mengaku belum menerima pesanan berupa genteng.¹⁵ Anita Feng menceritakan kronologi kejadiannya, karena ada kebutuhan pengadaan genteng untuk mengerjakan atap customernya, maka selaku customer Diamond Tokopedia, ia melakukan survey seller atau penjual di Tokopedia. ia pun sudah memilih *seller power merchant*, dengan pertimbangan *review* yang baik, history pembelian yang baik dan etalase yang lengkap. Kemudian pada 14 Februari 2023 Anita melakukan pembelian, ia memesan 2.870 genteng dengan total Rp 28.700.000. Kurir yang tersedia di akun Tokopedia hanya Gojek, dan tak tersedia alternatif kurir lainnya. Berdasar informasi dari penjual, Gojek akan mengantarkan invoice, bahkan kurir toko akan mengikuti bersama dengan Gojek.¹⁶

Pada 15 Februari 2023, saat ia melakukan pengecekan di Tokopedia, status sudah tiba, namun Anita belum menerima barang tersebut. Setelah itu, ia melakukan "*report complaint* barang belum terima". Lalu pada 16 Februari 2023, barang masih belum tiba dan status "masih pesanan dikomplain".¹⁷ Namun pada 17 Maret 2023 pagi, ketika di cek lagi, ternyata transaksi sudah *release* pembayaran ke penjual, bahkan terjadi sejak 16 Maret 2023 pukul 19.00 WIB.¹⁸

Kejanggalan mulai terjadi, dimana Tokopedia tidak memberikan tanda terimanya. Bahkan tanda terimanya hanya kertas hitam bertuliskan: "Ops, file tidak ada karena sudah lebih dari 1 bulan", padahal transaksi baru 2 hari. Maka dari itu Anita langsung melakukan complaint di Pusat Resolusi. Sayangnya pengaduan itu ditanggapi dengan lambat, berbelit-belit dan tidak ada solusi. Karena itu, Anita membuat surat terbuka di akun *Linkedin*-nya Anita Feng, ST, MM terkait kronologis uangnya yang lenyap, dan barang tidak datang.¹⁹

¹⁵ Alicia Diahwahyuningtyas. 2023, "Kronologi Kasus Pembeli Tak Menerima Pesanan Genteng Senilai Rp. 28,7 Juta di Tokopedia", dari <https://www.kompas.com/tren/read/2023/02/26/213000265/kronologi-kasus-pembeli-tak-menerima-pesanan-genteng-senilai-rp-287-juta-di?page=all>, diakses pada 16 Maret 2024, pukul 17.05 WIB.

¹⁶ Editor Solosae. 2023, "Viral! Anita Feng Tertipu Transaksi Genteng Senilai Rp 28,7 Juta di Aplikasi *E-Commerce*", dari https://solosae.com/viral-anita-feng-tertipu-transaksi-genteng-senilai-rp287-juta-di-aplikasi-e-commerce/#google_vignett, diakses pada 16 Maret 2024, pukul 17.12 WIB.

¹⁷ Alicia Diahwahyuningtyas, *Op.Cit.*

¹⁸ Editor Solosae, *Op.Cit.*

¹⁹ *Ibid.*

Bentuk Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen yang Mengalami Kerugian dalam Bertransaksi di *e-commerce* Tokopedia

Pada kasus yang diambil oleh Penulis yaitu kasus penipuan yang terjadi dalam toko *online* di mana penjual atau pelaku usaha merupakan toko yang menjual barang produksinya yang berada di bawah naungan *e-commerce* besar yaitu Tokopedia. Pelaku usaha tersebut merupakan salah satu dari ribuan toko pelapak yang sudah masuk dan terverifikasi untuk bisa menjual barang dagangannya di *platform e-commerce* Tokopedia.²⁰ Karena untuk seseorang ataupun sebuah perusahaan menjual barang dagangannya di dalam suatu *e-commerce* tentunya wajib melewati proses verifikasi sesuai SOP yang berlaku agar terdapat keterkaitan hukum dan tanggung jawab antara subjek yang ingin mendaftarkan dan juga penyedia *platform*. Namun, terdapat kelalaian yang dilakukan oleh pihak Tokopedia dan juga toko pelapak yang berada di dalam *platform* tersebut yang melakukan perbuatan melanggar hukum, yang berdasarkan penjelasan pada bab sebelumnya, dikatakan oleh Anita Feng sendiri bahwa dari pihak Tokopedia maupun toko pelapak yang menjual genteng tersebut tidak ada kejelasan dan juga jawaban terkait permasalahan yang menimpa konsumennya. Anita Feng menyatakan telah mengalami kerugian yang besar akibat penipuan yang terjadi ketika melakukan transaksi digital pada *platform* tersebut. Tentunya hal ini termasuk ke dalam perbuatan sengketa di mana hak-hak seorang konsumen telah dilanggar.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, disebutkan bahwa, “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”²¹ yang mana dari pengertian tersebut dapat dipahami jika seorang konsumen memiliki hak yang melekat pada dirinya untuk mendapatkan keadilan, kepastian, kenyamanan, dan keamanan. Adapun hak-hak yang dimiliki seorang konsumen diantaranya yakni: 1) Seorang konsumen memiliki hak untuk memperoleh keamanan (*The Right to Safety*); 2) Seorang konsumen juga berhak mendapatkan informasi (*The Right to be Informed*); 3) Seorang konsumen tentunya berhak memilih (*The Right to Choose*); dan 4) Seorang konsumen berhak untuk didengarkan (*Right to be Heard*). Jika dilihat dari keempat hak yang dimiliki konsumen dan dikaitkan dengan kasus penipuan yang terjadi pada Anita Feng, hak-hak yang dimiliki oleh Anita sudah dilanggar oleh pelaku usaha. Maka dari itu, seharusnya seorang pelaku usaha juga bisa memberikan pertanggungjawaban dan kepastian terhadap para konsumennya.

Bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap konsumen pada kasus ini, seharusnya tidak hanya dilakukan oleh toko pelapak yang melakukan penipuan saja, melainkan penyedia *platform* atau yang dalam kasus ini ialah Tokopedia juga turut dalam memberikan pertanggungjawaban. Seperti yang sudah dijelaskan, bahwa penyedia *platform* yang menyediakan tempat bagi para pelaku usaha untuk berjualan sudah terikat di awal dan tentunya penyedia *platform* memiliki tanggung jawab melekat bagi seluruh toko pelapak yang ada di dalam platformnya yang tidak bisa dilepas begitu saja. Hal tersebutlah yang dinamakan “*Strick Liability*”,²² yaitu tanggung jawab yang mutlak atas tindakan salah tanpa masalah kesalahan, maka dari itu, baik pelaku usaha maupun Tokopedia harus mengganti kerugian terhadap konsumennya. Prinsip *Strict Liability* juga merupakan bentuk prinsip tanggung jawab mutlak yang merupakan hasil akibat dari adanya perkembangan hukum, dimana prinsip ini menekankan pada tanggung jawab yang dibebankan kepada penjual, bukan konsumen. Karena prinsip ini dalam hukum perlindungan konsumen merupakan prinsip yang secara umum menjerat pelaku usaha, terutama produsen atas kerugian yang ditimbulkannya.²³ Selain itu, dalam kasus ini, terdapat pula prinsip *Vicarious Liability* yang berarti bahwa seseorang bertanggung jawab atas kerugian yang dialami orang lain yang berada dalam pengawasannya, karena posisi Tokopedia merupakan penyedia *platform*.²⁴ Dapat dilihat pada kasus Anita Feng bahwa barang yang dibeli olehnya tidak pernah

²⁰ *Ibid.*

²¹ Pasal 1 ayat 2, Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

²² Editor Solosae, *Op.Cit.*

²³ Zulham, S.Hi., M.Hum., (2013), “Hukum Perlindungan Konsumen”, Jakarta: kencana, hlm: 97.

²⁴ Kristania Montolalu, dkk, (2023), Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Tentang Kesalahan Pengiriman Pesanan Makanan Melalui Aplikasi Gojek, *Lex Administratum*, 11 (4), hlm: 6.

sampai ke tangannya, tetapi uangnya telah diterima oleh penjual, yang sampai saat ini diketahui bahwa ia belum menerima tanggung jawab ganti kerugian dari pihak penjual maupun Tokopedia.

Berdasarkan Pasal 19 UUPK tentang bentuk tanggung jawab yang dapat dipenuhi oleh seorang pelaku usaha yakni seorang pelaku usaha harus memberikan ganti rugi berupa pengembalian dana atau penggantian barang.²⁵ Jika dianalisis sesuai kasus yang terjadi terhadap Anita Feng, maka seharusnya yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha wajib mengganti atau mengembalikan uang konsumen (Anita Feng) kembali yang jumlahnya sebesar Rp 28,7 Juta, yang mana dalam hal ini ialah penjual genteng. Namun dalam kasus ini dikarenakan pelaku usaha tersebut dikatakan tidak adanya respon, maka Anita Feng menghubungi Tokopedia selaku penyedia *platform*, tetapi, dari pihak tokopedia pun juga tidak memberikan respon atau tanggapan akan hal yang menyebabkan kerugian besar bagi konsumennya. Dalam hal ini bisa dilihat bahwa Tokopedia sama sekali tidak berpihak kepada konsumennya untuk membantu menyelesaikan sengketa, yang mana dalam kasus ini dapat dibuktikan dalam penyelesaian masalah tersebut konsumen yang sama sekali tidak melakukan kesalahan justru dibebankan suatu kewajiban yang ditentukan diluar kontrak oleh pelaku usaha. Hal ini merupakan penyimpangan dalam prinsip pertanggungjawaban perlindungan konsumen, konsumen seharusnya mendapatkan penggantian yang setimpal akibat dari kesalahan yang dilakukan oleh pelaku usaha. Seharusnya pertanggungjawaban yang bisa dilakukan Tokopedia adalah untuk melindungi hak-hak dari konsumen maupun pelaku usaha. Pertanggungjawaban yang dapat dilakukan ialah secara keperdataan dilakukan dengan cara melakukan penggantian kerugian yang disebabkan akibat kesalahan daripada pelaku usahanya, penggantian berupa barang maupun uang, yang mana tujuan dari penggantian ini untuk mengembalikan keadaan semula sebelum terjadinya sengketa.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan diatas maka penulis menarik kesimpulan bahwa di Indonesia terkait perlindungan konsumen dalam transaksi digital mengacu pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen atau UUPK. Transaksi jual beli meskipun dilakukan secara online, tetap dianggap sebagai transaksi elektronik yang bertanggung jawab menurut UU ITE dan PP PSTE. Dalam kasus penipuan pemesanan genteng senilai Rp 28.700.000, yang terjadi di salah satu platform e-commerce di Tokopedia, terdapat kelalaian yang dilakukan oleh pihak Tokopedia dan juga toko pelapak yang berada di dalam platform tersebut yang melakukan perbuatan melanggar hukum. Sehingga hak hak yang dimiliki konsumen sebagaimana aturan dalam UUPK sudah dilanggar oleh pelaku usaha dan harus mempertanggungjawabkannya. Tanggung jawab terhadap konsumen dalam kasus ini tidak hanya terletak pada penjual yang melakukan penipuan, tetapi juga pada penyedia platform, dalam hal ini, Tokopedia. Namun, dalam hal ini Tokopedia tidak mendukung konsumennya dalam menyelesaikan perselisihan..

SARAN

Saran yang dapat penulis sampaikan adalah bagi pelaku usaha untuk mempunyai itikad baik dalam menyelesaikan perkara pada kejadian ini dan di harapkan instansi pemerintah agar lebih meningkatkan pengawasan kepada pelaku usaha yang melakukan penipuan agar dapat diberi sanksi yang memberi efek jera. Bagi pelaku penyedia platform E-commerce untuk bertanggung jawab dalam menyelesaikan perkara yang timbul akibat kelalaian penyedia platform, dan bagi konsumen untuk berhati hati dalam membeli barang dengan nominal yang banyak.

REFERENSI

Diahwahyuningtyas, Alicia. 2023. *Kronologi Kasus Pembeli Tak Menerima Pesanan Genteng Senilai Rp. 28,7 Juta di Tokopedia*, dari <https://www.kompas.com/tren/read/2023/02/26/213000265/kronologi-kasus-pembeli-tak-menerima-pesanan-genteng-senilai-rp-287-juta-di?page=all>, diakses pada 16 Maret 2024.

²⁵ Kristiyanti Celina Tri Siwi, (2018), "Hukum Perlindungan Konsumen", Jakarta: Sinar Grafika.

- Fuadi, Munir. 2001. *Hukum Kontrak: Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis. Buku Pertama*. Jakarta: Citra Aditya Bakti.
- Kholil A.N.T, Munawar. 2020. "Pertanggungjawaban Hukum Penyedia Platform Terhadap Barang Yang Melanggar Merek Dalam Marketplace". *Jurnal Privat Law*, Vol.8 (1).
- Montolalu, M. dkk. 2023. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Tentang Kesalahan Pengiriman Pesanan Makanan Melalui Aplikasi Gojek. *Lex Administratum*, Vol.11 (4).
- Nasution, Az. 1995. *Konsumen dan Hukum*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Prasetyo, Bimo dan Dwinanto, Rizky. 2011. "Di Mana Pengaturan Kerugian Konsekuensial Dalam Hukum Indonesia?," *Hukumonline*, <https://www.hukumonline.com/klinik/a/di-mana-pengaturan-kerugian-konsekuensial-dalam-hukum-indonesia--lt4da27259c45b9/> , diakses pada 16 maret 2024.
- Rahman, I., Mayasari, R. E., & Nurapriyanti, T. 2023. Hukum Perlindungan Konsumen di Era E-Commerce: Menavigasi Tantangan Perlindungan Konsumen dalam Lingkungan Perdagangan Digital. *Jurnal Hukum Dan HAM Wara Sains*, Vol. 2 (8).
- Setia, Putra. 2014. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce. *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 5 (2).
- Setyawan, Alfid. Wijaya, Bella. 2017. "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen". *Journal Of Judicial Review*, Vol.XIX (2).
- Siti, K. C. T. 2018. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Soekanto, Soerjono. 2003. *Penelitian Hukum Normatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Solosae, Editor. 2023. *Viral! Anita Feng Tertipu Transaksi Genteng Senilai Rp 28,7 Juta di Aplikasi E-Commerce*, dari https://solosae.com/viral-anita-feng-tertipu-transaksi-genteng-senilai-rp287-juta-di-aplikasi-e-commerce/#google_vignett , diakses pada 16 Maret 2024.
- Sugiharto. 2022. *Memfaatkan E-Commerce Dengan Benar*. Diakses melalui <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15814/Memanfaatkan-E-Commerce-Dengan-Benar.html>, pada 12 Maret 2024.
- Sukmana, Yoga. 2023. *Kasus Beli Genteng Rp 28,7 Juta di Tokopedia, Penjual Kirim Pakai Kurir di Luar Sistem*. Diakses melalui <https://money.kompas.com/read/2023/03/01/110000026/kasus-beli-genteng-rp-287-juta-di-tokopedia-penjual-kirim-pakai-kurir-di-luar?page=all>, pada 12 Maret 2024.
- Sutrisno, Nandang. 2001. "Cyberlaw: Problem dan Prospek Pengaturan Aktivitas Internet", dalam *Jurnal Hukum Ius Quies Justum*. No. 16 Vol. 8. Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, Jogjakarta.
- Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Zulham. 2013. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: kencana.