BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam sistem perdagangan di Indonesia. Transformasi digital mendorong lahirnya berbagai bentuk transaksi elektronik yang memungkinkan kegiatan jual beli dilakukan tanpa pertemuan fisik antara penjual dan pembeli. Fenomena ini semakin berkembang seiring meningkatnya penggunaan internet dan penggunaan perangkat elektronik oleh masyarakat. Perdagangan melalui sistem elektronik *(e-commerce)* kini menjadi salah satu sektor yang berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional.[1]

Dalam perkembangannya, bentuk perdagangan melalui sistem elektronik yang paling banyak digunakan saat ini adalah *marketplace. Marketplace* dapat dipahami sebagai sebuah sarana atau wadah berbasis digital yang berfungsi untuk mempertemukan pihak penjual dan pembeli dalam satu kesatuan sistem elektronik yang dikelola oleh badan usaha tertentu.[2] Melalui platform *marketplace* tersebut, para pelaku usaha memiliki ruang untuk memasarkan serta menawarkan barang dan/atau jasa kepada konsumen secara daring, sedangkan pihak pengelola platform berperan dalam menyediakan infrastruktur teknologi, sistem pembayaran, hingga prosedur penyelesaian sengketa yang bersifat internal. Kehadiran *marketplace* pada akhirnya

[1] Yuli, M. dan S. Aisah, 2025**, Perkembangan dan Tren E-Commerce di Indonesia, Jurnal Manajemen dan Bisnis Ekonomi**, Volume 3 Nomor 4, hlm. 131.

[2] Wulandari, B. T. dan P. P. Alam, 2018, **Tinjauan Yuridis Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Marketplace, Jurnal Paradigma Hukum Pembangunan**, Volume 3 Nomor 1, hlm. 3.

membawa perubahan yang cukup signifikan terhadap pola distribusi barang serta membentuk dinamika baru dalam hubungan hukum para pihak yang terlibat dalam transaksi elektronik. Perdagangan melalui sistem elektronik di Indonesia menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini tercermin dari tingginya aktivitas masyarakat dalam menggunakan platform *marketplace* untuk melakukan transaksi jual beli secara online. Berdasarkan laporan yang dipublikasikan oleh media ekonomi digital, sekitar 88,1% pengguna internet di Indonesia telah menggunakan layanan *e-commerce* untuk melakukan pembelian barang atau jasa, yang menunjukkan tingginya ketergantungan masyarakat terhadap transaksi digital.[3]

Walaupun transaksi melalui *marketplace* pada dasarnya menawarkan kemudahan serta efisiensi bagi para pihak, dalam pelaksanaannya masih sering ditemukan berbagai persoalan hukum yang menyertainya. Konsumen dalam praktik tidak jarang mengalami kerugian, mulai dari barang yang diterima tidak sesuai dengan informasi atau deskripsi yang ditampilkan, adanya cacat tersembunyi pada produk, keterlambatan dalam proses pengiriman, hingga risiko penyalahgunaan data pribadi konsumen. Situasi tersebut kemudian menimbulkan permasalahan hukum terkait penentuan pihak yang harus bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen. Dalam hal ini, muncul perdebatan apakah tanggung jawab sepenuhnya dibebankan kepada penjual sebagai pihak yang menawarkan barang dan/atau jasa,

[3] Compas.co.id, "**Data E-Commerce di Indonesia**", https://compas.co.id/article/data-e-commerce-di-indonesia/, diakses tanggal 20 Maret 2026, pukul 20.00 WITA.

ataukah pengelola *marketplace* sebagai penyedia dan pengendali sistem elektronik juga dapat dimintai pertanggungjawaban secara hukum.[4]

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi elektronik melalui *marketplace.* Wulandari dan Alam dalam penelitiannya menunjukkan bahwa dalam praktik transaksi jual beli melalui *marketplace* masih terdapat berbagai permasalahan, khususnya terkait dengan pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap kerugian yang dialami konsumen[5]. Permasalahan tersebut muncul karena dalam sistem *marketplace* terdapat lebih dari satu pihak yang terlibat, yaitu penjual sebagai penyedia barang atau jasa dan penyedia platform sebagai fasilitator transaksi. Kondisi ini menyebabkan ketidakjelasan mengenai pihak yang seharusnya bertanggung jawab apabila konsumen mengalami kerugian. Berdasarkan hal tersebut, dapat dipahami bahwa perkembangan *marketplace* telah menimbulkan dinamika baru dalam hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen dalam transaksi elektronik

Secara normatif, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Selanjutnya disebut dengan UUPK) mengatur mengenai hak dan kewajiban konsumen serta tanggung jawab pelaku usaha. Pasal 1 angka 3 UUPK mendefinisikan pelaku usaha sebagai setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum, yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik

[4] Gunadi, A., 2025, **Tanggung Jawab Marketplace Atas Kerugian Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce**, Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum, Volume 13 Nomor 9, hlm. 2120.

[5] Wulandari, B. T. dan P. P. Alam, *Loc.Cit*

Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Selain itu, Pasal 19 UUPK mengatur mengenai tanggung jawab pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi atas kerugian konsumen

Namun demikian, Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) disusun pada masa ketika bisnis berbasis *marketplace* belum berkembang seperti saat ini, sehingga ketentuan di dalamnya belum secara tegas dan jelas mengatur mengenai posisi dan peran *marketplace* dalam pelaksanaan transaksi elektronik. Keadaan tersebut kemudian memunculkan perdebatan dari sudut pandang yuridis, khususnya terkait apakah *marketplace* dapat dikategorikan sebagai pelaku usaha sebagaimana dimaksud dalam UUPK, atau justru hanya berperan sebagai pihak perantara *(intermediary)* yang sebatas menyediakan sarana komunikasi serta fasilitas transaksi antara penjual dan pembeli. Kekaburan norma ini berpotensi menimbulkan beragam penafsiran di kalangan praktisi maupun akademisi hukum, yang pada akhirnya dapat menyebabkan ketidakpastian hukum, terutama dalam menentukan sejauh mana batas tanggung jawab *marketplace* terhadap kerugian yang dialami oleh konsumen.[6]

Selain itu, kekaburan norma dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga dapat diidentifikasi secara konkret dalam beberapa ketentuan. Salah satunya terdapat pada Pasal 1 angka 3 yang mendefinisikan pelaku usaha secara umum tanpa memberikan batasan yang jelas mengenai kriteria pelaku usaha dalam sistem perdagangan modern berbasis digital.

[6] Izazi, F. S., P. Sajena, R. S. Kirana, dan K. Marsaulina, 2024, **Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik**, Leuser: Jurnal Hukum Nusantara, Volume 1 Nomor 2, hlm. 8.

Definisi tersebut belum mampu mengatur keberadaan *marketplace* sebagai pihak yang tidak secara langsung memproduksi atau memperdagangkan barang, namun memiliki peran strategis dalam memfasilitasi, mengendalikan, dan memperoleh keuntungan dari transaksi elektronik, Kekaburan norma juga terlihat dalam Pasal 7 dan Pasal 8 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang mengatur mengenai kewajiban dan larangan bagi pelaku usaha. Dalam konteks transaksi melalui *marketplace*, ketentuan tersebut tidak secara tegas menentukan pihak mana yang dibebani kewajiban hukum, apakah penjual sebagai penyedia barang atau jasa, ataukah pengelola *marketplace* sebagai penyedia platform. Kondisi ini menimbulkan ketidakjelasan dalam penerapan norma hukum, khususnya dalam menentukan subjek yang bertanggung jawab apabila terjadi kerugian konsumen.

Permasalahan ini menjadi penting untuk dikaji mengingat prinsip perlindungan konsumen bertujuan memberikan kepastian hukum dan rasa keadilan bagi konsumen sebagai pihak yang secara ekonomi berada pada posisi yang lebih lemah. Tanpa kejelasan mengenai kedudukan dan tanggung jawab *marketplace,* konsumen berpotensi mengalami kesulitan dalam menuntut haknya ketika terjadi kerugian dalam transaksi elektronik. Oleh karena itu, diperlukan analisis hukum secara normatif untuk menganalisis apakah *marketplace* dapat dikatagorikan sebagai pelaku usaha menurut UUPK serta bagaimana bentuk dan batas tanggung jawab hukumnya dalam transaksi elektronik.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini difokuskan pada kajian mengenai **tanggung jawab hukum *marketplace* sebagai pelaku usaha dalam transaksi elektronik ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan**

Konsumen, guna memberikan kejelasan konseptual dan kontribusi terhadap pengembangan hukum perlindungan konsumen di era digital pada saat ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas dapat di rumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaturan kedudukan *marketplace* sebagai pelaku usaha dalam transaksi elektronik menurut undang-undang perlindungan konsumen?
2. Bagaimana bentuk tanggung jawab hukum *marketplace* terhadap konsumen dalam transaksi elektronik berdasarkan undang-undang perlindungan konsumen?

1.3 Ruang Lingkup Masalah

Penelitian ini dibatasi pada pembahasan mengenai tanggung jawab hukum *marketplace* sebagai pelaku usaha dalam transaksi elektronik sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen**.** Penelitian ini memfokuskan kajian pada pengaturan kedudukan *marketplace* sebagai pelaku usaha serta bentuk dan batas tanggung jawab hukum *marketplace* terhadap konsumen dalam transaksi elektronik. Pembahasan diarahkan pada penafsiran norma hukum mengenai pelaku usaha, hak dan kewajiban konsumen, serta kewajiban pemberian ganti rugi oleh pelaku usaha, yang kemudian dikaitkan dengan praktik transaksi elektronik melalui platform *marketplace*.

Penelitian ini tidak membahas aspek teknis operasional *marketplace***,** model bisnis internal platform, maupun hubungan kontraktual secara rinci antara *marketplace* dan penjual**.** Selain itu, penelitian ini juga tidak meneliti faktor sosial, ekonomi, maupun perilaku konsumen, serta tidak menggunakan data empiris, studi

kasus, atau penyelesaian sengketa secara litigasi maupun non-litigasi, melainkan terbatas pada analisis normatif berdasarkan peraturan perundang-undangan dan literatur hukum yang relevan.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian meliputi tujuan umum dan tujuan khusus, yaitu sebagai berikut:

1.4.1 Tujuan umum

1. Untuk melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya pada bidang penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa.
2. Untuk perkembangan ilmu pengetahuan hukum.
3. Sebagai syarat menyelesaikan jenjang Pendidikan Strata 1 (S1) di Fakultas Hukum Universitas Mahasaraswati Denpasar.

1.4.2 Tujuan khusus

1. Untuk mengkaji dan menganalisis pengaturan kedudukan *marketplace* sebagai pelaku usaha dalam transaksi elektronik ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
2. Untuk menganalisis dan menjelaskan bentuk serta batas tanggung jawab hukum *marketplace* terhadap konsumen dalam transaksi elektronik berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

1.5 Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian hukum yuridis normatif. Penelitian ini berfokus pada pengkajian kaidah atau norma hukum positif yang berlaku, khususnya yang berkaitan dengan tanggung jawab hukum *marketplace* sebagai

pelaku usaha dalam transaksi elektronik berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

1.5.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah Penelitian hukum normatif, yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengkaji dan menganalisis norma-norma hukum yang tertuang dalam peraturan perundang-undangan serta doktrin hukum yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti [7].

Dalam penelitian ini, pendekatan hukum normatif digunakan untuk menganalisis ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berkaitan dengan kedudukan dan tanggung jawab *marketplace* dalam transaksi elektronik. Pemilihan metode ini didasarkan pada permasalahan yang dikaji dalam penelitian, yaitu adanya kekaburan norma dalam pengaturan perlindungan konsumen, khususnya terkait dengan posisi *marketplace* sebagai pelaku usaha. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menelaah, menafsirkan, dan memberikan argumentasi hukum terhadap norma-norma yang berlaku guna mencapai kepastian hukum dan perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik.

1.5.2 Jenis Pendekatan

Penelitian ini menggunakan beberapa pendekatan dalam kerangka penelitian hukum normatif guna memperoleh analisis yang menyeluruh, tajam, dan mendalam terhadap permasalahan yang dikaji. Pertama, penelitian ini

[7] I Gusti Ketut Ariawan, 2013, **"Metode Penelitian Hukum Normatif"**, Kertha Widya Jurnal Hukum, Volume 1 Nomor 1, hlm. 26–27.

menggunakan pendekatan perundang-undangan *(statute approach)*, yaitu dengan menelaah berbagai peraturan perundang-undangan yang memiliki kekuatan hukum mengikat dalam mengatur perlindungan konsumen dan transaksi elektronik. Dalam konteks ini, peneliti memfokuskan kajian pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta peraturan perundang-undangan lain yang berkaitan dengan penyelenggaraan transaksi elektronik dan tanggung jawab pelaku usaha, guna mengetahui pengaturan normatif mengenai kedudukan dan tanggung jawab *marketplace* sebagai pelaku usaha.[8]

Kedua, penelitian ini menggunakan pendekatan konseptual *(conceptual approach)* yang beranjak dari pandangan, doktrin, serta teori-teori yang berkembang dalam ilmu hukum.[9] Pendekatan ini menjadi penting karena penelitian ini memerlukan pemahaman mendalam terhadap konsep-konsep dasar, seperti pengertian pelaku usaha, tanggung jawab hukum, perlindungan konsumen, serta peran *marketplace* dalam transaksi elektronik, baik sebagai pelaku usaha maupun sebagai pihak perantara. Melalui pendekatan konseptual ini, peneliti membangun kerangka berpikir yang sistematis untuk menafsirkan norma hukum yang belum diatur secara tegas dalam peraturan perundang-undangan, sehingga dapat memberikan kepastian hukum dan keadilan bagi konsumen.

Terakhir, penelitian ini menggunakan pendekatan perbandingan (*comparative approach*).[10] Pendekatan ini dilakukan dengan membandingkan

---

[8] Hamdhani, A. F. dan F. Fajrianto, 2024**, Relevansi Penerapan Metode Omnibus Law dalam Sistem Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia**, Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial, Volume 5 Nomor 1, hlm. 31.

[9] Soekanto, S. dan S. Mamudji, 2015, ***Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*,** Jakarta: Rajawali Pers, hlm. 14.

[10] Ibrahim, J., 2006, **Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif***,* Malang: Bayumedia *Publishing*, hlm. 313.

pengaturan mengenai perlindungan konsumen dan tanggung jawab *marketplace* dalam transaksi elektronik di Indonesia dengan pengaturan serupa di beberapa negara lain atau instrumen hukum internasional yang relevan. Melalui pendekatan perbandingan ini, peneliti berupaya memperoleh gambaran mengenai pola pengaturan yang ideal serta praktik normatif yang dapat dijadikan rujukan dalam memperkuat perlindungan konsumen dan memperjelas kedudukan hukum *marketplace* sebagai pelaku usaha dalam transaksi elektronik.

1.5.3 Sumber Bahan Hukum

1. Bahan Hukum Pimer

Bahan hukum primer merupakan dasar utama dalam penelitian hukum normatif ini yang meliputi peraturan perundang-undangan dan dokumen hukum resmi yang memiliki kekuatan hukum mengikat. Bahan hukum primer digunakan untuk menganalisis secara normatif kedudukan dan tanggung jawab hukum *marketplace* sebagai pelaku usaha dalam transaksi elektronik berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.[11]

Pada tingkat hukum nasional, penelitian ini mengacu pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebagai landasan utama dalam mengkaji hak dan kewajiban konsumen serta tanggung jawab pelaku usaha, khususnya terkait definisi pelaku usaha dan kewajiban pemberian ganti rugi atas kerugian konsumen. Selain itu, penelitian ini juga merujuk pada Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016, yang digunakan untuk

[11] Ulung, U. dan M. Muspawi, 2024, **Memahami Sumber Data Penelitian: Primer, Sekunder, dan Tersier**, Edu *Research*, Volume 5 Nomor 3, hlm. 110.

memahami peran serta tanggung jawab penyelenggara sistem elektronik dalam transaksi berbasis digital.

Sebagai pelengkap, penelitian ini menggunakan peraturan pelaksana yang berkaitan langsung dengan perdagangan melalui sistem elektronik, antara lain Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik serta Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Melalui pengkajian terhadap keseluruhan bahan hukum primer tersebut, penelitian ini melakukan penafsiran dan sinkronisasi norma guna mengidentifikasi kejelasan pengaturan serta batas tanggung jawab hukum *marketplace* terhadap konsumen dalam transaksi elektronik

2. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder merupakan bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, seperti pendapat para ahli, doktrin, literatur hukum, jurnal ilmiah, serta hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan permasalahan yang dikaji[12]. Dalam penelitian ini, bahan hukum sekunder digunakan untuk memperkuat analisis terhadap pengaturan tanggung jawab hukum marketplace sebagai pelaku usaha dalam transaksi elektronik, serta untuk memahami konsep-konsep hukum seperti pelaku usaha, tanggung jawab hukum, dan perlindungan konsumen. Selain itu, bahan hukum sekunder juga digunakan untuk mengkaji dan mengidentifikasi adanya kekaburan norma maupun kekosongan norma dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Salah satu contoh bahan hukum sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah jurnal ilmiah karya Wulandari dan Alam yang membahas mengenai

[12] Soekanto, S. dan S. Mamudji, *Loc.Cit*

perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi elektronik melalui marketplace. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan literatur berupa buku hukum, salah satunya karya Ahmadi Miru yang mengkaji hukum perlindungan konsumen, khususnya terkait hak dan kewajiban pelaku usaha serta tanggung jawab hukum terhadap konsumen[13].

3. Bahan Hukum Tersier

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan bahan hukum tersier sebagai sarana penunjang yang berfungsi memberikan penjelasan dan pemahaman terhadap bahan hukum primer dan sekunder[14]. Bahan hukum tersier meliputi Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Kamus Hukum, serta ensiklopedia hukum yang relevan untuk memperoleh definisi yang akurat terhadap istilah-istilah hukum teknis. Melalui integrasi bahan hukum primer, sekunder, dan tersier, penelitian ini diharapkan mampu membangun argumentasi yuridis yang sistematis dan mendalam mengenai tanggung jawab hukum *marketplace* sebagai pelaku usaha dalam transaksi elektronik ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

1.5.4. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan dengan mengidentifikasi dan menginventarisasi bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier yang relevan dengan pengaturan tanggung jawab hukum *marketplace* sebagai pelaku usaha dalam transaksi elektronik serta prinsip-prinsip perlindungan konsumen. Selanjutnya, bahan-bahan hukum tersebut dibaca secara cermat, dicatat, dan

[13] Ahmadi Miru, 2013, **Hukum Perlindungan Konsumen**, RajaGrafindo Persada, Jakarta, hlm. 45.

[14] Marzuki, P. M., 2016, ***Penelitian Hukum*,** Jakarta: Kencana, hlm. 181.

diklasifikasikan sesuai dengan pokok permasalahan penelitian, khususnya yang berkaitan dengan kedudukan *marketplace* dalam sistem perdagangan elektronik dan batas tanggung jawabnya terhadap konsumen..

Dalam proses pengumpulan bahan hukum, penulis menelaah hubungan antara norma hukum yang satu dengan norma hukum lainnya, terutama yang terdapat dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016. Penelaahan tersebut dilakukan untuk mengetahui sinkronisasi, kesesuaian, maupun kemungkinan adanya kekaburan norma dalam pengaturan mengenai tanggung jawab *marketplace* dalam transaksi elektronik.

Dengan teknik pengumpulan bahan hukum tersebut, diharapkan penulis dapat memperoleh dasar hukum dan argumentasi yuridis yang kuat dalam menganalisis tanggung jawab hukum *marketplace* sebagai pelaku usaha secara sistematis, logis, dan komprehensif berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan peraturan terkait transaksi elektronik..

1.5.5. Teknik Analisa Bahan Hukum

Teknik analisis bahan hukum dalam penelitian hukum normatif ini menggunakan teknik sistematisasi. Teknik sistematisasi dilakukan dengan cara menyusun dan mengkaji keterkaitan antara norma-norma hukum yang mengatur tanggung jawab pelaku usaha dengan ketentuan yang mengatur transaksi elektronik dan penyelenggaraan sistem elektronik. Melalui teknik ini, penulis berupaya mencari hubungan dan kesesuaian antara peraturan perundang-undangan yang relevan,

khususnya antara Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016.

Teknik sistematisasi juga digunakan untuk melihat apakah pengaturan mengenai tanggung jawab *marketplace* dalam transaksi elektronik telah tersusun secara selaras dalam sistem hukum nasional, khususnya dalam kaitannya dengan perlindungan konsumen dan kepastian hukum dalam perdagangan melalui sistem elektronik. Melalui analisis tersebut, penulis melihat apakah terdapat kesesuaian, perbedaan, atau kekaburan pengaturan mengenai kedudukan *marketplace* sebagai pelaku usaha. Dengan cara ini, penelitian dapat menjawab secara jelas dan terarah mengenai batas tanggung jawab hukum *marketplace* terhadap konsumen dalam transaksi elektronik.

1.6. Sistematika Penulisan

1.6.1. BAB I : PENDAHULUAN

Sistematika penulisan pada Bab I yaitu terdapat bagian pendahuluaan dari skripsi ini yang meliputi latar belakang masalah, di dalam penelitian ini juga mengangkat 2 rumusan masalah yang di dapatkan dari latar belakang kemudian di dalam bab ini terdapat tujuan dari penulisan dan juga metode yang digunakan dalam melakukan penelitian ini serta di jelaskan juga sistematika penulisan di setiap babnya.

1.6.2. BAB II: KAJIAN TEORITIS

Sistematika penulisan pada Bab II membahas terkait dengan kajian teoritis yang akan digunakan sebagai dasar dalam pembahasan rumusan masalah pada penelitian ini. Kajian teoritis ini meliputi

teori, asas, dan konsep hukum yang relevan dengan tanggung jawab hukum marketplace sebagai pelaku usaha dalam transaksi elektronik ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Hal ini digunakan sebagai alat atau pedoman yang digunakan untuk membahas permasalahan hukum sebagaimana ditentukan dalam rumusan masalah.

1.6.3. BAB III: Pengaturan Kedudukan *Marketplace* Sebagai Pelaku Usaha Dalam Transaksi Elektronik Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Pada BAB III ini akan difokuskan pada pengaturan kedudukan marketplace sebagai pelaku usaha dalam transaksi elektronik menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Analisis dilakukan dengan menelaah definisi pelaku usaha serta ketentuan mengenai hak dan kewajiban pelaku usaha yang diatur dalam undang-undang tersebut. Selanjutnya, akan dikaji apakah marketplace memenuhi unsur sebagai pelaku usaha atau hanya berperan sebagai perantara dalam transaksi elektronik. Melalui penafsiran norma yang ada, pembahasan ini bertujuan untuk memperoleh kejelasan mengenai posisi hukum marketplace dalam sistem perdagangan elektronik.

1.6.4. BAB IV: Bentuk Tanggung Jawab Hukum *Marketplace* Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Elektronik Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Pada BAB IV ini akan difokuskan pada bentuk dan batas tanggung jawab hukum marketplace terhadap konsumen dalam transaksi elektronik berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Analisis dilakukan dengan menelaah ketentuan mengenai tanggung jawab pelaku usaha, khususnya kewajiban pemberian ganti rugi atas kerugian yang dialami konsumen. Selanjutnya, akan dikaji sejauh mana marketplace dapat dimintai pertanggungjawaban hukum atas kerugian yang timbul dalam transaksi elektronik serta batas tanggung jawabnya sebagai penyedia platform. Pembahasan ini bertujuan untuk memberikan kejelasan mengenai perlindungan hukum bagi konsumen dalam penggunaan marketplace.

1.6.5. BAB V: PENUTUP

Pada BAB V yang menjadi bab akhir dalam penyusunan penulisan ini, yang akan merangkum secara rinci dan singkat mengenai pembahasan yang dibahas pada bab sebelumnya dengan memberikan simpulan dan saran terkait pembahasan permasalahan tersebut.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Teori Perjenjangan Norma

Teori perjenjangan norma merupakan salah satu teori fundamental dalam ilmu hukum yang digunakan untuk memahami struktur dan susunan norma dalam suatu sistem hukum. Teori ini menjelaskan bahwa norma hukum tersusun secara bertingkat dan berlapis, di mana norma yang lebih rendah harus bersumber serta tidak boleh bertentangan dengan norma yang lebih tinggi. Dengan demikian, keberlakuan suatu norma hukum sangat bergantung pada norma yang berada di atasnya dalam suatu hierarki tertentu.

Dalam buku Hans Kelsen "*General Theory of Law and State*" terjemahan dari teori umum tentang hukum dan negara yang diuraikan oleh Jimly Assihiddiqie dengan judul Teori Hans Kelsen tentang hukum antara lain bahwa. Analisis hukum, yang mengungkapkan karakter dinamis dari sistem norma dan fungsi norma dasar, juga mengungkapkan suatu kekhasan lebih lanjut dari hukum: hukum mengatur pembentukannya sendiri karena suatu norma hukum menentukan cara untuk membuat norma hukum yang lain, dan juga sampai derajat tertentu, menentukan isi dari norma yang lainnya itu.[15] Karena, norma hukum yang satu valid lantaran dibuat dengan cara yang ditentukan oleh suatu norma hukum yang lain, dan norma hukum yang lain ini menjadi landasan validitas dari norma hukum yang disebut pertama.

[15] Jimly Asshiddiqie, 2006, **Teori Hans Kelsen tentang Hukum**, Konstitusi Press, Jakarta, hlm. 20–25.

Menurut Hans Kelsen, norma itu berjenjang berlapis-lapis dalam suatu susunan hierarki. Pengertiannya, norma hukum yang dibawah berlaku, bersumber, dan berdasar dari norma yang lebih tinggi, dan norma lebih tinggi juga bersumber dan berdasar dari norma yang lebih tinggi lagi begitu seterusnya sampai berhenti pada suatu norma tertinggi yang disebut sebagai Norma Dasar (*Grundnorm*) dan masih menurut Hans Kelsen termasuk dalam sistem norma yang dinamis. Oleh sebab itu, hukum selalu dibentuk dan dihapus oleh lembaga-lembaga otoritas-otoritasnya yang berwenang membentuknya, berdasarkan norma yang lebih tinggi, sehingga norma yang lebih rendah (*Inferior*) dapat dibentuk berdasarkan norma yang lebih tinggi (*superior*), pada akhirnya hukum menjadi berjenjang-jenjang dan berlapis-lapis membentuk suatu Hierarki.[16]

Istilah norma berasal dari bahasa latin, atau kaidah dalam bahasa arab dan sering juga disebut pedoman,patokan, atau aturan dalam bahasa indonesia mula-mula diartikan dengan siku-siku, yaitu garis tegak lurus yang menjadi ukuran atau patokan untuk membentuk sudut atau garis yang dikehendaki. dalam perkembangan, norma itu diartikan sebagai ukuran atau patokan bagi seseorang dalam bertindak atau bertingka laku dalam masyarakat jadi, norma adalah segala peraturan yang harus dipatuhi.[17] Uraian tersebut di atas menunjukkan bahwa:

1. Norma membentuk norma dan norma yang menjadi dasar pembentukan norma lebih tinggi dari pada norma yang dibentuk seterusnya sampai pada norma yang paling rinci.
2. Dalam kehidupan bernegara dimulai dari,
   a. Konstitusi.

[16] Aziz Syamsuddin, 2011, **Proses dan Teknik Penyusunan Undang-Undang,** Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 14–15.

[17] Maria Farida Indrati, 1998, **Ilmu Perundang-undangan**, Disarikan dari Perkuliahan Hamid S. Attamimi, Kanisius, Yogyakarta, hlm. 6.

b. kemudian norma hukum yang dibentuk atas dasar konstitusi
c. Selanjutnya hukum yang substantif atau materil dan seterusnya

Karena norma membentuk norma, maka norma yang dibentuk dari norma dasar yang membentuknya, tidak boleh bertentang dengan norma dasar pembentukannya. Dengan kata lain bahwa ketentuan Perundang-undangan yang ditetapkan oleh suatu negara maka ketentuan yang lebih rendah tidak boleh bertentangan ddengan ketentuan yang lebih tinggi.

Teori ini kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh Hans Nawiasky yang menjelaskan bahwa norma hukum dalam suatu negara tersusun dalam beberapa tingkatan. Dalam pandangan ini, norma hukum dibedakan menjadi norma fundamental negara (*staatsfundamentalnorm*), aturan dasar negara (*staatsgrundgesetz*), undang-undang formal (*formell gesetz*), serta peraturan pelaksana (*verordnung* dan *autonome satzung*).[18] Pembagian tersebut menunjukkan bahwa setiap norma hukum memiliki kedudukan yang berbeda dalam suatu sistem hukum, sehingga norma yang lebih rendah harus bersumber dan tidak boleh bertentangan dengan norma yang lebih tinggi. Dengan adanya struktur yang berjenjang ini, maka tercipta suatu sistem hukum yang teratur dan sistematis dalam suatu negara.[19] Pembagian ini penting untuk memahami kedudukan suatu peraturan perundang-undangan dalam sistem hukum, termasuk dalam menilai posisi Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam hierarki hukum di Indonesia.

[18] Maria Farida Indrati S., 2007, **Ilmu Perundang-Undangan: Jenis, Fungsi, dan Materi Muatan**, Kanisius, Yogyakarta, hlm. 41.

[19] Ni'matul Huda, 2011, "**Kedudukan Peraturan Daerah dalam Hierarki Peraturan Perundang-undangan di Indonesia**", Jurnal Hukum Ius Quia Iustum, Universitas Islam Indonesia, Volume 18 Nomor 3, hlm. 375.

Penggunaan teori perjenjangan norma dalam penelitian ini berfungsi sebagai pisau analisis untuk mengkaji adanya kekaburan norma dalam pengaturan tanggung jawab *marketplace* sebagai pelaku usaha dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Melalui teori ini, dapat dianalisis apakah pengaturan yang ada telah selaras dengan peraturan lain yang mengatur transaksi elektronik, serta untuk menilai konsistensi dan kesesuaian norma dalam sistem hukum yang berlaku.

Dengan demikian, teori perjenjangan norma digunakan dalam penelitian ini sebagai pisau analisis untuk mengkaji kemungkinan adanya disharmoni atau kekaburan norma dalam pengaturan tanggung jawab *marketplace* sebagai pelaku usaha, serta untuk menilai kesesuaian pengaturan tersebut dengan sistem hukum yang berlaku.

2.1.2. Teori Tanggung Jawab

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia tanggung jawab adalah kewajiban menanggung segala sesuatunya bila terjadi apa-apa boleh dituntut, dipersalahkan, dan diperkarakan. Dalam kamus hukum, tanggung jawab adalah suatu keseharusan bagi seseorang untuk melaksanakan apa yang telah diwajibkan kepadanya.[20] Menurut Hans Kelsen dalam teorinya tentang tanggung jawab hukum menyatakan bahwa "seseorang bertanggung jawab secara hukum atas suatu perbuatan tertentu atau bahwa dia memikul tanggung jawab hukum, subyek berarti bahwa dia bertanggung jawab atas suatu sanksi dalam hal perbuatan yang bertentangan.[21] Selanjutnya menurut Titik Triwulan pertanggungjawaban harus mempunyai dasar, yaitu hal yang

[20] Andi Hamzah, 2019, **Kamus Hukum, Ghalia Indonesia**, Jakarta, hlm. 10.

[21] Hans Kelsen, 2007, ***General Theory of Law and State, Teori Umum Hukum dan Negara, Dasar-Dasar Ilmu Hukum Normatif Sebagai Ilmu Hukum Deskriptif Empirik***, Terjemahan Somardi, BEE Media Indonesia, Jakarta, hlm. 81.

menyebabkan timbulnya hak hukum bagi seorang untuk menuntut orang lain sekaligus berupa hal yang melahirkan kewajiban hukum orang lain untuk memberi pertanggungjawabannya[22].

Menurut teori Strict Liability, seseorang dapat dimintai pertanggungjawaban atas perbuatan tertentu meskipun ia tidak bersalah namun tetap terlibat dalam kejahatan tersebut. Singkatnya, seseorang akan dimintai tanggung jawab apabila melakukan suatu perbuatan yang melanggar hukum namun pertanggungjawaban juga dapat dilakukan terhadap seseorang yang tidak melakukan pelanggaran namun terlibat didalamnya. Dengan kata lain, jika seseorang tidak bersalah, maka ia tidak dapat dimintai pertanggungjawaban dan dihukum. Pada hakikatnya pertanggungjawaban merupakan suatu mekanisme yang diciptakan oleh hukum untuk memenuhi kesepakatan untuk menolak perbuatan tertentu.kesepakatan ini dapat berupa aturan tertulis maupun tidak tertulis yang muncul dan berkembang di masyarakat.[23]

Menurut Abdulkadir Muhammad teori tanggung jawab dalam perbuatan melanggar hukum (*tort liability*) dibagi menjadi beberapa teori, yaitu:

a. Tanggung jawab akibat perbuatan melanggar hukum yang dilakukan dengan sengaja *(intentional tort liability)*, tergugat harus sudah melakukan perbuatan sedemikian rupa sehingga merugikan penggugat atau mengetahui bahwa apa yang dilakukan tergugat akan mengakibatkan kerugian.
b. Tanggung jawab akibat perbuatan melanggar hukum yang dilakukan karena kelalaian *(negligence tort liability)*, didasarkan pada konsep kesalahan *(concept*

[22] Titik Triwulan dan Shinta Febrian, 2010, P**erlindungan Hukum bagi Pasien, Prestasi Pustaka**, Jakarta, hlm. 48.

[23] Chairul Huda, 2011, **Dari Tiada Pidana Tanpa Kesalahan Menuju kepada Tiada Pertanggungjawaban Pidana Tanpa Kesalahan**, Kencana, Jakarta, hlm. 71.

of fault) yang berkaitan dengan moral dan hukum yang sudah bercampur baur *(interminglend*).

c. Tanggung jawab mutlak akibat perbuatan melanggar hukum tanpa mempersoalkan kesalahan *(strick liability),* didasarkan pada perbuatannya baik secara sengaja maupun tidak sengaja, artinya meskipun bukan kesalahannya tetap bertanggung jawab atas kerugian yang timbul akibat perbuatannya.[24]

Ketiga bentuk tanggung jawab tersebut memiliki peranan penting dalam menentukan sejauh mana seseorang atau pelaku usaha dapat dimintai pertanggungjawaban atas kerugian yang dialami oleh pihak lain. Dalam praktiknya, penerapan bentuk tanggung jawab tersebut disesuaikan dengan karakteristik hubungan hukum serta ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Dalam konteks perlindungan konsumen, tanggung jawab pelaku usaha diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menegaskan bahwa pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi atas kerugian yang dialami konsumen akibat penggunaan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Ketentuan ini menunjukkan bahwa pelaku usaha memiliki tanggung jawab hukum untuk menjamin keamanan, kenyamanan, dan keselamatan konsumen. Dalam perkembangan transaksi elektronik, tanggung jawab hukum menjadi semakin kompleks karena melibatkan berbagai pihak, termasuk pelaku usaha dan platform *marketplace* sebagai perantara. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bentuk tanggung jawab yang dapat dibebankan kepada pelaku usaha dalam sistem elektronik, baik berdasarkan kesalahan, kelalaian, maupun tanggung jawab mutlak.

[24] Abdulkadir Muhammad, 2010, **Hukum Perusahaan Indonesia**, Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm. 503.

Dalam penelitian ini, teori tanggung jawab digunakan untuk menganalisis bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha dalam kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik, khususnya dalam kaitannya dengan perlindungan konsumen. Melalui teori ini, dapat dikaji sejauh mana pelaku usaha maupun *marketplace* dapat dimintai pertanggungjawaban atas kerugian yang dialami oleh konsumen.

2.2. Landasan Konseptual

2.2.1. Konsep *Marketplace*

Marketplace merupakan suatu bentuk perdagangan melalui sistem elektronik yang mempertemukan penjual dan pembeli dalam satu platform digital untuk melakukan transaksi jual beli barang dan/atau jasa secara *online*.[25] Dalam perkembangan teknologi informasi, *marketplace* menjadi salah satu sarana utama dalam aktivitas perdagangan karena memberikan kemudahan akses bagi para pihak tanpa harus bertemu secara langsung.

Dalam kajian akademik, *marketplace* dipahami sebagai sistem pasar digital yang memungkinkan terjadinya interaksi antara penjual dan pembeli melalui media internet. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ni Putu Suci Meinarni dan Emmy Febriani Thalib, *marketplace* merupakan bagian dari sistem pemasaran digital yang memfasilitasi transaksi antara para pihak di dunia maya, sehingga menimbulkan hubungan hukum tidak hanya antara penjual dan pembeli, tetapi juga dengan penyedia platform *marketplace* itu sendiri.[26]

---

[25] Dyah Ochtorina Susanti, 2022, ***The Electronic Market (Marketplace) on Electronic Trade (E-Commerce) in* Indonesia**, Jurnal Notariil, Fakultas Hukum Universitas Warmadewa, Volume 7 Nomor 1, hlm. 24–25

[26] Ni Putu Suci Meinarni dan Emmy Febriani Thalib, 2019, **Tinjauan Yuridis Mengenai *Marketplace***…, Jurnal IUS Kajian Hukum dan Keadilan, Fakultas Hukum Universitas Mataram, Volume 7 Nomor 3, hlm. 194–196.

Marketplace tidak hanya berfungsi sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli, tetapi juga menyediakan berbagai fitur pendukung seperti sistem pembayaran, pengiriman barang, serta mekanisme penyelesaian sengketa. Hal ini menunjukkan bahwa *marketplace* memiliki peran yang lebih luas sebagai perantara dalam transaksi elektronik yang mampu memberikan kemudahan, efisiensi, serta jangkauan pasar yang lebih luas bagi pelaku usaha.

Dalam perspektif hukum, *marketplace* merupakan bagian dari penyelenggara sistem elektronik yang memiliki kewajiban untuk menyelenggarakan sistem yang andal dan aman serta bertanggung jawab terhadap penyelenggaraan sistem elektronik yang dikelolanya. Oleh karena itu, keberadaan *marketplace* tidak hanya dipandang sebagai perantara dalam transaksi jual beli, tetapi juga sebagai subjek hukum yang memiliki tanggung jawab tertentu dalam menjamin perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik.

Dalam penelitian ini, *marketplace* dipahami sebagai perantara dalam transaksi elektronik yang memiliki peran strategis sekaligus potensi tanggung jawab hukum terhadap kerugian yang dialami konsumen. Dengan demikian, penting untuk mengkaji lebih lanjut mengenai kedudukan dan tanggung jawab *marketplace* dalam sistem hukum di Indonesia.

2.2.2. Konsep Pelaku Usaha

Pelaku usaha merupakan pihak yang melakukan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi dan memiliki peran penting dalam kegiatan perdagangan. Berdasarkan Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha adalah "setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik berbadan hukum maupun bukan berbadan 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."

pelaku usaha dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen memiliki cakupan yang sangat luas. Istilah ini tidak hanya merujuk pada pihak produsen atau pabrikan, tetapi juga mencakup distributor beserta seluruh jaringannya, termasuk pula pihak importir.

Sementara itu ruang lingkup yang diberikan Sarjana Ekonomi yang tergabung dalam Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI) mengenai pelaku usaha adalah sebagai berikut:

1. Investor, yaitu pelaku usaha penyedia dana untuk membiayai berbagai kepentingan seperti perbankan, usaha leasing, tengkulak, penyedia dana dan lain sebagainya.
2. Produsen, yaitu pelaku usaha yang membuat, memproduksi barang dan/atau jasa dari barang-barang dan atau jasa lain (bahan baku, bahan tambahan/penolong dan bahan-bahan lainnya). Pelaku usaha dalam kategori ini dapat terdiri dari orang/badan usaha yang berkaitan dengan pangan, orang/badan yang memproduksi sandang, orang/badan usaha yang berkaitan dengan pembuatan perumahan, orang/badan yang berkaitan dengan jasa angkutan ,perasuransian, perbankan, orang/badan yang berkaitan dengan obat-obatan, kesehatan dan sebagainya.
3. Distributor, yaitu pelaku usaha yang mendistribusikan atau memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut kepada masyarakat. Pelaku usaha pada kategori ini misalnya pedagang retail, pedagang kaki lima,

warung, toko, supermarket, rumah sakit, usaha angkutan (darat, laut, udara), kantor pengacara, dan sebagainya.[27]

Dalam praktiknya, pelaku usaha tidak hanya berperan sebagai penyedia barang dan/atau jasa, tetapi juga memiliki kewajiban untuk menjamin kualitas, keamanan, serta kesesuaian barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha memiliki tanggung jawab untuk menjaga kepercayaan konsumen dalam setiap kegiatan usaha yang dilakukan.[28]

Dalam hubungan hukum dengan konsumen, pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa. Pelaku usaha juga wajib memberikan ganti rugi atas kerugian yang dialami konsumen akibat penggunaan barang atau jasa tersebut.[29]

Dalam konteks transaksi elektronik melalui *marketplace*, pelaku usaha berperan sebagai pihak yang menawarkan barang dan/atau jasa melalui platform digital kepada konsumen. Hal ini menimbulkan hubungan hukum yang tidak hanya terjadi antara pelaku usaha dan konsumen, tetapi juga melibatkan penyelenggara *marketplace* sebagai perantara.

Oleh karena itu, tanggung jawab pelaku usaha menjadi penting untuk dikaji dalam rangka memberikan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi elektronik. Dalam penelitian ini, pelaku usaha dipahami sebagai pihak yang melakukan kegiatan usaha melalui *marketplace* yang memiliki kewajiban dan

---

[27] Az. Nasution, 2002, **Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar**, Diadit Media, Jakarta, hlm. 21.

[28] Novitasari, A. F., Rokiyah, R., dan Muslim, S., 2022, **Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Terkait Produk Makanan**, Jurnal Yurispruden, Volume 5 Nomor 1, hlm. 16.

[29] Oktaviani, W. E., 2019, **Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen Akibat Produk Cacat**, Jurnal Reformasi Hukum, Volume 20 Nomor 2, hlm. 217–242.

tanggung jawab hukum terhadap konsumen atas barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

2.2.3. Konsep Transaksi Elektronik

Dalam kegiatan perdagangan melalui *marketplace*, transaksi elektronik merupakan bentuk transaksi yang dilakukan tanpa adanya pertemuan langsung antara pelaku usaha dan konsumen. Berdasarkan Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 (selanjutnya disebut UU ITE), Transaksi Elektronik didefinisikan sebagai perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya".

Berdasarkan ketentuan tersebut, transaksi elektronik merupakan suatu perbuatan hukum yang memiliki kekuatan hukum yang sama dengan transaksi konvensional sepanjang memenuhi syarat yang ditentukan oleh peraturan perundang-undangan. Transaksi elektronik merupakan suatu hubungan hukum yang dilakukan melalui media elektronik dengan memanfaatkan sistem elektronik sebagai sarana utama dalam kegiatan perdagangan.[30]

Jenis-jenis transaksi elektronik di Indonesia:

1. *E-commerce* (*Marketplace*/Toko Online)

   Transaksi jual beli barang dan/atau jasa yang dilakukan melalui platform elektronik yang mempertemukan penjual dan pembeli secara online.

[30] Abdul Halim Barkatullah, 2017, **Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia**, Nusa Media, Bandung, hlm. 45.

2. Internet/Mobile Banking

   Transaksi perbankan yang dilakukan melalui jaringan internet atau perangkat mobile untuk keperluan transfer, pembayaran, dan layanan keuangan lainnya.

3. *E-wallet* (Dompet Digital)

   Sistem pembayaran elektronik yang memungkinkan pengguna menyimpan uang dalam bentuk digital dan melakukan transaksi secara non-tunai.

4. Payment Gateway

   Sistem yang menghubungkan proses pembayaran antara konsumen, pelaku usaha, dan lembaga keuangan dalam transaksi elektronik.

5. QR Code Payment

   Metode pembayaran menggunakan kode QR yang telah distandarisasi untuk memudahkan transaksi digital secara cepat dan efisien.

Transaksi elektronik pada dasarnya melibatkan para pihak yang melakukan hubungan hukum melalui sistem elektronik, yang meliputi proses penawaran, penerimaan, pembayaran, hingga pengiriman barang dan/atau jasa. Dalam hal ini, penggunaan sistem elektronik memberikan kemudahan, efisiensi, serta jangkauan yang lebih luas dalam kegiatan perdagangan.

namun di sisi lain juga menimbulkan potensi risiko bagi konsumen, seperti ketidaksesuaian barang, penipuan, maupun keterlambatan pengiriman. Oleh karena

itu, penting bagi konsumen untuk memahami hak-hak mereka dan bagi penjual untuk memberikan informasi yang jelas serta akurat mengenai produk yang ditawarkan.[31]

Dalam konteks *marketplace*, transaksi elektronik tidak hanya melibatkan pelaku usaha dan konsumen, tetapi juga melibatkan penyelenggara sistem elektronik sebagai pihak yang menyediakan platform. Hal ini menyebabkan adanya hubungan hukum yang lebih kompleks, sehingga diperlukan pengaturan yang jelas untuk menjamin kepastian hukum serta perlindungan bagi konsumen dalam transaksi elektronik.

Dalam penelitian ini, transaksi elektronik dipahami sebagai perbuatan hukum yang dilakukan melalui *marketplace* dengan menggunakan sistem elektronik yang menimbulkan akibat hukum bagi para pihak yang terlibat. Dengan demikian, transaksi elektronik memiliki peran penting dalam mendukung kegiatan perdagangan digital sekaligus memerlukan perlindungan hukum yang memadai.

2.2.4. Konsep Perlindungan Konsumen

Berdasarkan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, perlindungan konsumen adalah "segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen." Berdasarkan ketentuan tersebut, perlindungan konsumen bertujuan untuk memberikan jaminan hukum agar hak-hak konsumen dapat terpenuhi serta melindungi konsumen dari tindakan yang merugikan dalam kegiatan perdagangan.

Menurut Az. Nasution, bahwa hukum perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah- kaidah yang bersifat

[31] Husnulwati, S., Hijawati, H., dan Yanuarsi, S., 2024, **Jaminan Hukum Bagi Konsumen dalam Melakukan Pembelian pada E-*Commerce* di Indonesia**, Jurnal Solusi, Volume 22 Nomor 1, hlm. 55–69

mengatur dan mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen, sedangkan hukum konsumen adalah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup.[32] Hukum perlindungan konsumen memiliki unsur-unsur di dalamnya yang terbentuk dari pola hubungan perlindungan konsumen, unsurnya itu sendiri adalah pelaku usaha, konsumen, barang dan/jasa.

Perlindungan konsumen merupakan suatu masalah yang berkaitan dengan kepentingan manusia. oleh karena itu menjadi harapan bagi semua bangsa di dunia khususnya Negara Indonesia untuk dapat mewujudkan perlindungan hukum dan jaminan kepastian hukum terhadap konsumen yang merasa dirugikan tersebut agar dapat terpenuhinya hak-hak konsumen.[33]

Konsumen memerlukan perlindungan hukum dikarenakan konsumen dinilai memiliki kedudukan yang lemah bila dibandingkan dengan pelaku usaha. Ada beberapa faktor yang dapat dijadikan indicator lemahnya kedudukan konsumen dibanding dengan kedudukan produsen atau pelaku usaha, yaitu:[34]

1. Tingginya tingkat ketergantungan terhadap suatu produk.
2. Lemahnya pengetahuan tentang proses produksi.
3. Lemahnya kemampuan tawar menawar (*bargaining power*) secara ekonomis.

Dalam praktiknya, perlindungan konsumen mencakup berbagai aspek, seperti perlindungan terhadap hak atas informasi, keamanan, kenyamanan, serta hak untuk

---

[32] Shidarta, 2006, **Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia Edisi Revisi**, Gramedia Widiasarana, Jakarta, hlm. 3.

[33] Eli Wuria Dewi, 2015, Hukum Perlindungan Konsumen, Graha Ilmu, Yogyakarta, hlm. 5.

[34] Burhanuddin, 2011, **Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal**, UIN-Maliki Press, Malang, hlm. 2.

mendapatkan ganti rugi apabila mengalami kerugian akibat penggunaan barang dan/atau jasa. Hal ini menunjukkan bahwa perlindungan konsumen memiliki peran penting dalam menciptakan keadilan serta kepastian hukum dalam kegiatan perdagangan.

Cakupan perlindungan konsumen dalam aspeknya itu, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Perlindungan terhadap kemungkinan diserahkannya kepada konsumen barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati atau melanggar ketentaun undang-undang. Dalam kaitan ini termasuk persoalan-persoalan mengenai penggunaan bahan baku, proses produksi, proses distribusi, desai produk dan sebagainya harus sesuai dengan standar sehubungan keamanan dan keselamatan konsumen terjaga dengan baik atau tidak. Dan juga persoalan ganti rugi bagi konsumen terhadap suatu produk yang tidak sesuai.
2. Perlindungan terhadap diberlakukannya kepada konsumen syarat-syarat yang tidak adil. Dalam kaitan ini termasuk persoalan-persoalan promosi dan periklanan, standar kontrak, harga, layanan, purnajual, dan sebagainya. Hal ini berkaitan dengan prilaku produsen dalam memproduksi dan mengedarkan produknya.[35]

Dalam konteks transaksi elektronik melalui *marketplace*, perlindungan konsumen menjadi semakin penting mengingat adanya potensi risiko yang lebih besar, seperti penipuan, ketidak sesuaian barang, serta lemahnya posisi konsumen

[35] Adrianus Meliala, 1993, **Praktik Bisnis Curang, Pustaka Sinar Harapan**, Jakarta, hlm. 152.

dalam transaksi digital. Oleh karena itu, diperlukan adanya perlindungan hukum yang efektif untuk menjamin hak-hak konsumen dalam transaksi elektronik.

Dalam penelitian ini, perlindungan konsumen dipahami sebagai segala upaya hukum yang bertujuan untuk melindungi hak-hak konsumen dalam transaksi melalui *marketplace*. Upaya ini dilakukan guna menciptakan kepastian hukum dan keadilan bagi para pihak.