

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berbicara mengenai *marketplace* di Indonesia ada beberapa yang digunakan oleh konsumen diantaranya, *shopee*, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, bahkan yang sedang heboh dan banyak diminati oleh konsumen adalah *tiktokshop*. *Marketplace* adalah sebuah wadah pemasaran produk secara elektronik yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli untuk saling bertransaksi. Berdasarkan data Similarweb, *Shopee* merupakan *e-commerce* dengan jumlah kunjungan situs terbanyak di Indonesia pada kuartal I 2023.¹ Selama periode Januari- Maret tahun ini, situs *Shopee* meraih rata-rata 157,9 juta kunjungan per bulan, jauh melampaui para pesaingnya. Dalam periode sama, situs Tokopedia meraih rata-rata 117 juta kunjungan, situs Lazada 83,2 juta kunjungan, situs BliBli 25,4 juta kunjungan, dan situs Bukalapak 18,1 juta

Dalam jual beli *online* (*e-commerce*) tersebut ada pelaku usaha, konsumen dan pasar yang disebut dengan *marketplace*. *Marketplace* yang disebut sebagai pasar atau tempat melakukan jual beli *online*. Selanjutnya, Pasal 1 Angka 3 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen “Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.”

¹ Adi Ahdiat, 5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>, diakses pada tanggal 16 Desember 2023, Pukul 19.00.

sedangkan Pasal 1 Angka 2 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”

Perlindungan Konsumen dalam kegiatan perdagangan ini dimaksudkan untuk menciptakan keseimbangan hak dan kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen. Di Indonesia, perlindungan konsumen sangat diperhatikan karena berkaitan dengan aturan untuk menciptakan kesejahteraan. Keseimbangan antara pengusaha dan konsumen dapat menghasilkan masyarakat yang sejahtera dan makmur. Hak sebagai konsumen diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, secara spesifik hak konsumen atas informasi diatur dalam Pasal 4 huruf c dan d Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Hak atas keterbukaan informasi yang disebut sebagai hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; dan hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan. Terkait dari hak konsumen diatas, Kewajiban pelaku usaha berdasarkan Pasal 7 UUPK, adalah: 1) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya. 2) Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan. Salah satu hak universal konsumen adalah hak atas informasi yang benar. Semua informasi harus disampaikan dengan lengkap dan akurat oleh pihak yang bertanggung jawab untuk memastikan bahwa tidak ada yang disembunyikan atau tidak tercantum mengenai hak konsumen. Informasi yang

tidak lengkap atau tidak memadai harus dipahami secara mudah karena jika tidak, informasi tersebut tidak akan berguna sama sekali. Informasi yang tidak lengkap dapat membuat pelanggan merasa tertipu menjadikan penulis tertarik membahas mengenai hak atas keterbukaan informasi yang dimaknai dengan hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang serta hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan, namun menurut pengamatan penulis belum ada ketentuan yang jelas mengenai cara konsumen untuk menyampaikan pendapat dan keluhannya tersebut, yang menurut penulis salah satu caranya adalah dengan diakui keberadaannya (eksistensi) penilaian konsumen dalam jual beli *online* di *marketplace*.

Eksistensi penilaian konsumen sebagai salah satu cara konsumen dalam menyampaikan pendapat yang biasanya berbentuk ulasan (*review*) setelah berbelanja barang di *marketplace*, terkait salah satu asas hukum yaitu asas kepastian hukum, belum ada norma yang jelas untuk diakui adanya penilaian konsumen dalam aturan mengenai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), Isu hukum yang diangkat penulis adalah mengacu pada bentuk penafsiran atas asas kepastian hukum dan ketidakjelasan hukum dalam eksistensi penilaian konsumen, kepastian hukum mengacu pada upaya pihak berwenang untuk membuat undang-undang yang memiliki suatu aspek yuridis dan dapat menjamin bahwa hukum berfungsi sebagai peraturan yang harus dan wajib ditaati oleh masyarakat atau warga negaranya, karena menyangkut ketidakjelasan norma hukum, maka untuk melihat hal tersebut penulis mengaitkan dengan asas kepastian hukum.

Jika dikaitkan dengan eksistensi penilaian konsumen dengan hak yang dimiliki oleh konsumen atas keterbukaan informasi yaitu hak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur, mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; dan hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan, yang diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dikaitkan dengan pengawasan oleh Dirjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga selanjutnya disingkat (PKTN) dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), namun belum terdapat norma yang secara jelas mengatur hal tersebut, maka dari itu penulis ingin mengkaji lebih lanjut tentang permasalahan norma yang kabur tentang pengaturan pengawasan oleh Dirjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga terhadap pelaku usaha.

Terkait pengaturan jual beli *online* diatur berdasarkan ketentuan Pasal 1 Angka 24 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Perdagangan melalui Sistem Elektronik selanjutnya disingkat UU (PMSE) adalah Perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik, selanjutnya Pasal 65 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, mengatur dasar perdagangan secara elektronik, dalam melaksanakan transaksi elektronik berupa media *online*, syarat wajib yang harus diperhatikan adalah penjual barang atau jasa harus mencantumkan informasi yang secara jujur, asli serta akurat kepada konsumen.

Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) dalam transaksi elektronik memberikan penjelasan mengenai adanya pengaturan dalam transaksi elektronik. Setiap pelaku usaha atau jasa dalam adanya transaksi elektronik wajib

menyertakan informasi tentang barang dan jasa yang diperjual belikan secara jujur, terbuka serta akurat. Serta setiap pelaku usaha sangat dilarang keras dalam melakukan perdagangan, jika barang atau jasa yang diterima konsumen tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan, karena hal ini sangat bertentangan dengan pengaturan hukum yang berlaku atas perdagangan.

Lebih lanjut dalam tidaknya terpenuhi syarat-syarat yang harus dilakukan dalam melakukan transaksi dalam Perdagangan Melalui sistem Elektronik (PMSE) pelaku usaha melanggar adanya keakuratan informasi dalam dibagikan kepada konsumen melanggar Pasal 80 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) dalam hal ini pelaku yang terbukti melakukan pelanggaran akan dikenakan sanksi berupa pencabutan izin usaha, didaftarkan ke *blacklist* perdagangan, akan diawasi ketat usahanya dengan dimasukkan dalam daftar pengawasan perdagangan yang mana dikenai sanksi admisnistrasi oleh Menteri Perdagangan.

Terkait jual beli *online*, penilaian konsumen diperlukan sebagai sarana bagi konsumen untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan, serta untuk melihat kondisi barang atau pengalaman dari pembeli sebelumnya di *marketplace*, terhadap pengaturan pengawasan oleh Dirjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (PKTN). Direktur Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga yang selanjutnya disebut Direktur Jenderal (PKTN) adalah direktur jenderal yang membidangi perlindungan konsumen dan tertib niaga. Sedangkan Fungsi Dirjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (PKTN) adalah pelaksanaan pengawasan dan penyidikan kegiatan perdagangan, barang beredar dan/ atau jasa, dan metrologi legal

terhadap pelaku usaha pada perdagangan *online* yang bertujuan untuk mengatasi adanya penilaian buruk dari konsumen dan memastikan jual beli *online* sesuai dengan norma yang berlaku.

Untuk melihat eksistensi penilaian konsumen dalam jual beli *online* dan pengaturan pengawasan oleh Dirjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (PKTN) terhadap pelaku usaha dalam diperlukan suatu norma yang jelas agar konsumen didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan, serta memperoleh barang sesuai dengan informasi yang benar, jelas, dan jujur, mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa yang dijelaskan pelaku usaha serta menjadikan Dirjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (PKTN) berfungsi dengan ketentuan yang pasti berdasarkan norma yang jelas (tidak kabur/ *multitafsir*) melakukan pengawasan terhadap pelaku usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE).

Berdasarkan uraian di atas mendorong keinginan dan rasa ingin tahu penulis untuk mengetahui lebih dalam mengenai eksistensi penilaian konsumen dalam jual beli *online* terhadap pengawasan oleh Dirjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (PKTN) dan untuk mengetahui Pengaturan Pengawasan Dirjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (PKTN) Terhadap Pelaku Usaha menurut Pasal 79 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 tahun 2019 tentang Perdagangan melalui Sistem Elektronik. Dalam hal ini penulis mengangkat judul tentang **Eksistensi Penilaian Konsumen Dalam Jual Beli Online di Marketplace Dikaitkan Dengan Pengawasan Oleh Dirjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang telah dikemukakan di atas, dapat dikemukakan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaturan eksistensi penilaian konsumen dalam jual beli *online* terhadap pengawasan oleh Dirjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga?
2. Bagaimana pengaturan pengawasan oleh Dirjen PKTN terhadap pelaku usaha dalam jual beli *online*?

C. Tujuan Penelitian

Penulisan ini secara umum bertujuan untuk memenuhi kewajiban sebagai mahasiswa Fakultas Hukum yang akan menyelesaikan pendidikan guna memperoleh gelar Sarjana Hukum, sedangkan jika dilihat dari rumusan masalah yang dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaturan eksistensi penilaian konsumen dalam jual beli *online* terhadap pengawasan oleh Dirjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaturan pengawasan oleh Dirjen PKTN terhadap pelaku usaha dalam jual beli *online*.

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis, maupun pihak-pihak terkait. Adapun manfaat penelitian ini yaitu:

Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat dan dijadikan *referensi* bagi semua pihak yang berkepentingan dalam rangka

pengembangan ilmu pengetahuan khususnya, untuk mengetahui dan menganalisis pengaturan eksistensi penilaian konsumen dalam jual beli *online* terhadap pengawasan oleh Dirjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga dan untuk mengetahui dan menganalisis pengaturan pengawasan oleh Dirjen PKTN terhadap pelaku usaha dalam jual beli *online*.

1. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang terkait dalam penelitian ini, diantaranya :

- a. Memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak yang memiliki kepentingan untuk dijadikan sebagai sumber informasi yang ditujukan untuk membantu dalam menyelesaikan permasalahan- permasalahan yang terjadi.
- b. Bagi kalangan pembuat peraturan perundang-undangan, diharapkan dapat dijadikan masukan berharga dengan adanya analisis mendalam terhadap dasar hukum dan norma yang relevan untuk mengembangkan regulasi yang lebih baik dalam industri *e-commerce*.
- c. Sebagai masukan bagi masyarakat tentang ilmu pengetahuan untuk pengaturan eksistensi penilaian konsumen dalam jual beli *online* terhadap pengawasan oleh Dirjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga dan untuk mengetahui pengaturan pengawasan Dirjen PKTN terhadap pelaku usaha dalam jual beli *online*.

E. Metode Penelitian

Untuk memperoleh hasil yang maksimal demi kesempurnaan penulisan penelitian ini, sehingga sasaran dan tujuan yang diinginkan dapat tercapai, maka metode penelitian yang dipakai dalam penulisan ini adalah sebagai berikut :

1. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang dipakai dalam penulisan ini adalah yuridis normatif, dimana pengumpulan data dilakukan dengan cara pendekatan perundang-undangan, karena yang akan diteliti adalah berbagai aturan hukum yang menjadi fokus sekaligus tema sentral suatu penelitian.²

2. Sifat Penelitian

Sifat dari penelitian ini adalah deskriptif yang penelitian bertujuan untuk memberikan gambaran analitis terhadap fakta yang didapat dengan peraturan perundang-undangan. Pendekatan perundang-undangan akan melakukan pendekatan terhadap undang-undang yang terkait pada permasalahan. Pendekatan perundang-undangan, yaitu dengan melakukan analisis tiap-tiap Undang-Undang dan peraturan yang terkait diantaranya adalah pendekatan terhadap Kitab Undang-Undang Perdata, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Peraturan Presiden Nomor 11 Tahun 2022 Tentang Kementerian Perdagangan dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2023 Tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik, dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2018 Tentang Pelaksanaan Pengawasan Kegiatan Perdagangan. yang berlaku untuk memperoleh gambaran menyeluruh tentang eksistensi penilaian konsumen dalam jual beli *online* terhadap pengawasan oleh Dirjen

² Johnny Ibrahim, 2019, *Teori & Metode Penelitian Hukum Normatif*, Bayumedia, Malang, hlm. 301.

Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga dan untuk mengetahui pengaturan pengawasan Dirjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga terhadap pelaku usaha menurut Pasal 79 PP RI nomor 80 tahun 2019 tentang Perdagangan melalui Sistem Elektronik.

3. Sumber dan Jenis Data

a. Sumber Data

Sumber Data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah :

1) Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian ini menggunakan data kepustakaan yang bersumber antara lain :

1. Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Andalas.
2. Buku-buku yang berkaitan dan menunjang pembahasan.
3. Jurnal-jurnal hukum.
4. Bahan-bahan pendukung yang tersedia di internet.

b. Jenis Data

1) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari studi dan kepustakaan yang berhubungan dengan objek penelitian berupa hasil penelitian, skripsi, tesis, disertasi dan peraturan perundang-undangan.

Data sekunder merupakan data yang sudah ada dan terolah, dengan kata lain data tersebut telah ada baik dalam literatur, perundang-

undangan yang terkait dengan objek penelitian, atau sumber-sumber tertulis lainnya.³ Sumber data sekunder terdiri dari:

a) Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang mengikat dan terdiri dari norma-norma atau kaidah dasar yang terdiri dari peraturan perundang-undangan, catatan resmi, atau risalah di dalam pembuatan peraturan perundang-undangan dan putusan hakim.

Bahan hukum primer yang berkaitan dengan penelitian ini adalah :

1. Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUH Perdata);
2. Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen;
3. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik;
5. Peraturan Presiden Nomor 11 Tahun 2022 Tentang Kementrian Perdagangan; dan
6. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2023 Tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik.

³ Barder Johan, 2004, *Metode Penelitian Ilmu Hukum*, Mandar Maju, Semarang hlm. 23.

7. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2018 Tentang Pelaksanaan Pengawasan Kegiatan Perdagangan

b) Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder yaitu bahan publikasi tentang hukum yang bukan merupakan dokumen resmi yang menjadi pendukung dari bahan hukum primer. Bahan sekunder yang berhubungan dengan penelitian ini adalah seperti buku-buku hukum, jurnal hukum, teori-teori sarjana, hasil penelitian ahli, dan karya-karya ilmiah yang dapat memberikan pengertian dan penjelasan terhadap bahan hukum primer.

c) Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder yang berasal dari kamus, ensiklopedia, majalah, surat kabar, dan sebagainya.⁴

2) Data Primer

Data primer adalah sebuah data yang langsung didapatkan dari sumber dan diberi kepada pengumpulan data atau peneliti. Sederhananya, sumber data primer adalah wawancara dengan subjek penelitian baik secara observasi ataupun pengamatan langsung.

⁴ Galang Taufani Suteki, 2018, *Metode Penelitian Hukum (Filsafat, Teori, dan Praktik)*, Raja Grafindo, Jakarta, hlm. 218.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode studi dokumen yang pengumpulan data dilakukan dengan cara studi kepustakaan. Disini penulis mencari buku-buku yang menyangkut dengan permasalahan yang penulis teliti, selanjutnya untuk menjawab eksistensi penilaian konsumen penulis membagikan kuisioner dengan 105 responden. Teknik pengambilan sampel yaitu *Probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini merupakan teknik yang memungkinkan peneliti atau evaluator untuk membuat generalisasi dari karakteristik sampel menjadi karakteristik populasi. Sedangkan teknik pengumpulan data adalah studi kepustakaan adalah metode berupa pengumpulan data yang diperoleh dari buku pustaka atau buku bacaan lain yang berhubungan dengan pokok permasalahan, kerangka dan ruang lingkup permasalahan yang diteliti.

5. Metode Pengolahan Data

a. Pengolahan Data

Pengolahan data adalah kegiatan yang merupakan hasil pengumpulan data yang diperoleh sehingga siap untuk dianalisis. Data yang telah didapat dan diolah melalui proses *editing* yaitu meneliti kembali terhadap catatan-catatan, informasi yang telah dikumpulkan sehingga meningkatkan mutu data yang hendak dianalisis. Dengan editing ini nantinya penulis akan membahas permasalahan yang terjadi dan membandingkan dengan peraturan yang ada apakah telah sesuai atau tidak.

b. Analisis Data

Analisis data yaitu suatu proses penguraian secara sistematis dan konsistensi terhadap gejala-gejala tertentu. Berdasarkan sifat penelitian ini yang bersifat deskriptif analisis dan data yang terkumpul dalam penelitian ini baik data kepustakaan maupun lapangan, analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif.⁵ Uraian data penelitian yang tidak berupa angka tetapi kalimat-kalimat yang merupakan pandangan para pakar, peraturan perundang-undangan, yang memberikan gambaran secara detail dan kejelasan mengenai permasalahan sehingga dapat memperoleh gambaran yang baru atau menguatkan suatu gambaran yang ada maupun sebaliknya.



⁵ Zainuddin Ali, 2011, *Metode Penelitian Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 107.