



LEX PROGRESSIUM

Organized by Yayasan Pendidikan Dan Pelayanan Kesehatan Rahmat Husada
Email: lexprogressium@gmail.com
Website: <https://jurnal.dokterlaw.com/index.php/lexprogressium/index>

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MELALUI *PLATFORM* *E-COMMERCE* BUKALAPAK

Article	Abstract
<p>Author Sri Fajariah Kurniastuti¹, Niru Anita Sinaga²</p> <p>¹Faculty Of Law, Dirgantara Marsekal Suryadarma University ²Faculty Of Law, Dirgantara Marsekal Suryadarma University</p> <p>Email srifajariahkurniastuti@gmail.com¹, niruanitasinaga@unsurya.ac.id²</p> <p>Data Submitted: 10-01-2024 Revised: 10-03-2024 Accepted: 10-05-2024</p>	<p>Abstract : <i>E-commerce is a form of trade that has its own characteristics because sellers and buyers do not meet directly, but are assisted by using internet media. Marketplaces such as Bukalapak offer various services, such as payment methods, product estimation, and product category selection. The formulation of the problem in this writing is How is the regulation of buying and selling transactions through the Bukalapak e-commerce platform in Indonesia and How is the legal protection of consumers if there are problems in buying and selling transactions through the Bukalapak e-commerce platform in Indonesia. This research method uses normative legal research. Conceptual approach method, with secondary data type. The results of the study show that, E-commerce is a commercial transaction conducted through electronic networks, especially the internet. Bukalapak is an e-business model of e-commerce, which is included in the C2C marketplace, Bukalapak has regulated the agreement between the parties using the marketplace, contained in the Bukalapak Rules of Use section. This is also related to the Civil Code, Law Number 11 of 2011 concerning ITE, Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection, Government Regulation Number 80 of 2019 concerning Trading Through Electronic Systems. It is necessary to pay strong attention to legal protection to consumers, even though there are already user rules contained in Bukalapak, in practice there are still consumers who feel disadvantaged and most consumers choose other marketplaces. The role of the government in handling this is very necessary.</i></p> <p>Keywords : <i>Legal Protection, Consumers, Electronic Transactions, Bukalapak</i></p> <p>Abstrak : <i>E-commerce merupakan bentuk perdagangan yang mempunyai karakteristik tersendiri karena tidak bertemunya penjual dan pembeli secara langsung, melainkan dibantu dengan menggunakan media internet. Marketplace seperti Bukalapak menawarkan berbagai layanan, seperti metode pembayaran, estimasi produk, dan pemilihan kategori produk. Rumusan masalah pada penulisan ini ialah Bagaimana pengaturan transaksi jual beli melalui platform e-commerce Bukalapak di Indonesia dan Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen jika terjadi permasalahan dalam transaksi jual beli melalui platform e-commerce Bukalapak di</i></p>

Indonesia. Metode penelitian ini menggunakan penelitian hukum normatif. Metode pendekatan konseptual, dengan jenis data sekunder. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa, *E-commerce* adalah transaksi komersial yang dilakukan melalui jaringan elektronik terutama internet. Bukalapak merupakan model e-bisnis dari jenis *e-commerce* yaitu termasuk dalam *marketplace* C2C, Bukalapak telah mengatur adanya kesepakatan antara para pihak yang menggunakan *marketplace* itu, termuat dalam bagian Aturan Penggunaan Bukalapak. Hal ini juga berkaitan dalam KUH Perdata, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2011 tentang ITE, Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, PP Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Perlu diperhatikan secara kuat lagi terkait perlindungan hukum kepada konsumen, meskipun sudah ada aturan pengguna yang terdapat di Bukalapak namun pada praktiknya masih saja ada konsumen yang merasa dirugikan dan kebanyakan konsumen memilih *marketplace* lain. Adanya peran pemerintah dalam menangani hal ini sangat diperlukan.

Kata Kunci : Perlindungan Hukum, Konsumen, Transaksi Elektronik, Bukalapak

PENDAHULUAN

Industri *e-commerce* di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat, terutama didorong oleh meningkatnya penggunaan internet. *E-commerce* tidak hanya berkontribusi besar terhadap perkembangan ekonomi digital, tetapi juga menghadapi berbagai tantangan dan ketidakpastian. Hal ini mendorong pelaku usaha untuk beradaptasi dan bertransformasi agar tetap tangkas (*agile*) dalam menghadapi dinamika industri yang terus berubah.¹

Perkembangan *e-commerce* telah membawa dampak signifikan terhadap perekonomian, khususnya dalam sektor perdagangan. Globalisasi dan kemajuan telekomunikasi memperluas ruang gerak transaksi barang dan jasa, baik produk lokal maupun impor. Di satu sisi, hal ini memberikan manfaat besar bagi konsumen karena mereka memiliki kebebasan untuk memilih berbagai jenis dan kualitas produk sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan finansial. Namun, di sisi lain, posisi konsumen menjadi tidak seimbang dengan produsen, karena konsumen sering menjadi objek bisnis yang dimanfaatkan untuk meraih keuntungan melalui promosi dan strategi penjualan yang kadang merugikan.²

¹ Inet.detik.com, 13 Februari 2024, “Pakar Ungkap Tugas e-Commerce Hadapi Tantangan di 2024” diakses pada 13 Mei 2024, pukul 19:41 WIB di <https://inet.detik.com/cyberlife/d-7191451/pakar-ungkap-tugas-e-commerce-hadapi-tantangan-di-2024>

² Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, ed. revisi, cet. 9 (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015), 37.

Dalam era digital, internet menjadi media utama untuk melakukan transaksi *e-commerce*. *E-commerce* mengubah cara tradisional berbelanja dengan menggantinya menjadi transaksi elektronik yang seringkali tidak melibatkan pertemuan fisik antara penjual dan pembeli. Meskipun *e-commerce* menawarkan kemudahan, muncul tantangan hukum terkait perlindungan konsumen.³ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) menjadi dasar hukum utama untuk melindungi konsumen dalam transaksi online. UUPK bertujuan untuk memastikan keamanan dan kenyamanan konsumen dari tindakan sewenang-wenang pelaku usaha.⁴

Marketplace, seperti Bukalapak, memainkan peran penting dalam memfasilitasi transaksi *e-commerce*. *Marketplace* bertindak sebagai perantara antara penjual dan pembeli, menyediakan berbagai fitur seperti metode pembayaran, estimasi pengiriman, dan pemilihan produk berdasarkan kategori. Namun, *platform e-commerce* tidak selalu memberikan pengalaman yang memuaskan bagi konsumen. Beberapa keluhan umum yang sering muncul meliputi waktu pengiriman yang lama, produk yang tidak sesuai dengan deskripsi, dan kesulitan dalam proses pengembalian barang.⁵

Bukalapak, salah satu *platform e-commerce* terkemuka di Indonesia yang didirikan pada tahun 2010, menawarkan berbagai layanan mulai dari jual beli produk, jasa, hingga pembayaran digital. Meskipun memiliki fitur-fitur seperti sistem *escrow* untuk pembayaran dan sistem rating untuk pedagang, Bukalapak juga menghadapi berbagai keluhan dari konsumen. Salah satu keluhan utama adalah desain situs yang dinilai kurang *user-friendly* dan waktu pengiriman yang lambat. Selain itu, terdapat masalah lain seperti keamanan pembayaran online dan kendala logistik.

Tantangan lain yang dihadapi oleh *e-commerce* adalah risiko penipuan dan tindakan melawan hukum. Laporan oleh JP Morgan pada tahun 2019 menunjukkan bahwa tingkat penipuan *e-commerce* di Indonesia cukup signifikan.⁶ Beberapa contoh tindakan melawan hukum termasuk penipuan melalui program komisi belanja, afiliasi member, dan produk yang

³ Sabtarini Kusumaningsih, Joko Sutopo, dan Fenti Nurlaeli, *Buku Panduan Marketplace*, cet. 1 (Surabaya: CV. Global Aksara Pres, 2021), 2.

⁴ Setia Putra, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce," *Jurnal Hukum* 4, no. 2 (Februari-Juli 2014): 290.

⁵ Edy Santoso, *Pengaruh Era Globalisasi Terhadap Hukum Bisnis di Indonesia*, cet. 1 (Jakarta: Kencana, 2018).

⁶ Iglooinsure.com, "Bukalapak: Memperluas Penawaran pelanggan di bidang *e-commerce*" diakses pada 13 Mei 2024, pukul 23:55 WIB di <https://iglooinsure.com/id/case-study/bukalapak-memperluas-penawaran-pelanggan-di-bidang-e-commerce/>

tidak sesuai dengan deskripsi. Ketika terjadi pelanggaran, konsumen seringkali kesulitan menuntut ganti rugi karena hubungan hukum antara penjual dan pembeli tidak terjalin secara langsung sejak awal.⁷

Selain masalah penipuan, tantangan logistik juga menjadi hambatan besar dalam *e-commerce*. Kerusakan dan kehilangan barang selama proses pengiriman seringkali menimbulkan ketidakpuasan konsumen. Hal ini, ditambah dengan persaingan ketat antar *marketplace*, membuat beberapa konsumen beralih ke *platform e-commerce* lain yang dianggap lebih andal dan aman.

Secara keseluruhan, meskipun *e-commerce* menawarkan kemudahan dan pilihan yang luas bagi konsumen, masih banyak tantangan yang perlu diatasi. Perlindungan konsumen, keamanan transaksi, dan kualitas layanan menjadi aspek krusial yang harus diperbaiki untuk memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan dan adil dalam industri *e-commerce* di Indonesia. Keberhasilan *e-commerce* tidak hanya bergantung pada inovasi teknologi, tetapi juga pada etika bisnis dan niat baik (*good faith*) dari para pelaku usaha.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui *Platform E-Commerce* Bukalapak”.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian hukum yuridis normatif didukung empiris. Pendekatan penelitian hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), pendekatan konseptual (*conceptual approach*), dan pendekatan kasus (*case approach*). Jenis Data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Untuk memperoleh informasi atau data yang diperlukan guna menjawab rumusan masalah penelitian, Peneliti menggunakan metode atau teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode analisis data yang dipergunakan adalah analisis data kualitatif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

⁷ Evan Dori, Jeremia Baransano, Jevon Alana Ibran Daeli, Dian Mulyana, dan Ilham Indra Mulya, “Perbuatan Melawan Hukum dalam Kegiatan Jual-Beli E-Commerce Berdasarkan Hukum Perdata,” *Jurnal Panorama Hukum* 8, no. 2 (2023): 153.

1. Pengaturan Transaksi Jual Beli Melalui *Platform E-Commerce* Bukalapak Di Indonesia

1) Kontrak Jual Beli Transaksi Elektronik

Era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam proses transaksi, terutama melalui transaksi elektronik dan *e-commerce*. *E-commerce*, atau perdagangan elektronik, merupakan kegiatan bisnis yang melibatkan konsumen, produsen, penyedia jasa, dan perantara perdagangan dengan memanfaatkan internet sebagai sarana utama.⁸ *E-commerce* tidak hanya memudahkan proses transaksi, tetapi juga menciptakan model bisnis yang inovatif dan kreatif, mengikuti perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Bagi pembeli, *e-commerce* menawarkan keuntungan seperti penurunan harga produk, peningkatan produktivitas, dan manajemen informasi yang lebih baik. Sementara bagi penjual, *e-commerce* memungkinkan identifikasi target pasar yang lebih akurat, peningkatan efisiensi bisnis, serta pengurangan biaya pemasaran. Internet juga berpotensi menjadi mekanisme jaringan yang efektif dan efisien antara bisnis dan pemasok, mempercepat dan mempermudah proses bisnis.⁹

Salah satu *platform e-commerce* terkemuka di Indonesia adalah Bukalapak, yang didirikan pada tahun 2010 oleh Achmad Zaky bersama dua rekannya. Bukalapak menyediakan *platform* untuk transaksi jual beli barang dan jasa, serta fitur tambahan seperti pembayaran digital, tagihan listrik, dan program pelatihan untuk UMKM. Platform ini termasuk dalam kategori *marketplace C2C (Customer to Customer)*, di mana transaksi terjadi antara konsumen dengan konsumen lainnya. Bukalapak tidak hanya memfasilitasi iklan, tetapi juga berperan sebagai pihak ketiga yang menjamin keamanan transaksi melalui sistem *escrow*, di mana pembayaran disimpan sementara hingga barang diterima oleh pembeli. Namun, meskipun menawarkan kemudahan, Bukalapak juga menghadapi berbagai tantangan, seperti keluhan konsumen terkait waktu pengiriman yang lama, produk yang tidak sesuai deskripsi, dan kesulitan dalam proses pengembalian barang.

⁸ Dr. Abdul Halim Barkatullah, S.H., M.Hum., *Hukum Transaksi Elektronik Sebagai Panduan dalam Menghadapi Era Digital Bisnis E-Commerce di Indonesia* (2017), 11.

⁹ Yapiter Marpi, S.Kom., S.H., M.H., *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Keabsahan Kontrak Elektronik dalam Transaksi E-Commerce* (Tasikmalaya: PT Zona Profesional Desain), 2–3.

Transaksi *e-commerce* diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Menurut UU ITE, transaksi elektronik didefinisikan sebagai perbuatan hukum yang dilakukan melalui sistem elektronik, seperti komputer atau jaringan internet. Kontrak elektronik adalah kesepakatan antara para pihak yang dicapai melalui sistem elektronik. Selain UU ITE, transaksi *e-commerce* juga tunduk pada Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata), khususnya dalam hal perjanjian jual beli. Menurut Pasal 1457 KUH Perdata, perjanjian jual beli adalah perjanjian di mana satu pihak berjanji menyerahkan suatu barang, dan pihak lain berjanji membayar harga yang telah disepakati. Perjanjian ini bersifat obligator, artinya mengikat para pihak untuk memenuhi kewajiban masing-masing. Meskipun prinsip dasar transaksi *e-commerce* sama dengan transaksi konvensional, terdapat perbedaan utama dalam media transaksi, proses kesepakatan, dan mekanisme keamanan.

Dalam transaksi elektronik, terdapat tiga bentuk perjanjian yang umum digunakan: *Shrink Wrap Contract*, *Click Wrap Contract*, dan *Browse Wrap Contract*. *Shrink Wrap Contract* mewajibkan konsumen untuk menerima atau menolak ketentuan tanpa informasi yang lengkap, sementara *Click Wrap Contract* mengikat konsumen setelah mereka menyetujui ketentuan dengan mengklik tombol persetujuan. *Browse Wrap Contract* mengikat konsumen hanya dengan mengakses atau menggunakan situs web. Perjanjian dalam transaksi elektronik menciptakan perikatan, yaitu hubungan hukum yang menimbulkan hak dan kewajiban bagi para pihak. Jika terjadi pelanggaran (wanprestasi), pihak yang dirugikan dapat menuntut ganti rugi berdasarkan perjanjian. Untuk memastikan keamanan dan keadilan dalam perjanjian, penting bagi para pihak untuk memahami syarat-syarat sahnya perjanjian, memastikan substansi pasal-pasal dalam perjanjian jelas dan konkret, serta mengikuti prosedur atau tahapan dalam menyusun kontrak.¹⁰

Meskipun *e-commerce* menawarkan kemudahan, terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi, antara lain keamanan transaksi, ketidaksesuaian barang, proses pengembalian barang yang rumit, dan kendala logistik seperti keterlambatan atau kerusakan barang. Risiko penipuan dan pelanggaran data juga masih menjadi masalah

¹⁰ Yessy Kusumadewi, S.H., M.H., dan Grace Sharon, S.H., M.H., *Hukum Perlindungan Konsumen*, cet. I (Yogyakarta: Lembaga Fatimah Azzahrah), 36–37.

utama dalam transaksi *e-commerce*. Oleh karena itu, penting bagi para pihak untuk memahami hak dan kewajiban mereka dalam kontrak elektronik agar terhindar dari risiko hukum dan kerugian. Dengan mematuhi regulasi yang berlaku, seperti UU ITE dan KUH Perdata, serta memastikan transparansi dan keamanan dalam setiap transaksi, *e-commerce* dapat terus berkembang sebagai sarana perdagangan yang efisien dan inovatif di era digital.¹¹

2) Keabsahan Kontrak Transaksi Elektronik

Keabsahan kontrak transaksi elektronik diakui berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata), khususnya melalui syarat sahnya perjanjian yang diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata. Syarat-syarat tersebut meliputi: (1) kesepakatan para pihak, (2) kecakapan para pihak, (3) adanya objek tertentu, dan (4) sebab yang halal. Dalam konteks transaksi elektronik, seperti yang dilakukan melalui platform Bukalapak, syarat-syarat ini tetap berlaku meskipun prosesnya dilakukan secara online. Kesepakatan merupakan persesuaian kehendak antara para pihak yang terlibat dalam perjanjian. Dalam transaksi elektronik, kesepakatan ini dapat terjadi secara tertulis atau tidak tertulis, seperti melalui klik "setuju" pada syarat dan ketentuan yang disediakan oleh platform. Pada Bukalapak, kesepakatan terjadi ketika penjual dan pembeli menyetujui syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan. Namun, kesepakatan ini harus bebas dari cacat kehendak, seperti kekhilafan, paksaan, penipuan, atau penyalahgunaan keadaan, sebagaimana diatur dalam Pasal 1321 dan Pasal 1449 KUH Perdata. Jika terdapat cacat kehendak, perjanjian dapat dibatalkan oleh pihak yang dirugikan.

Menurut Pasal 1330 KUH Perdata, pihak yang tidak cakap untuk membuat perjanjian adalah mereka yang belum dewasa (di bawah 21 tahun dan belum menikah), berada di bawah pengampuan, atau perempuan yang telah menikah (meskipun ketentuan ini sudah tidak relevan dengan perkembangan zaman). Dalam konteks transaksi elektronik, seperti di Bukalapak, sulit untuk memastikan kecakapan para pihak karena proses pendaftaran akun tidak selalu memverifikasi usia atau status hukum pengguna. Hal ini menimbulkan risiko bahwa transaksi dapat dilakukan oleh pihak yang tidak cakap secara hukum. Objek perjanjian harus jelas dan dapat ditentukan

¹¹ Yapiter Marpi, S.Kom., S.H., M.H., *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Keabsahan Kontrak Elektronik dalam Transaksi E-commerce* (Tasikmalaya: PT Zona Profesional Desain), 8.

jenisnya, meskipun jumlahnya dapat ditetapkan kemudian. Dalam transaksi elektronik, objek ini biasanya berupa barang atau jasa yang ditawarkan melalui platform. Misalnya, di Bukalapak, objek perjanjian adalah produk-produk yang dijual oleh penjual, seperti barang elektronik, pakaian, atau produk UMKM. Informasi tentang produk ini harus jelas dan transparan agar tidak menimbulkan sengketa di kemudian hari. Sebab atau tujuan perjanjian harus halal, artinya tidak bertentangan dengan undang-undang, kepentingan umum, atau norma kesusilaan. Misalnya, transaksi yang melibatkan barang ilegal atau kegiatan yang melanggar hukum tidak dapat dianggap sah. Dalam *e-commerce*, platform seperti Bukalapak harus memastikan bahwa produk yang dijual mematuhi regulasi yang berlaku.

Menurut Asser, perjanjian terdiri dari tiga unsur: *Essensialia*, *Naturalia*, dan *Accidentalialia*. *Essensialia* adalah unsur inti yang mutlak harus ada, seperti kesepakatan dan objek tertentu. *Naturalia* adalah unsur yang secara alami melekat pada perjanjian, seperti jaminan terhadap cacat tersembunyi pada barang. *Accidentalialia* adalah unsur tambahan yang harus disepakati secara tegas, seperti metode pembayaran atau alamat pengiriman. Transaksi *e-commerce* juga tunduk pada asas-asas hukum perjanjian dalam KUH Perdata, antara lain Asas Kebebasan Berkontrak (*Contractvrijheid*), Asas Konsensualisme, Asas Itikad Baik, Asas Kepercayaan, Asas Kekuatan Mengikat (*Pacta Sunt Servanda*), Asas Kepastian Hukum, dan Asas Keseimbangan. Asas-asas ini menjadi dasar dalam melaksanakan transaksi *e-commerce*, memastikan bahwa perjanjian dilaksanakan dengan itikad baik, saling percaya, dan memberikan kepastian hukum bagi para pihak.

Menurut Pasal 18 (1) UU ITE, kontrak elektronik memiliki daya ikat yang sama dengan perjanjian konvensional. Artinya, meskipun perjanjian dilakukan secara elektronik, hak dan kewajiban para pihak tetap berlaku sebagaimana diatur dalam hukum perjanjian. Dalam konteks Bukalapak, transaksi yang dilakukan melalui platform ini mengikat penjual dan pembeli, serta melahirkan hak dan kewajiban bagi kedua belah pihak. Dengan memahami dan mematuhi syarat-syarat serta asas-asas ini, transaksi elektronik dapat berjalan dengan aman, adil, dan sesuai dengan hukum yang berlaku. Keabsahan kontrak transaksi elektronik, seperti yang dilakukan melalui Bukalapak, diakui berdasarkan syarat-syarat yang diatur dalam KUH Perdata dan UU ITE. Meskipun transaksi dilakukan secara online, prinsip-prinsip

hukum perjanjian tetap berlaku, termasuk kesepakatan, kecakapan, objek tertentu, dan sebab yang halal. Selain itu, asas-asas hukum perjanjian, seperti itikad baik dan kekuatan mengikat, juga menjadi dasar dalam melaksanakan transaksi *e-commerce*. Dengan memahami dan mematuhi syarat-syarat serta asas-asas ini, transaksi elektronik dapat berjalan dengan aman, adil, dan sesuai dengan hukum yang berlaku.

3) Pengaturan Hukum Terhadap Kontrak Jual Beli *E-Commerce*

Pengaturan hukum terhadap pelaksanaan transaksi *e-commerce* di Indonesia diatur melalui beberapa peraturan perundang-undangan, antara lain Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 jo. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, serta ketentuan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) seperti Pasal 1233 tentang lahirnya perikatan, Pasal 1320 tentang syarat sah perjanjian, dan Pasal 1457 tentang jual beli. Selain itu, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik juga menjadi dasar hukum yang mengatur transaksi *e-commerce*. Secara umum, transaksi *e-commerce* memiliki persamaan dengan transaksi konvensional dalam hal syarat sahnya perjanjian, yaitu kesepakatan para pihak, kecakapan, objek tertentu, dan sebab yang halal. Namun, transaksi *e-commerce* juga memiliki tantangan tersendiri, seperti penggunaan tanda tangan digital yang belum sepenuhnya dipercaya dan kesulitan dalam mendeteksi kecakapan para pihak yang terlibat.

E-commerce memberikan berbagai manfaat bagi organisasi bisnis dan konsumen. Bagi organisasi bisnis, *e-commerce* dapat meningkatkan pangsa pasar, menurunkan biaya operasional, melebarkan jangkauan, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan memperbaiki manajemen pasokan. Sementara bagi konsumen, *e-commerce* memungkinkan transaksi 24 jam, menyediakan produk dengan harga kompetitif, mempercepat pengiriman, dan memfasilitasi interaksi antar pelanggan melalui komunitas elektronik. Proses transaksi jual beli secara online, seperti yang dilakukan di Bukalapak, melibatkan lima tahap utama: *Find it* (mencari produk), *Explore it* (menjelajahi detail produk), *Select it* (memilih produk), *Buy it* (melakukan pembayaran), dan *Ship it* (pengiriman produk). Bukalapak bekerja sama

dengan berbagai mitra ekspedisi dan penyedia jasa pembayaran untuk memastikan proses transaksi berjalan lancar dan aman.¹²

Keamanan dalam transaksi *e-commerce* menjadi aspek penting yang harus diperhatikan. Beberapa prinsip keamanan yang perlu diterapkan meliputi *security* (keamanan data), *confidentiality* (kerahasiaan), *integrity* (keutuhan data), *authentication* (verifikasi identitas), *authorization* (otorisasi transaksi), dan *assurance* (jaminan keandalan). Menurut Pasal 9 UU ITE, pelaku usaha wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar mengenai produk yang ditawarkan. Selain itu, Pasal 10 ayat (1) UU ITE mewajibkan pelaku usaha untuk mendapatkan sertifikasi keandalan dari lembaga yang berwenang. Prinsip-prinsip seperti kehati-hatian, transparansi, akuntabilitas, dan perlindungan konsumen juga harus diterapkan dalam penyelenggaraan *e-commerce*. Jika prinsip-prinsip ini dilanggar, pihak yang dirugikan dapat menuntut pertanggungjawaban sesuai dengan ketentuan hukum.

Dalam konteks Bukalapak, platform ini menyediakan berbagai metode pembayaran, seperti cicilan kartu kredit, *virtual account*, pembayaran instan, dan pembayaran melalui gerai offline. Mekanisme pembayaran ini didukung oleh peraturan perundang-undangan, seperti UU ITE dan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK). Selain itu, Bukalapak juga memiliki aturan penggunaan dan kebijakan privasi yang mengikat para pengguna, sesuai dengan peraturan perundang-undangan di Indonesia. Transaksi *e-commerce* di Bukalapak termasuk dalam kategori *Consumer to Consumer (C2C)*, di mana transaksi terjadi antara konsumen dengan konsumen lainnya melalui platform yang disediakan. Fitur-fitur seperti negoisasi harga dan sistem rating menjadi daya tarik tersendiri bagi pengguna.

Meskipun *e-commerce* menawarkan kemudahan, konsumen perlu tetap waspada terhadap risiko penipuan, seperti penjualan barang palsu atau informasi yang tidak akurat. Sebelum melakukan transaksi, konsumen disarankan untuk memverifikasi informasi penjual, alamat, dan nomor telepon yang dapat dihubungi. Pelaku usaha juga diwajibkan untuk menyediakan informasi yang lengkap dan benar sesuai dengan Undang-Undang Perdagangan dan UU ITE. Jika terjadi pelanggaran, pelaku usaha dapat dimintai pertanggungjawaban atas kerugian yang timbul. Dengan

¹² Jasmine Adhwaisy Meifriday dan Pranoto, "Hubungan Hukum Antara Bukalapak Sebagai Marketplace Dengan Penjual Sebagai Merchant (Studi Di Bukalapak.com)," *Jurnal Privat Law* Vol. VIII, No. 2 (Juli-Desember 2020): 277.

demikian, pengaturan hukum yang komprehensif dan penerapan prinsip-prinsip keamanan serta transparansi menjadi kunci dalam memastikan transaksi *e-commerce* berjalan adil, aman, dan sesuai dengan hukum yang berlaku

2. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Jika Terjadi Permasalahan Dalam Transaksi Jual Beli Melalui *Platform E-Commerce* Bukalapak Di Indonesia

1) Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Perlindungan hukum terhadap konsumen merupakan aspek penting dalam transaksi bisnis yang melibatkan pelaku usaha dan konsumen. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan barang dan jasa yang aman, berkualitas, serta sesuai dengan informasi yang diberikan oleh pelaku usaha. Namun, dalam praktiknya, sering terjadi ketidakseimbangan posisi antara konsumen dan pelaku usaha, di mana konsumen sering kali berada dalam posisi lemah dan tidak memiliki cukup pengetahuan atau kekuatan untuk menuntut haknya. Oleh karena itu, negara melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) hadir untuk memberikan perlindungan hukum yang jelas bagi konsumen.¹³

Menurut Pasal 1 angka 2 UUPK, konsumen adalah setiap orang yang menggunakan barang atau jasa untuk keperluan pribadi, keluarga, atau makhluk hidup lain tanpa tujuan komersial. Sementara itu, pelaku usaha adalah individu atau badan usaha yang menjalankan aktivitas ekonomi, baik di bidang produksi maupun distribusi barang dan jasa. Undang-Undang ini bertujuan untuk menciptakan keseimbangan dalam hubungan antara konsumen dan pelaku usaha, di mana keduanya memiliki hak dan kewajiban yang harus dipatuhi. Konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam menggunakan barang atau jasa, sementara pelaku usaha wajib memberikan informasi yang jujur serta bertanggung jawab atas produk yang dipasarkan.

Perlindungan konsumen berlandaskan beberapa asas utama sebagaimana diatur dalam Pasal 2 UUPK, yaitu asas manfaat, asas keadilan, asas keseimbangan, asas keamanan dan keselamatan konsumen, serta asas kepastian hukum. Melalui asas-asas ini, diharapkan kepentingan konsumen dapat terlindungi tanpa mengabaikan hak-hak pelaku usaha. Selain itu, tujuan dari perlindungan konsumen sebagaimana disebutkan dalam Pasal 3 UUPK antara lain

¹³ Dr. Abd. Haris Hamid, S.H., M.H., *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, cet. I (Makassar: SAH MEDIA, 2017), 5.

adalah untuk meningkatkan kesadaran konsumen, memberdayakan mereka dalam memilih barang dan jasa, serta memastikan pelaku usaha menjalankan usahanya dengan penuh tanggung jawab.¹⁴

Dalam era digital, tantangan perlindungan konsumen semakin kompleks, terutama dengan berkembangnya transaksi elektronik melalui marketplace seperti Bukalapak dan Tokopedia. *Marketplace* ini memiliki kebijakan sendiri dalam memberikan perlindungan kepada konsumen, seperti sistem *escrow* yang menahan pembayaran hingga konsumen menerima barang sesuai dengan pesanan. Namun, dalam beberapa kasus, konsumen masih menghadapi kendala dalam menyelesaikan sengketa dengan pelaku usaha. Oleh karena itu, upaya peningkatan perlindungan konsumen harus terus dilakukan, baik melalui regulasi yang lebih ketat maupun edukasi bagi masyarakat agar lebih memahami hak-haknya sebagai konsumen.

Negara memiliki peran besar dalam memastikan perlindungan hukum bagi konsumen dengan menciptakan kebijakan yang mendukung keseimbangan antara kepentingan konsumen dan pelaku usaha. Pemerintah juga perlu memperkuat lembaga perlindungan konsumen, seperti Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), agar dapat memberikan advokasi yang lebih efektif bagi konsumen. Dengan adanya regulasi yang jelas, penegakan hukum yang tegas, serta kesadaran masyarakat yang tinggi, diharapkan perlindungan konsumen di Indonesia dapat berjalan lebih optimal, menciptakan iklim usaha yang sehat dan berkeadilan.

2) Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Berdasarkan Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)

Kasus keluhan pelanggan terhadap layanan Bukalapak menunjukkan adanya permasalahan dalam penanganan transaksi dan keluhan konsumen yang lambat. Salah satu pelanggan mengalami kendala di mana transaksi pembelian menggunakan kartu kredit BCA kedaluwarsa, tetapi tagihan tetap berjalan hingga cicilan ke sepuluh. Meskipun pengguna telah mengajukan komplain berkali-kali kepada pihak Bukalapak, tanggapannya tidak memuaskan dan penyelesaian masalah memakan waktu hampir satu tahun tanpa kejelasan. Hal ini menyebabkan kekecewaan konsumen dan berpotensi merusak reputasi Bukalapak sebagai marketplace yang dapat diandalkan. Dari perspektif hukum, perlindungan konsumen dalam

¹⁴ Niru Anita Sinaga dan Nunuk Sulisrudatin, "Pelaksanaan Perlindungan Konsumen di Indonesia," *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara – Fakultas Hukum Universitas Suryadarma* 5, no. 2 (Maret 2015): 75.

transaksi elektronik telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).

Salah satu aspek utama dalam UU ITE adalah perlindungan data pribadi yang diatur dalam Pasal 26. Setiap informasi pribadi yang diberikan oleh pengguna harus dijaga keamanannya dan tidak boleh digunakan tanpa persetujuan pemilik data. Bukalapak memiliki kewajiban untuk menjaga kerahasiaan data pengguna dan memastikan bahwa data transaksi tidak disalahgunakan atau bocor ke pihak yang tidak berwenang. Dalam kasus ini, apabila informasi transaksi pelanggan tidak dikelola dengan baik, maka ada potensi pelanggaran terhadap hak privasi konsumen. Selain itu, Pasal 15 UU ITE mengatur kewajiban pelaku usaha dalam transaksi elektronik, di mana setiap penyelenggara sistem elektronik, termasuk Bukalapak, wajib menyelenggarakan sistem yang andal, aman, dan bertanggung jawab. Bukalapak bertanggung jawab atas berjalannya transaksi secara adil dan transparan. Jika terjadi permasalahan seperti kegagalan transaksi yang berlanjut ke tagihan kartu kredit, Bukalapak seharusnya segera memberikan solusi kepada konsumen. Namun, dalam kasus ini, respon yang lambat menunjukkan bahwa sistem penyelesaian sengketa di Bukalapak masih belum optimal.

Lebih lanjut, Pasal 28 UU ITE memberikan perlindungan kepada konsumen dari kerugian akibat transaksi elektronik yang tidak sah. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan dari transaksi yang merugikan, sehingga jika suatu sistem elektronik mengalami kesalahan yang menyebabkan kerugian bagi konsumen, penyelenggara sistem wajib memberikan solusi yang adil. Dalam kasus ini, Bukalapak seharusnya bertindak cepat dalam memberikan solusi bagi pengguna yang terkena dampak tagihan tidak sah agar tidak terjadi kerugian yang berkepanjangan. Selain itu, Pasal 6 UU ITE menegaskan bahwa transaksi elektronik memiliki kekuatan hukum yang sama dengan transaksi konvensional, selama dokumen elektronik yang digunakan dapat diakses, ditampilkan, dan dijamin keutuhannya. Dengan demikian, transaksi pembelian yang dilakukan di Bukalapak seharusnya dapat diakui secara sah dan digunakan sebagai bukti dalam penyelesaian sengketa.

Dalam hal penyelesaian sengketa, Pasal 18 UU ITE memberikan hak kepada para pihak yang terlibat dalam transaksi elektronik untuk memilih mekanisme penyelesaian, baik melalui pengadilan, arbitrase, atau jalur penyelesaian sengketa lainnya. Bukalapak seharusnya menyediakan mekanisme penyelesaian yang efektif, seperti pusat resolusi sengketa yang responsif, sehingga masalah pelanggan dapat diselesaikan dengan cepat tanpa merugikan pihak manapun. Sementara itu, untuk mencegah tindakan penipuan dalam transaksi elektronik, Pasal

28 Ayat 1 UU ITE mengatur bahwa marketplace seperti Bukalapak harus memastikan setiap transaksi dilakukan dengan jujur dan transparan serta memiliki mekanisme untuk mencegah praktik penipuan. Jika ada indikasi penipuan dalam sistem transaksi, Bukalapak harus bertindak cepat untuk melakukan verifikasi dan memberikan solusi bagi konsumen yang terdampak.

Untuk memastikan kepatuhan terhadap UU ITE dan meningkatkan perlindungan konsumen, Bukalapak perlu mengimplementasikan berbagai langkah strategis. Pertama, menerapkan kebijakan privasi yang ketat dengan menjelaskan secara transparan bagaimana data pribadi konsumen dikumpulkan, digunakan, dan dilindungi. Kedua, memperkuat sistem keamanan elektronik dengan menggunakan teknologi enkripsi, sertifikasi keamanan, serta audit berkala untuk memastikan integritas sistem. Ketiga, meningkatkan mekanisme penyelesaian sengketa dengan menyediakan pusat resolusi yang dapat diakses dengan mudah oleh konsumen dan mampu menangani keluhan secara cepat dan efisien. Keempat, memperketat proses verifikasi dan otentikasi untuk menghindari kesalahan dalam transaksi, termasuk penerapan sistem otentikasi dua faktor guna meningkatkan keamanan dalam login dan transaksi. Terakhir, menyediakan layanan pelanggan yang lebih responsif untuk menangani keluhan konsumen dengan cepat dan memastikan setiap permasalahan mendapatkan solusi yang adil.

Dengan penerapan langkah-langkah tersebut, Bukalapak dapat meningkatkan kepercayaan pengguna dan memberikan jaminan perlindungan hukum dalam setiap transaksi elektronik yang dilakukan di platformnya. Jika tidak ada perbaikan dalam sistem penyelesaian sengketa dan perlindungan konsumen, maka Bukalapak berisiko kehilangan pelanggan yang berpindah ke marketplace lain yang lebih responsif terhadap permasalahan mereka.

Dalam hal ini penulis berpendapat bahwa, kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang konsumen memiliki resiko yang besar daripada pelaku usaha, dengan kata lain hak-hak konsumen sangat rentan. Disebabkan posisi tawar konsumen yang lemah, maka hak-hak konsumen sangat riskan untuk dilanggar. Menurut UUPK tidak hanya mengatur tentang perlindungan hukum terhadap konsumen tetapi juga mengatur tentang hak-hak dan kewajiban para pelaku usaha. Dari aturan-aturan tersebut dapat dilihat bahwa kedudukan antara pelaku usaha dan konsumen mempunyai kedudukan yang sama. Selain itu dijelaskan juga peran hukum yang melindungi konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha para pelaku usaha, tetapi justru sebaliknya, sebab perlindungan konsumen dapat mendorong iklim

berusaha yang sehat. Dengan payung hukum yang ditetapkan oleh pemerintah, perlindungan hak konsumen di Indonesia dapat dilakukan dengan yakin. Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen menyatakan bahwa "perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan khusus kepada konsumen".hal ini berkaitan dengan asas-asas dan tujuan perlindungan konsumen serta melihat bagaimana hak dan kewajiban para pihak terpenuhi agar mendapatkan perlindungan yang tepat. Selain itu perlindungan hukum terhadap konsumen menurut UU ITE menyebutkan bahwa agar dapat melindungi data pribadi para pengguna untuk mengantisipasi hal yang tidak di inginkan seperti kecurian data pribadi atau lain sebagainya. Hal ini termuat dalam prinsip perlindungan data pribadi : keamanan dan kerahasiaan data (pasal 26), kewajiban pelaku usaha dalam transaksi elektronik : tanggung jawab pelaku usaha (pasal 15), mekanisme perlindungan konsumen : perlindungan terhadap kerugian (pasal 28), validitas transaksi elektronik : pengakuan dan keabsahan transaksi elektronik (pasal 6), penyelesaian sengketa : penyelesaian sengketa elektronik (pasal 18), perlindungan terhadap penipuan dan penyalahgunaan : larangan penipuan dalam transaksi elektronik (pasal 28 ayat 1).

KESIMPULAN

Bukalapak merupakan model *e-bisnis* dari jenis *e-commerce* yaitu termasuk dalam *marketplace C2C*, Bukalapak telah mengatur adanya kesepakatan antara para pihak yang menggunakan marketplace itu, termuat dalam bagian Aturan Penggunaan Bukalapak. Berbentuk kesepakatan yang merupakan perjanjian mengikat antara pengguna dengan Bukalapak. Pengaturan transaksi elektronik yang mengatur tentang Bukalapak yaitu Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Perjanjian jual beli yang digunakan pada transaksi elektronik berkaitan dengan Pasal 1457 KUH Perdata yaitu suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengingatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Suatu transaksi jual beli baik itu secara elektronik maupun konvensional perlu adanya syarat sah suatu perjanjian menurut Pasal 1320 KUH Perdata.

Dalam memenuhi perlindungan hukum terhadap konsumen pada *marketplace* Bukalapak, Bukalapak juga menyediakan fasilitas komplain apabila ada ketidakpuasan

pembeli atas barang yang diterimanya dengan memperhatikan hak dan kewajiban para pihak. Menurut perspektif hukum pidana, jika terdapat tindakan penipuan penjual tidak mengirimkan barang setelah menerima pembayaran atau barang yang dikirim tidak sesuai, konsumen dapat melaporkan hal ini sebagai Tindakan penipuan yang diatur dalam KUHP. Selain itu, jika terjadi pencurian data pribadi atau informasi keuangan konsumen, hal ini juga dapat dikenai sanksi pidana sesuai dengan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Dalam UUPK, mengatur sanksi pidana bagi pelaku usaha yang melanggar hak-hak konsumen. Menurut perspektif perdata, transaksi jual beli yang dilakukan Bukalapak dianggap sebagai perjanjian antara penjual dan pembeli. Jika terjadi sengketa, konsumen dapat mengajukan gugatan perdata berdasarkan wanprestasi atau ingkar janji. Selain itu, konsumen dapat menuntut ganti rugi kepada penjual atau Bukalapak jika merasa dirugikan. Pasal 1365 KUH Perdata yang mengatur tentang Perbuatan Melawan Hukum dapat dijadikan dasar untuk menuntut ganti rugi atas kerugian yang dialami oleh konsumen.

SARAN

Bukalapak belum sepenuhnya memenuhi suatu syarat sah perjanjian jual beli yang berpedoman pada pasal 1320 KUH Perdata, yang dimana Bukalapak tersebut pada salah satu syarat sah suatu perjanjian yaitu cakap, belum menjelaskan secara detail atau menyaring pengguna atau konsumen dalam bertransaksi elektronik apakah sudah termasuk cakap menurut hukum atau belum.

Perlu diperhatikan secara kuat lagi terkait perlindungan hukum kepada konsumen, meskipun sudah ada aturan pengguna yang terdapat di Bukalapak namun pada praktiknya masih saja ada konsumen yang merasa dirugikan dan kebanyakan konsumen memilih marketplace lain. Adanya peran pemerintah dalam menangani hal ini sangat diperlukan

DAFTAR PUSTAKA

- Abd. Haris Hamid. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Cet. I. Makassar: SAH MEDIA, 2017.
- Abdul Halim Barkatullah. *Hukum Transaksi Elektronik Sebagai Panduan dalam Menghadapi Era Digital Bisnis E-Commerce di Indonesia*. 2017.
- Ahmad Miru dan Sutarman Yodo. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Edisi revisi, cet. 9. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015.

- Edy Santoso. *Pengaruh Era Globalisasi Terhadap Hukum Bisnis di Indonesia*. Cet. 1. Jakarta: Kencana, 2018.
- Evan Dori, Jeremia Baransano, Jevon Alana Ibran Daeli, Dian Mulyana, dan Ilham Indra Mulya. "Perbuatan Melawan Hukum dalam Kegiatan Jual-Beli E-Commerce Berdasarkan Hukum Perdata." *Jurnal Panorama Hukum* 8, no. 2 (2023).
- Niru Anita Sinaga dan Nunuk Sulisrudatin. "Pelaksanaan Perlindungan Konsumen di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara – Fakultas Hukum Universitas Suryadarma* 5, no. 2 (Maret 2015).
- Sabtarini Kusumaningsih, Joko Sutopo, dan Fenti Nurlaeli. *Buku Panduan Marketplace*. Cet. 1. Surabaya: CV. Global Aksara Pres, 2021.
- Setia Putra. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce." *Jurnal Hukum* 4, no. 2 (Februari–Juli 2014).
- Yapiter Marpi. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Keabsahan Kontrak Elektronik dalam Transaksi E-Commerce*. Tasikmalaya: PT Zona Profesional Desain, 2–3.
- Yapiter Marpi. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Keabsahan Kontrak Elektronik dalam Transaksi E-Commerce*. Tasikmalaya: PT Zona Profesional Desain, 8.
- Yessy Kusumadewi dan Grace Sharon. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Cet. I. Yogyakarta: Lembaga Fatimah Azzahrah, 36–37.
- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata)
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah menjadi Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Undang-Undang nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan.
- Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.