

Tanggungjawab Pelaku Usaha dan *Marketplace* terhadap Pelanggaran Asas Itikad Baik dalam Transaksi *E-commerce*

Rizkinil Jusar

Fakultas Hukum, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
Jl. Raya Palka Km 3 Sindangsari, Pabuaran, Serang, Banten
Email: rezkinil.jusar@gmail.com

Palmawati Taher

Fakultas Hukum, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
Jl. Raya Palka Km 3 Sindangsari, Pabuaran, Serang, Banten
Email: palmawatitaher@untirta.ac.id

Inge Dwivismiar

Fakultas Hukum, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
Jl. Raya Palka Km 3 Sindangsari, Pabuaran, Serang, Banten
Email: inge@untirtaacid

DOI: <http://dx.doi.org/10.51825/sjp.v1i2>.

Info Artikel

| Submitted: 21 Februari 2023

| Revised: 18 April 2023

| Accepted: 27 April 2023

How to cite: Rizkinil Jusar, Palmawati Tahir, Inge Dwivismiar, "Tanggungjawab Pelaku Usaha dan *Marketplace* terhadap Pelanggaran Asas Itikad Baik dalam Transaksi *E-commerce*", *Sultan Jurisprudence: Jurnal Riset Ilmu Hukum*, Vol. 3 No. 1, (Juni, 2023)", hlm. 62-72.

ABSTRACT:

E-commerce through the marketplace is basically the same as buying and selling in general, where an agreement is required between the seller and the buyer regarding the goods or services being traded and the price for the goods or services, but in E-Commerce as in general, the goods being traded in the marketplace cannot be seen directly so it is possible that sellers who do not have good faith will not provide true information about the goods they are buying and selling. This research was conducted using normative juridical research methods. Data collection techniques were carried out by means of a literature study and using a statutory, case and theoretical approach. The principle of faith is a principle that must be put forward in social life, in this case good faith must be carried out by the seller in order to provide more protection to buyers or consumers, so that there are no more complaints from consumers about defaults committed by business actors that the goods sent are not in accordance with what is expected promised. In order to prevent more consumer complaints about defaults by business actors, the marketplace will be responsible for 'setting up' the electronic system and 'managing' it so that it is reliable, safe and responsible. This is in accordance with the theory of responsibility which places more emphasis on the meaning of responsibility born from the provisions of laws and regulations so that the theory of responsibility is interpreted in the sense of liability, as a concept related to the legal obligations of a person being asked for their actions and can be subject to sanctions if they are contrary to law.

Keyword: *E-commerce, marketplace, Itikad Baik*

ABSTRAK:

E-commerce melalui *marketplace* pada dasarnya sama dengan jual beli pada umumnya, di mana dipersyaratkan terjadinya kesepakatan antara pihak penjual dan pembeli mengenai barang atau jasa yang diperdagangkan serta harga atas barang atau jasa tersebut, tetapi dalam *E-Commerce* seperti pada umumnya, barang yang diperjualbelikan di *marketplace* tidak dapat dilihat secara langsung sehingga bisa saja penjual yang tidak memiliki itikad baik, tidak akan memberikan informasi yang sebenarnya mengenai barang yang dia perjual belikan tersebut. Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian yuridis normatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan studi kepustakaan dan menggunakan pendekatan peraturan perundang-undangan, pendekatan kasus serta pendekatan teori. Prinsip itikad merupakan prinsip yang harus dikedepankan dalam kehidupan bermasyarakat, dalam hal ini itikad baik harus dilakukan oleh penjual agar lebih memberikan perlindungan kepada pembeli atau konsumen, sehingga tidak ada lagi pengaduan dari konsumen mengenai wanprestasi yang dilakukan pelaku usaha bahwa barang yang dikirimkan tidak sesuai dengan yang diperjanjkan. Untuk mencegah lebih banyak keluhan konsumen tentang wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha, marketplace akan bertanggung jawab untuk 'menata' sistem elektronik dan 'mengelolanya' sehingga dapat diandalkan, aman dan bertanggung jawab. Hal ini sesuai dengan teori tanggung jawab yang lebih menekankan pada makna tanggung jawab yang lahir dari ketentuan peraturan perundang-undangan sehingga teori tanggungjawab dimaknai dalam arti liability, sebagai suatu konsep yang terkait dengan kewajiban hukum seseorang dimintai atas tindakan mereka dan dapat dikenai sanksi jika bertentangan dengan hukum.

Kata Kunci: *E-commerce, marketplace, Itikad Baik*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi telah mempengaruhi berbagai aspek. Salah satunya adalah berkembangnya kegiatan perdagangan yang dilakukan melalui sistem elektronik.¹ Marketplace merupakan tempat bertemunya penjual atau pelaku usaha dengan pembeli secara online sesuai dengan kebutuhan dan menawarkan efisiensi dalam bertransaksi. Pemilik marketplace pada umumnya tidak memiliki produk untuk dipasarkan, marketplace hanyalah tempat di mana orang yang berbeda memiliki produk.² Di Marketplace, transaksi dilakukan secara online tanpa perlu penjual dan pembeli bertatap muka (*Direct*).³ Menurut survey yang dilakukan Techinia⁴ lima marketplace online terbesar di Indonesia pada kuartal I 2021 adalah Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, dan Blibli. Tokopedia menjadi yang terpopuler dengan 135 juta pengunjung per bulan. Di urutan kedua ada Shopee dengan 127 juta pengunjung, Bukalapak 34 juta pengunjung, Lazada 30 juta pengunjung, dan Blibli 19 juta pengunjung.⁵

Marketplace menawarkan cara yang lebih aman untuk membeli dan menjual barang secara online karena memiliki sistem keamanan yang lebih baik dibandingkan dengan melakukan transaksi melalui situs web biasa. Namun, meskipun memiliki situs

keamanan yang lebih baik, masih ada kemungkinan konsumen mengalami kerugian karena terdapat suatu kelemahan sistem di marketplace.⁶ Marketplace selama ini lebih banyak menjadi tempat bagi pembeli dan penjual untuk berkumpul dan berdagang barang, ketika membeli barang secara online tidak ada jaminan kualitas produk. Ulasan tidak selalu dapat diandalkan, dan semua instruksi mungkin tidak meyakinkan dan masih terdapat beberapa penjual dengan sengaja menyesatkan konsumen untuk meningkatkan penjualan online. Dalam beberapa kasus, seringkali terjadi ketidaksesuaian antara yang dipesan konsumen dengan produk yang sebenarnya, karena adanya itikad buruk dari pihak penjual.

Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) menemukan adanya peningkatan besar pengaduan konsumen yang menggunakan layanan e-commerce pada 2021. Berdasarkan data Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), marketplace Bukalapak dan JD.ID memiliki pangsa pasar terbanyak. Pengaduan dari konsumen, dengan 17,6% pengaduan berasal dari masyarakat yang menggunakan Bukalapak dan JD.ID. Ada juga aplikasi marketplace Shopee, Tokopedia, Harga Dunia, dan OYO dengan tingkat pengaduan masing-masing sebesar 14,7%, 8,8%, 5,8%, dan 5,8%.⁷ Keluhan rata-rata tentang e-commerce adalah terjadinya wanprestasi oleh penjual

¹ Helitha Novianty Muchtar Alifia Jasmine, Prita Amalia, "No Title," *Jurnal Masalah-Masalah Hukum* 51, no. 4 (2022): 378.

² M. Anang Firmansyah, "Pengantar E-Marketing," *Qiara Media*, 2020, 262.

³ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Dan Penelitian Hukum* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2004).

⁴ "Lembaga Swadaya Masyarakat Yang Melakukan Penyajian Data, Riset, Workshop Untuk Industri e-Commerce Di Wilayah Asia Tenggara," n.d.

⁵ "No Title," *TECHINASIA*, n.d.

⁶ Amila Desiani, Muhamad Amirulloh, and Agus Suwandono, "Implementasi Asas Itikad Baik Dalam Perlindungan Konsumen Atas Pembatalan Transaksi Yang Dilakukan Oleh Situs Belanja Elektronik," *Acta Diurnal Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan Dan Ke-PPAT-An* 2, no. 1 (2019): 56, <https://doi.org/10.24198/acta.v2i1.157>.

⁷ Indiana Malia, "Laporan YLKI: Bukalapak Dan JD.ID Paling Banyak Dikeluhkan Konsumen," *IDN Times*, 2020.

karena spesifikasi barang yang tidak sesuai dengan gambar yang dicantumkan. Banyaknya kasus produk yang tidak sesuai ekspektasi menunjukkan posisi pembeli yang lemah dalam transaksi e-commerce. Hal ini bukan berarti penjual bebas menjual produk tanpa mengindahkan peraturan yang berlaku.

Asas itikad baik merupakan bagian penting dari hukum perlindungan konsumen di Indonesia. Pasal 1338 Ayat (3) KUH Perdata menyatakan bahwa setiap perjanjian harus dilaksanakan dengan asas itikad baik. Berkaitan dengan perlindungan konsumen, Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 huruf (a) memaparkan bahwa "beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya", dan dapat dilakukan sesuai dengan Pasal 7 huruf (b) pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan tentang penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan. Karena perjanjian e-commerce dilakukan melalui marketplace, maka ketentuan mengenai asas itikad baik juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 yang telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Pasal 3 menyatakan bahwa "Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilakukan berdasarkan asas kepastian hukum, kemanfaatan, kehati-hatian, itikad baik, dan kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi."

Berdasarkan penjelasan tersebut, jelaslah bahwa asas itikad baik penting dalam transaksi e-commerce dan undang-undang perlindungan konsumen di Indonesia perlu diperbarui untuk memperhitungkan laju kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, meskipun dalam kenyataannya,

kewajiban itikad baik bersifat subjektif dan penerapannya akan tergantung pada fakta dan keadaan kontrak.⁸

Berdasarkan Pasal 4 UUPK menyatakan bahwa konsumen memiliki hak untuk memilih apa yang konsumen beli, dan mendapatkannya dengan harga yang tepat, dengan jaminan yang tepat. Jika konsumen tidak puas dengan apa yang konsumen dapatkan, konsumen dapat meminta penjual untuk memperbaikinya, atau mendapatkan uang kembali. Di satu sisi, pelaku usaha memiliki tanggung jawab berdasarkan Pasal 7 UUPK untuk memberikan informasi yang akurat dan jelas tentang kondisi dan jaminan barang dan jasa, serta memberikan penjelasan tentang cara menggunakan, memperbaiki, atau memeliharanya. Jika mereka tidak memenuhi kewajiban ini, mereka diwajibkan memberikan kompensasi.

Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian yuridis normatif, mengkaji hukum sebagai konsep yang digunakan dalam masyarakat, dan digunakan sebagai pedoman perilaku masyarakat. Disebut penelitian hukum normatif karena melihat hukum tanpa mempertimbangkan bagaimana sebenarnya pelaksanaannya.⁹ Penulis menggunakan pendekatan peraturan perundang-undangan, pendekatan kasus serta pendekatan teori.¹⁰ Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, dengan teknik pengumpulan data studi kepustakaan (*library research*) dan pencarian data melalui Artikel, Jurnal, dan Internet.

⁸ Jessica Booz, "Good Faith Clauses in Development Agreements," VWP, 2016.

⁹ Muhammad, *Hukum Dan Penelitian Hukum*.

¹⁰ Amirudin, dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Jakarta, Raja Grafindo Persada, 2012, hlm. 118.

Tanggungjawab Pelaku Usaha dan Marketplace terhadap Pelanggaran Asas Itikad Baik dalam Transaksi E-commerce

E-Commerce dalam bentuk marketplace memiliki beberapa keunggulan dibandingkan E-Commerce di forum lain seperti jejaring sosial atau iklan lainnya. Tetapi bukan berarti perkembangan ini tidak menimbulkan dampak negative disamping dampak positifnya.¹¹ Kehadiran marketplace ini membuka kemungkinan adanya praktik itikad tidak baik dengan melakukan pembatalan transaksi secara sepihak kepada konsumen.¹² Jual beli online di marketplace berbeda dengan jual beli online secara pribadi. Dalam jual beli online pribadi, pembeli dan penjual tidak memiliki jaminan transaksi, dan sistem transaksi diatur dari awal sampai akhir. Salah satu keunggulan Marketplace adalah adanya fasilitas rekening bersama secara gratis. Sistem pembayaran dilakukan secara tidak langsung kepada penjual tetapi dibayarkan terlebih dahulu kepada marketplace. Apabila konsumen sudah menerima barang pesanan, maka pelaku usaha akan mendapatkan dana yang telah dicairkan. Prinsip tanggung jawab sangat penting dalam hukum perjanjian. Setiap pihak marketplace memiliki kebijakannya masing-masing mengenai pertanggungjawaban marketplace atas pelanggaran itikad baik dalam transaksi E-commerce. Itikad baik merupakan asas yang harus dilaksanakan oleh pelaku usaha yang ditegaskan dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).

Pelaku usaha disini adalah marketplace dalam hal menyediakan tempat untuk bertransaksi dan pelaku usaha dalam hal penjual menawarkan barang dagangannya kepada konsumen/pembeli, sedangkan tanggung jawab pelaku usaha diatur dalam Pasal 19 ayat (1) UUPK yang lebih tegas merumuskan tanggung jawab produk ini dengan menyatakan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab untuk memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen sebagai akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang diproduksi atau diperdagangkan. Mengenai tanggung jawab pelaku usaha akan dijelaskan terlebih dahulu mengenai hubungan hukum antara marketplace dengan para pihak yaitu penjual dan pembeli. Hubungan hukum tersebut dituangkan dalam perjanjian elektronik, yaitu suatu bentuk dokumen yang dibuat dengan menggunakan sarana elektronik. Perjanjian ini mengikat kedua belah pihak dan berlandaskan hukum apabila pihak-pihak yang terlibat dalam perjanjian tersebut tidak mengikuti ketentuan-ketentuan perjanjian tersebut. Jika ada bagian dari perjanjian yang tidak diikuti, maka perjanjian tersebut dapat dianggap wanprestasi. Sesuai dengan yang diatur dalam Pasal 4 Ayat (1) PP No. 80 Tahun 2019, yang menyebutkan bahwa para pihak yang terlibat dalam transaksi harus melakukannya melalui perjanjian atau kontrak yang juga dilakukan secara elektronik.

Hubungan hukum yang terjadi menggunakan syarat-syarat standar, yaitu syarat-syarat yang telah disediakan oleh marketplace dalam draft surat perjanjian. Kondisi ini ditentukan oleh marketplace, dan tidak akan pernah bisa diubah. Jika para pihak tidak menyukai persyaratannya, para pihak tidak bisa menegosiasikan persyaratan yang

¹¹ Trinas Dewi Hariyana, "Eksistensi Asas Iktikad Baik Dalam Perjanjian Jual Beli Melalui Internet Dengan Sistem Pembayaran Cash on Delivery," *Uniska Law Review* 2, no. 2 (2021): 95.

¹² Agus Suwandono Amila Desiania, Muhamad Amirulloh, "No Title," *ACTA DIURNAL Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan* 2, no. 2 (2018): 57.

berbeda. Ini ditunjukkan dengan fakta bahwasanya para pihak harus mengisi kontrak standar menggunakan alat elektronik. Semua orang yang menggunakan layanan bisnis sejak mereka mendaftarkan akun mereka memahami dan menyetujui kebijakannya. "Mengklik tombol 'selesai'" dapat berarti bahwa seseorang menyetujui persyaratan tersebut.

Pada saat pembeli/konsumen mengalami kerugian akibat adanya itikad tidak baik dari penjual, Misalnya produk yang diterima tidak sesuai dengan yang dijelaskan dan dijanjikan oleh penjual/pelaku usaha, maka ada beberapa upaya yang dapat dilakukan konsumen dengan cara mengajukan komplain ke marketplace. Marketplace bertanggung jawab atas keandalan dan keamanan sistem elektronik mereka. Berdasarkan Pasal 15 ayat (1) UU ITE menyebutkan bahwa marketplace bertanggung jawab untuk memastikan bahwa sistem elektronik mereka berjalan dengan aman dan andal. Pasal 15 ayat (2) UU ITE menyebutkan PSE, atau operator sistem elektronik, bertanggung jawab untuk memastikan sistem berjalan dengan baik. Sebagai contoh marketplace shopee, jika anda mengalami masalah dengan email anda, anda dapat membuka halaman Bantuan di situs web Shopee atau, jika Anda memiliki masalah dengan akun anda, anda dapat menghubungi layanan pelanggan. Sedangkan pada marketplace Tokopedia menyediakan Pusat Resolusi yang dapat diakses dengan membuka halaman akun, pilih daftar transaksi dan klik belanja, kemudian pilih transaksi yang bermasalah lalu klik tombol komplain kemudiana kan muncul *pop up* komplain, lalu klik dan pilih kendala yang sesuai dan jelaskan secara detail keluhannya.¹³

Sedangkan untuk marketplace Lazada, menyediakan *customer care*, yang

dapat di klik kemudian muncul pusat bantuan berkaitan dengan beberapa hal permasalahan yang sering terjadi, yang dapat dihubungi 24 jam setiap harinya. Contoh layanan pengaduan tersebut diatas merupakan bentuk pertanggungjawaban marketplace terhadap keluhan atau pengaduan dari konsumen/pembeli, walaupun untuk tanggungjawab produk tetap berada di tangan penjual. Dalam marketplace, hubungan hukum antara penjual dan pembeli sama dengan hubungan hukum antara penyedia aplikasi dan pengguna aplikasi. Artinya hubungan didasarkan pada penggunaan aplikasi, bukan transaksi atau kualitas produk. Hal ini diatur dalam Surat C angka 2 Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2016 tentang Batasan Tanggung Jawab Penyedia Platform dan Pedagang Yang Bertransaksi Melalui Sistem Elektronik Berupa User Generated Content, a. Sistem elektronik dan manajemen konten harus dilakukan dengan aman dan bertanggung jawab jika ingin diimplementasikan pada platform. b. Jika kesalahan dan/atau kelalaian pihak merchant atau pengguna platform dapat dibuktikan. Ketentuan huruf (a) tidak berlaku.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka dapat dianalisis bahwa tanggungjawab dalam E-Commerce pada marketplace terbagi menjadi 2 jenis, yaitu :

1. Tanggungjawab atas penggunaan /penyediaan aplikasi

Jika terjadi kesalahan di marketplace, seperti terjadi kesalahan pada sistem marketplace, maka tanggung jawab jatuh pada marketplace dan pengguna yang menggunakan layanannya, seperti pembeli dan penjual. Platform Marketplace bertanggung jawab untuk memastikan sistemnya andal dan aman, dan mereka juga bertanggung jawab untuk mengelola konten di platform dengan cara

¹³ "No Title," Tokopedia.com, n.d.

yang bertanggung jawab. Hal ini berdasarkan Pasal 4 UUPK yang menyatakan bahwa konsumen mempunyai hak, antara lain kemudahan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi produk dan jasa serta memilihnya sesuai dengan nilai tukar dan ketentuan sesuai kesepakatan.

2. Tanggungjawab atas transaksi.

Ketika terjadi masalah dalam transaksi yang berhubungan dengan produk, misalnya penjual dengan itikad buruk mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan pesanan atau dalam hal barang cacat, maka yang bertanggung jawab bukan marketplace, karena marketplace hanya sebagai penyedia. Platform User Generated Content adalah tempat orang dapat mengunggah konten mereka sendiri. Konten ini kemudian dapat dilihat dan dibagikan oleh pengguna lain, dalam hal ini adalah penjual, sehingga penjual bertanggung jawab atas transaksi antara pembeli dan penjual yang bersangkutan. Segala resiko yang berhubungan dengan transaksi menjadi tanggung jawab langsung dari pembeli dan penjual.

Dalam hal produk yang dikirimkan cacat, berdasarkan KUHPerduta Pasal 1504 sampai Pasal 1512, dikenal dengan terminologi cacat tersembunyi, yaitu cacat yang mengakibatkan kegunaan barang tidak serasi lagi dengan tujuan semestinya. Penjual diharuskan untuk bertanggung jawab atas adanya cacat tersembunyi dalam hal demikian. Sehingga apabila pembeli mendapatkan barangnya terdapat cacat tersembunyi maka terhadapnya diberikan dua pilihan berdasarkan Pasal 1507 KUHPerduta yaitu mengembalikan barang yang dibeli dengan menerima pengembalian harga (*refund*) atau tetap memiliki barang yang dibeli dengan menerima ganti rugi dari penjual. Begitu juga berdasarkan UUPK

Pasal 7 Huruf g yang menyatakan bahwa tanggungjawab pelaku usaha salah satu dalam hal mengirimkan barang tidak sesuai dengan pesanan harus melakukan: "Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian."

Berdasarkan Pasal 1366 KUH Perdata, menyebutkan bahwa seseorang bertanggung jawab atas kerugian yang disebabkan oleh perbuatan atau kelalaiannya. Jika penjual wanprestasi, akibat hukumnya bisa berupa harus memenuhi perjanjian jika masih bisa dilakukan, atau membatalkan perjanjian dan mendapatkan kembali uang yang telah dibayarkan. Apabila dapat dibuktikan kesalahan penjual yang bertanggung jawab atas kerugian tersebut, pembeli dapat memilih untuk menuntut baik pemenuhan perjanjian atau pembatalan.

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 market place sudah semestinya ditentukan tanggung jawab hukum penyedia platform terhadap pembiaran pelanggaran yang terjadi.¹⁴

¹⁴ Munawar Kholil Andreyan Nata Giantama, "Pertanggungjawaban Hukum Penyedia Platform Terhadap Barang Yang Melanggar Merek Dalam Marketplace," *Jurnal Privat Law* 8, no. 1 (2020): 21.

Terkait dengan pengelolaan sistem elektronik dan pengelolaan konten yang handal, aman dan bertanggung jawab, masih terdapat kesenjangan dalam pelaksanaan undang-undang perlindungan konsumen. Artinya, itikad baik dalam menjalankan bisnis tidak hanya melekat pada penjual dalam hubungan transaksional dengan pembeli, tetapi juga pada penyedia jasa transaksi seperti marketplace misalnya. Saat ini, perlindungan data pribadi masih diatur dalam UU ITE dan PP 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, namun hal tersebut dinilai belum cukup memberikan perlindungan. Misalnya, yang disebutkan di dalam Pasal 15 ayat (1) UU ITE, disebutkan bahwa Penyelenggara Sistem Elektronik bertanggung jawab untuk memastikan bahwa sistem elektronik dioperasikan secara aman dan andal. Pasal ini dibatasi oleh Pasal 15 ayat (3) yang menjelaskan ketentuan Pasal 15 ayat (1) tidak berlaku apabila PSE dapat membuktikan adanya peristiwa *force majeure* yang menyebabkan sistem elektronik tidak dapat berfungsi sebagaimana mestinya, atau jika pengguna melakukan kesalahan. Namun, UU ITE tidak secara khusus menjelaskan sanksi atau hukuman yang dapat dikenakan kepada PSE yang melanggar ketentuan Pasal 15 ayat (1) dan/atau (2).

Perlindungan data pribadi juga diatur dalam satu regulasi tentang mekanisme usaha *e-commerce* yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE). Salah satu point yang diatur dalam PP ini yaitu Bab IX Tentang Perlindungan Data Pribadi yang tercantum di dalam Pasal 58 bahwa data pribadi diperlakukan sebagai hak milik pribadi, dan setiap orang yang mengumpulkan data pribadi harus bertindak sebagai wali amanat untuk menyimpan dan melindunginya menurut ketentuan perundang-

undangan. Pelaku Usaha juga harus menyimpan data pribadi dengan cara yang menghormati standar perlindungan data pribadi atau kelaziman praktik bisnis yang berkembang (Pasal 59 PP PMSE). Kehadiran PP PMSE dapat dikatakan menaruh perhatian yang besar terhadap aspek perlindungan konsumen termasuk mengenai perlindungan data. Pihak yang menyimpan data pribadi harus mempunyai sistem pengamanan yang patut untuk mencegah kebocoran atau mencegah setiap kegiatan pemrosesan atau pemanfaatan data pribadi secara melawan hukum serta bertanggung jawab atas kerugian yang tidak terduga atau kerusakan yang terjadi terhadap data pribadi tersebut (Pasal 59 PP PMSE).

Platform jual beli online di media sosial penting karena menyerahkan data pribadi berupa nomor handphone ke penjual tanpa adanya kepastian data pribadi tersebut terlindungi. Ini sangat penting karena penjahat dapat menggunakan data pribadi untuk melakukan hal-hal buruk. Itulah mengapa penting untuk memiliki aturan tentang cara mereka melindungi data pribadi orang. Berdasarkan syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan, terdapat klausul yang menyatakan bahwa Tokopedia tidak bertanggung jawab atas segala kerusakan atau kerugian yang mungkin terjadi yaitu peretasan yang dilakukan oleh pihak ketiga terhadap akun pengguna.¹⁵

Klausula seperti itu disebut klausul eksonerasi dan tujuannya adalah untuk membatasi atau bahkan menghilangkan tanggung jawab yang seharusnya dipikul oleh produsen/pelaku usaha. Hal ini jelas merugikan konsumen yang terpaksa harus mematuhi peraturan yang justru merugikan dirinya dan menguntungkan pelaku usaha. Konsumen merupakan

¹⁵ "No Title," n.d.

pihak yang lemah daya tawarnya karena harus menerima apapun yang ditawarkan kepada mereka oleh pembuat perjanjian, bahkan jika mereka tidak menginginkannya sebab apabila konsumen mencoba menawar dengan alternatif lain kemungkinan besar akan menerima konsekuensi kehilangan apa yang dibutuhkan (*take it or leave it*). Seperti halnya perjanjian baku ini, marketplace merupakan pihak yang memiliki posisi kuat karena merupakan perusahaan yang dapat membuat kesepakatan dan dapat mengubah kebijakannya. Sedangkan konsumen merupakan pihak yang memiliki posisi tawar yang lemah, karena mereka adalah individu dan tidak dapat mengubah kebijakan pembuat perjanjian.

Sebagaimana ketentuan Pasal 48 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik menyebutkan “kontrak elektronik yang dibuat dengan klausula baku harus sesuai dengan ketentuan mengenai klausula baku sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan.¹⁶ Tanggung jawab pelaku usaha juga berkaitan dengan penggunaan klausula baku, UUPK tidak melarang pelaku usaha untuk membuat klausula baku dalam setiap dokumen dan/atau perjanjian transaksi bisnis perdagangan barang dan/atau jasa, selama perjanjian baku dan/atau klausula baku tidak mencantumkan ketentuan yang dilarang dalam Pasal 18 ayat (1) yang memberikan batasan dan larangan penggunaan klausula baku bagi pelaku usaha, sebagai lawan dari “pembentukan” yang dilarang dalam Pasal 18 ayat (2) UUPK.

¹⁶ Scivi Junifer Kapoh, “Kajian Hukum Penerapan Kontrak Baku Elektronik Pada Transaksi E-Commerce,” *Lex Et Societatis* 8, no. 3 (2020): 87.

Tujuan penggunaan klausa baku dalam kegiatan usaha untuk menghemat waktu. Sangat tidak efisien apabila setiap transaksi jual beli, konsumen dan penjual mereka membahas kontrak jual beli. Sehingga dalam suatu kontrak standar memuat klausul-klausul yang biasanya digunakan dalam kontrak jual beli. Berdasarkan Pasal 18 ayat (1) huruf a UUPK menyebutkan bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang atau jasa tidak diperkenankan mencantumkan klausula baku dalam setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila klausula baku tersebut menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha. Jika diperhatikan ketentuan Pasal 18 ayat (3) UUPK menyebutkan bahwa setiap klausula baku yang ditetapkan oleh pelaku usaha dalam dokumen atau perjanjian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dinyatakan batal demi hukum. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa ketentuan yang dibuat oleh Tokopedia yang menyatakan bahwa Tokopedia tidak bertanggung jawab dan pengguna tidak akan menuntut Tokopedia atas segala kerugian dan kerugian yang timbul akibat tindakan peretasan yang dilakukan oleh pihak ketiga terhadap akun pengguna dinyatakan batal demi hukum. Lain halnya dengan marketplace Shopee, menjamin data pribadi selagi data itu berada dalam pengelolaannya, tidak ditemukan klausula eksonerasi dalam *term & condition* yang dibuat pihak Shopee, tetapi Shopee tidak menjamin keamanan data pribadi dan/atau informasi lainnya yang konsumen berikan pada situs pihak ketiga, artinya pada saat data pribadi ini bukan lagi dalam pengelolaan Shopee.¹⁷

Menurut teori yang digunakan dalam penelitian ini, marketplace bertanggung jawab untuk “menyusun” sistem dan “manajemen” elektronik yang andal, aman, dan bertanggung jawab, di mana mereka bertanggung

¹⁷ “No Title,” shopee.co.id, n.d.

jawab untuk melindungi data pribadi konsumen dan menggunakan klausul standar sebagai platform User Generated Content yang diatur oleh UUPK, UU ITE, PP 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Hal ini sesuai dengan teori tanggung jawab yang lebih menekankan pada makna tanggung jawab yang lahir dari ketentuan peraturan perundang-undangan. Ini berarti bahwa teori tanggung jawab diartikan sebagai pertanggungjawaban, sebagai konsep yang berhubungan dengan kewajiban hukum seseorang dimintai atas tindakan mereka dan dapat dikenai sanksi jika bertentangan dengan hukum.

Kesimpulan

Prinsip itikad merupakan prinsip yang harus dikedepankan dalam kehidupan bermasyarakat, dalam hal ini itikad baik harus dilakukan oleh penjual agar lebih memberikan perlindungan kepada pembeli atau konsumen, sehingga tidak ada lagi pengaduan dari konsumen mengenai wanprestasi yang dilakukan pelaku usaha bahwa barang yang dikirimkan tidak sesuai dengan yang diperjanjkan. Untuk mencegah lebih banyak keluhan konsumen tentang wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha, marketplace akan bertanggung jawab untuk 'menata' sistem elektronik dan 'mengelolanya' sehingga dapat diandalkan, aman dan bertanggung jawab. Mereka juga akan bertanggung jawab untuk menjaga data pribadi konsumen dan penggunaan klausul baku sebagai platform User Generated Content yang diatur oleh UUPK, UU ITE, dan PP 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang

Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Hal ini sesuai dengan teori tanggung jawab yang lebih menekankan pada makna tanggung jawab yang lahir dari ketentuan peraturan perundang-undangan sehingga teori tanggungjawab dimaknai dalam arti *liability*, sebagai suatu konsep yang terkait dengan kewajiban hukum seseorang dimintai atas tindakan mereka dan dapat dikenai sanksi jika bertentangan dengan hukum.

Daftar Pustaka

- Alifia Jasmine, Prita Amalia, Helitha Novianty Muchtar. "No Title." *Jurnal Masalah-Masalah Hukum* 51, no. 4 (2022): 378.
- Amila Desiania, Muhamad Amirulloh, Agus Suwandono. "No Title." *ACTA DIURNAL Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan* 2, no. 2 (2018): 57.
- Andreyana Nata Giantama, Munawar Kholil. "Pertanggungjawaban Hukum Penyedia Platform Terhadap Barang Yang Melanggar Merek Dalam Marketplace." *Jurnal Privat Law* 8, no. 1 (2020): 21.
- Desiani, Amila, Muhamad Amirulloh, and Agus Suwandono. "Implementasi Asas Itikad Baik Dalam Perlindungan Konsumen Atas Pembatalan Transaksi Yang Dilakukan Oleh Situs Belanja Elektronik." *Acta Diurnal Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan Dan Ke-PPAT-An* 2, no. 1 (2019): 56. <https://doi.org/10.24198/acta.v2i1.157>.
- Hariyana, Trinas Dewi. "Eksistensi Asas Itikad Baik Dalam Perjanjian Jual Beli Melalui Internet Dengan Sistem Pembayaran Cash on Delivery." *Uniska Law Review* 2, no. 2 (2021): 95.
- Jessica Booz. "Good Faith Clauses in Development Agreements." VWP, 2016.

- Kapoh, Scivi Junifer. "Kajian Hukum Penerapan Kontrak Baku Elektronik Pada Transaksi E-Commerce." *Lex Et Societatis* 8, no. 3 (2020).
- "Lembaga Swadaya Masyarakat Yang Melakukan Penyajian Data, Riset, Workshop Untuk Industri e-Commerce Di Wilayah Asia Tenggara," n.d.
- M. Anang Firmansyah. "Pengantar E-Marketing." *Qiara Media*, 2020, 262.
- Malia, Indiana. "Laporan YLKI: Bukalapak Dan JD.ID Paling Banyak Dikeluhkan Konsumen." *IDN Times*, 2020.
- Muhammad, Abdulkadir. *Hukum Dan Penelitian Hukum*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2004.
- TECHINASIA. "No Title," n.d.
- Tokopedia.com. "No Title," n.d.
- shopee.co.id. "No Title," n.d.